

DISTRETTO CERAMICO

Eiffelgres conquista la Francia

L'azienda del Gruppo Iris fornirà i pavimenti per le concessionarie della Citroen in tutto il mondo

Una commessa che arriva dopo la crisi di inizio anno e che creerà un volume di lavoro di circa 40mila metri quadrati l'anno

«Anche una realtà giovane e dalle dimensioni relativamente piccole può raggiungere grandi risultati se le strategie sono vincenti», così il gruppo dirigente di Eiffelgres definisce ciò che li ha portati ad una commessa importante per Citroen, a cui forniranno le lastre ceramiche per il restyling delle sale mostra a livello internazionale. Un contratto in terra di Francia che richiama la genesi di Eiffelgres, che sin dall'origine del suo brand trae ispirazione dal genio costruttivo di **Alexander-Gustave Eiffel** capace di progettare su larga scala interagendo armonicamente con l'ambiente di riferimento.

Un accordo che arriva a quasi un anno di distanza dai primi contatti, stabiliti nel giugno del 2008 con lo studio d'architettura "Cabinet Landor à Paris", che collabora con Citroen e già aveva sperimentato i materiali Eiffelgres; i primi cantieri test in Europa sono stati realizzati poco dopo il Cersaie e nel marzo scorso è stato ufficializzato il capitolato che nel restyling dell'immagine dei saloni Citroen nel mondo prevede la posa delle lastre "Pietralavica" nella finitura naturale nei formati 60x60 e 30x60, il colore è il darkgrey, in variante ci sono il sand e il pearlgrey.

«La fornitura sulle sale mostra in progressiva rielaborazione in tutto il mondo che stimiamo a regime creerà un volume di lavoro di circa 40.000 mq l'anno - spiegano i dirigenti - Ad oggi abbiamo consegnato il nostro materiale oltre che in Francia, in Marocco, Spagna, Germania, Inghilterra». La scelta di Citroen è ricaduta sulla collezione Pietralavica perché è stato ritenuto un materiale moderno dallo stile contemporaneo



ideone all'utilizzo in ambienti pubblici dove siano richieste pavimentazioni in grado di sopportare stress elevati mantenendo al contempo caratteristiche di facile pulizia, ed è ben noto a tutti quanto sia stringente la normativa francese in merito.

Una commessa che arriva in un momento difficile per il distretto e dopo un periodo turbolento per il gruppo Iris, con l'inizio dell'anno segnato dalla messa in liquidazione del gruppo e dalla successiva scelta del dottor Minozzi di ripartire con un nuovo piano industriale. «E' un segnale sicuramente importante - spigano i dirigenti Eiffelgres - frutto di una strada intrapresa sin dall'inizio della propria storia; per quanto il brand sia infatti il più giovane del gruppo ha fatto tesoro del know how della casa madre Iris Ceramica declinandolo in prodotti che incorporano esercizi culturali complessi e raffinati che nascono non per caso dove nel tempo

si è accumulata una conoscenza così elevata che non può essere facilmente esportata».

«In Eiffelgres abbiamo puntato sulla creazione di teams commerciali dalle performance elevate - proseguono - indiscusse capacità comunicative per promuovere il marchio, valorizzare le competenze del tessuto economico locale e capacità di portare a termine trattative commerciali complesse come questa. Oggi è possibile avere nozioni abbastanza precise su mercato, consumatori, utenti, posizionamento, strategie di marketing e di comunicazione: un insieme di informazioni che permettono ad un prodotto di entrare sul mercato e possibilmente di starvi proficuamente; tutti comunicano, noi, prima ancora di farlo con parole o scritti, comunichiamo con il comportamento e lo stile». Una strategia precisa quella di Eiffelgres che ha obiettivi altrettanto precisi: «in questi pochi anni le nostre attività di promozione non sono state utilizzate soltanto per affermare o far vendere il nostro prodotto, ma piuttosto per creare i presupposti affinché materiali nuovi, innovativi, indubbiamente di alta gamma, nell'affacciarsi sul mercato, trovassero giusta accoglienza e terreno fertile alla sua diffusione».

