

Paola Giacomini

Fondovalle, a Cersaie con My Top, 20 mm a vena passante



Federico Tusini

Prosegue l'ottimo momento di Ceramica Fondovalle (Torre Maina, Modena).

Dopo il +24% registrato nel 2016, anche il 2017 si è chiuso con un incremento di fatturato, +9%, a 33 milioni di Euro, di cui il 75% da esportazioni.

Per Federico Tusini, direttore commerciale dell'azienda guidata da Maurizio Baraldi, "è il risultato di una serie di nuovi investimenti per continuare ad innovare tecnologicamente il prodotto lastre", segmento sul quale l'azienda è ormai sempre più concentrata.

Ultimo, in ordine di tempo, lo sviluppo di superfici con spessore 2 cm a "vena passante" presentate, assieme ad LB, fornitrice dell'esclusiva tecnologia, in anteprima a Cevisama, Coverings e al Fuorisalone 2018 di Milano, in attesa del lancio ufficiale a Cersaie.

FONDOVALLE

Tile Italia: - Tusini, nel biennio 2017-2018 Fondovalle ha investito altri 20 milioni di euro. Dove sono stati indirizzati?

Federico Tusini: Una parte è servita per completare il polo logistico realizzato a Ubersetto, non lontano dal centro di lavorazione finale delle lastre (taglio, rettifica e stuoatura). Non si tratta solo di uno spazio fisico, quanto di un vero magazzino automatico di nuova concezione, dedicato esclusivamente ai materiali nei formati dal 120x240 cm e superiori, capace di gestire velocemente gli ordini e la complessità del picking

delle grandi lastre.

Un'altra parte significativa dello stanziamento è stata indirizzata allo sviluppo della gamma My Top, il brand che racchiude la nostra produzione di grandi superfici orizzontali non pavimentali con spessore 12 mm e da oggi, anche in 20 mm a vena passante.

Quest'ultimo, soprattutto, rappresenta un salto tecnologico non banale, compiuto grazie alla collaborazione esclusiva con LB che ha sviluppato la tecnologia "Naturtech" installata sulla linea Continua+.

Parliamo infatti di un full





body nel quale la vena passante sull'intero spessore di 20 mm è realizzata mediante la sola gestione delle polveri colorate a secco con le tecnologie Easy Color Boost e Freestyle, quindi impasti molto tecnici. Gli ultimi mesi sono serviti per affinare il processo e da fine agosto siamo in produzione. Di fatto siamo la prima azienda ceramica a produrre lastre in gres porcellanato fino al formato 160x320 cm in 20 mm di spessore a vena passante, con tutti i pro e i contro che comporta l'essere pionieri di un'innovazione.

Tile Italia: - La produzione Fondovalle è ancora limitata a circa 1,8 milioni mq/anno, è corretto?

F. Tusini: È corretto e all'interno di questi volumi produttivi si evidenzia una crescita importante delle grandi lastre che conferma la vocazione di Fondovalle verso questa tecnologia e i suoi relativi mercati. La scelta strategica operata dall'azienda nel 2014, e proseguita coerentemente in questi 4 anni, si conferma oggi più che mai una scelta illuminata, che ci ha aperto le porte di mercati nuovi e non tradizionali, diventando dei protagonisti in questa nicchia di prodotto al pari di aziende di ben più grandi dimensioni. Dico di più, oggi non si tratta più neppure di una scelta, quanto piuttosto di una necessità: i volumi di vendita di piastrelle di formato tradizionale si sono compressi dall'ultimo trimestre 2017, mentre quelli di grande e grandissimo formato hanno mantenuto un positivo trend di crescita. Per Fondovalle questo si è tradotto in un andamento in controtendenza rispetto al resto del settore, tanto che la linea produttiva è già satura e stiamo valutando l'eventuale raddoppio.