Al momento il mercato è fortemente segnato dalla crisi ma secondo i dirigenti Eiffelgres le modifiche che ha subito nel tempo derivano anche da altro: «ciò che ipotizzavamo già antecedentemente allo scoppio della crisi è che mentre i consumatori diventavano sempre più informati ed esigenti e mostravano bisogni sempre più differenziati e complessi, il settore avrebbe iniziato a contrarsi per effetto di strategie di marketing sperimentate da decenni per prodotti di largo consumo. Ciò che è avvenuto è che la concorrenza nel

settore in costante espansione è straordinariamente aumentata e che al di là ed oltre la crisi, il mercato vedrà affermarsi la presenza di operatori capaci di dedicarsi anche alle nicchie del mercato che pretendono prodotti ad hoc, offerte tagliate su misura, forte specializzazione e alta innovazione.

Questa commessa ne è un esempio. I numeri parlano chiaro, l'industria dei prodotti di alta gamma resiste, al punto che secondo una recente analisi pubblicata su "Il Sole 24 Ore", solo l'energia batte l'industria del lusso per redditività. Ma se i consumatori non più passivi di oggi sono disposti a spendere, in contropartita si attendono una qualità impeccabile in ordine a materiale, processi produttivi e servizio». Considerazioni che in Eiffelgres hanno portato alla scelta di uno stile e di un modello di competizione trascurando la politica del confronto sul prezzo e puntando piuttosto sulla differenziazione di prodotto, la flessibilità, la capacità di soddisfare rapidamente i bisogni con una organizzazione snella, focalizzata e flessibile, capace di concentrarsi rapidamente su focus assegnati così come di cambiare repentinamente direzione di marcia.

(Daniela D'Angeli)

L'azienda

I NUMERI PRINCIPALI CHE CARATTERIZZANO L'ATTIVITÀ DI EIFFELGRES

Nata nel 2001, Eiffelgres è la divisione del gruppo Iris Ceramica dedicata alla produzione e commercializzazione di lastre in porcellanato tecnico a tutta massa particolarmente adatte alla progettazione architettonica e al mercato dell'edilizia alto di gamma. Le condizioni che hanno reso possibile un rapido start up ed un costante incremento delle quote di mercato poggiano sulla forza tecnologica dello stabilimento di Viano in provincia di Reggio Emilia dove tempi e modalità delle sofisticate fasi di produzione sono dettati dalla più spinta automazione dei processi logistici nella cornice delle linee guida previste dalle certificazioni Iso 9001, 14001 ed Emas. La costante ricerca sulle materie prime e l'innovazione nei processi tecnologici studiata nei laboratori di ricerca del gruppo Iris sono il presupposto per aprire nuovi orizzonti estetici alle lastre in "gres porcellanato tecnico monocoloro e monotonico" che fanno delle caratteristiche di durezza, ingelività e impermeabilità la base per un costante soddisfacimento della più esigente clientela. Le collezioni, richiamando la naturalità di materie come la pietra di cava, non sono suscettibili ai cambiamenti dettati dalle mode, ma volgono piuttosto lo sguardo alla salvaguardia dell'ambiente. Questa vocazione fortemente ambientalista permette oggi ad Eiffelgres di fregiarsi del riconoscimento ricevuto da illustri enti di certificazione che hanno rilasciato i marchi di qualità ecologica Anab e Leed. Con questo lavoro Eiffelgres si conferma azienda con forte carattere eurocentrico; non è un caso che nel vecchio continente sia sviluppata la parte maggioritaria del proprio fatturato e che nonostante l'anno di gravissima crisi generale, sui grandi mercati francese e tedesco ci avviamo a consolidare un risultato positivo in termini statistici anche rispetto all'anno passato.