Tile Italia: - Con My Top avete in-

SIAMO LA PRIMA AZIENDA A PRODURRE LASTRE IN GRES PORCELLANATO FINO AL FORMATO 160X320 CM IN 20 MM DI SPESSORE A VENA PASSANTE. PIONIERI DI UN'INNOVAZIONE.

tensificato la collaborazione nel segmento dei trasformatori del marmo.

F. Tusini: Sia nel mercato interno che nell'export abbiamo intrapreso collaborazioni con i più importanti player del settore marmo e della trasformazione dedicata all'arredo, sia per lo spessore 6,5 mm che per il 12 mm e al Cersaie ci aspettiamo un grande ritorno commerciale dalla presentazione del 20 mm a vena passante. Il riscontro di mercato è già ottimo sullo spessore 12 mm, ma per alcune lavorazioni per top da bagno e cucina vi è la specifica richiesta di lastre di spessore maggiore e vena passante, per cui il 20 mm diventa un must e un plus della nostra offerta: una lastra con le stesse caratteristiche di lavorabilità del marmo, utilizzabile da qualunque marmista.

Tile Italia: - Per il segmento residenziale, invece, quali materiali proponete?

F. Tusini: Il catalogo comprende sette formati da pavimento e rivestimento con spessore 6,5 mm: 60x120, 120x120, 120x240, 160x160 e 160x320 cm. oltre ai formati tradizionali in spessore 10 mm. Il best seller, ad oggi, è il Portland, nel formato 120x120 cm, con finitura cemento, ma vediamo con soddisfazione un'importante crescita dei marmi della collezione Infinito 2.0

Tile Italia: - In quali mercati geografici operate prevalentemente?

F. Tusini: Il mercato italiano, in cui eravamo poco presenti in passato, sta crescendo molto. Oggi rappresenta già il 15% delle nostre vendite a marchio e puntiamo a farne un mercato trainante per la crescita di Fondovalle. Per mate-

riali di così alta gamma, l'Italia, ci offre il grande vantaggio di affinare e sviluppare la massima sensibilità sulle tendenze e i prodotti.

All'estero siamo presenti in Europa e Nord America, soprattutto in Germania e negli Stati Uniti. Sono tre mercati che ci percepiscono comunque in maniera diversa: in Germania, Fondovalle è un brand forte da molti anni; in Italia, dove si lavora principalmente sul venduto, la competizione è serrata ma anche qui possiamo contare su un marchio ormai riconosciuto; negli Stati Uniti, al contrario, la vera leva che ci ha aperto le porte del mercato è stata la gamma My Top, solo a partire dal 2017.

Tile Italia: - Come giudica la contrazione delle vendite italiane sui mercati esteri a partire dall'inizio di quest'anno?



F. Tusini: È stata più alta delle previsioni e a questo hanno contribuito diversi fattori, tra cui il rallentamento della domanda in Germania e la politica commerciale piuttosto aggressiva dell'industria spagnola negli Stati Uniti e non solo. Non aiutano neppure le tensioni politiche e le guerre commerciali e protezionistiche portate avanti da alcuni paesi.

Tile Italia: - Che impatto ha avuto la decisa virata sul segmento lastre sulla redditività di Ceramica Fondovalle?

F. Tusini: È migliorata conseguentemente al forte incremento di fatturato registrato negli ultimi anni.

Questo nonostante il rapido aumento dei player e dell'offerta a livello internazionale stia dando luogo ad una forte pressione competitiva giocata sui prezzi.

Benché sia fisiologico in tutti i settori che i prezzi delle innovazioni tendano col tempo a calare, occorre prestare la massima attenzione al corretto posizionamento economico dei prodotti ad alto valore tecnologico. In questo contesto, è evidente che l'unica arma a nostra disposizione resti la ricerca costante della differenziazione, ed è anche per questo che siamo orgogliosi di poterci presentare a Cersaie come pionieri sulle grandi superfici ad alto spessore a vena passante.”

