



¿Podría resumirnos las magnitudes de la multinacional argelina Cevital Holding?

Cevital es el grupo industrial privado más grande de Argelia con más de 2.600 millones de cifra de negocio y una plantilla que se eleva a más de 13.000 empleados repartidos en sus 21 filiales.

Cevital adquiere al Grupo Brandt, ¿podría hablarnos de su estructura internacional y de su desembarco en España con la enseña Brandt, marca que ya en su día estuvo presente en nuestro mercado?

El Grupo Brandt cuenta con presencia internacional en Europa, Asia y MENA (Oriente Medio y Norte de África). Con más de 1.200 empleados desarrolla su actividad comercial con las marcas De Dietrich, Brandt, Vedette y Sauter. Con la implantación de la filial española quiere reforzar su posición en Europa. Efectivamente, no es una marca totalmente desconocida en el mercado español pero en esta ocasión venimos a invertir en marca y, por supuesto, a quedarnos.

¿Qué equipo conforma su estructura en España?

Somos un equipo de profesionales muy cohesionado, polivalente, complementarios entre sí, con gran experiencia en el sector y con un objetivo claro, hacer de la marca Brandt

“La marca Brandt desarrolla todas las familias del Gran Electrodoméstico, desde el lavado hasta el frío pasando por un amplio número de referencias en cocción...”

un referente de gestión y comercialización en el sector.

Vedette, De Dietrich, Brandt y Sauter, son las 4 enseñas del grupo, aunque la comercialización de De Dietrich recae en Frigicoll, ¿podría indicarnos cuáles serán las fases de desembarco de las enseñas en nuestro mercado? Y, ¿qué especialidad de gama tiene cada una?

A corto plazo desde Brandt España nos centraremos sólo en el desarrollo de la marca Brandt, aunque en un proyecto tan ambicioso como en el que está inmerso el Grupo Brandt no hay que descartar absolutamente nada a medio plazo. La marca Brandt desarrolla todas las familias del Gran Electrodoméstico, desde el lavado hasta el frío pasando por un amplio número de referencias en cocción y se posiciona como una marca de segmento medio.

Centrándonos en la marca Brandt, ¿por qué considera que será una de las mejores alternativas en la oferta actual de electrodomésticos en nuestro país?

Fabricante con mucha experiencia y know how en el mundo del electro, apuesta e invierte en innovación y con un gran proyecto presente y futuro. Con un mensaje claro, “seremos la marca que te acompañe a lo largo de tú vida”.

De cara a la distribución de electrodomésticos, ¿considera que Brandt aportará rentabilidad al canal con su gama de productos? ¿Por qué deben incorporar en sus lineales las tiendas una marca como Brandt?

La rentabilidad es una de las herramientas que Brandt quiere ofrecer a sus colaboradores, para ellos trabajaremos fórmulas colaborativas que nos permitan mejorar la media del sector.

Supracticidad de uso, estéticas e innovaciones, además de un completo catálogo generalista, permitirán al distribuidor tener una oferta completa que mostrar al consumidor. Todo ello irá complementado con una oferta competitiva y orientada al consumidor final, de forma que sea una de las marcas más atractivas y rentables dentro del punto de venta.

La estrategia de Brandt en España se fundamenta en una serie de valores: responsabilidad, colaboración, orientación al cliente, calidad, innovación... ¿podría hablarnos de ello?

Creemos que la base de nuestro proyecto está, por un lado, en la innovación y calidad de todos nuestros productos y servicios y, por otro, en una alta colaboración con la distribución, llegando a acuerdos de largo recorrido que nos permitan a ambas partes llegar al usuario, que es el centro y objetivo de toda nuestra estrategia.

Brandt: “Contigo, siempre”, ¿por qué este leitmotiv?

Por tres motivos, el primero es que en Brandt España buscamos la cercanía como fórmula de trabajo, tanto con la distribución como con el usuario; el segundo, porque queremos ser la marca que” te acompañe a lo largo de toda tú vida” para hacerla más cómoda con nuestros productos; y tercero, porque hemos llegado en un momento de crisis y queremos, a través de colaboraciones con diferentes organizaciones, demostrar nuestro compromiso social y ayudar a quienes más lo necesitan. Por todo ello: contigo, siempre.

¿Qué objetivos comerciales se han marcado a corto y medio plazo en nuestro país?

A corto, una rápida implantación en el punto de venta del catálogo generalista que ofrecemos, y una cuota de mercado a 5 años superior al 3%.



Con respecto a la asistencia técnica, ¿qué respuesta dará Brandt a distribuidores y clientes?

Consideramos el servicio uno de los ejes más importantes del proyecto, por tanto ofreceremos un servicio a la altura de los mejores, buscando siempre novedades en el mismo que nos diferencien del resto.



José San Emeterio
Country Manager
de Brandt España

“Somos un equipo de profesionales muy cohesionado, polivalente, complementarios entre sí, con gran experiencia en el sector y con un objetivo claro, hacer la marca Brandt un referente de gestión y comercialización en el sector...”

Tras la adquisición, por parte del grupo argelino Cevital, de parte de los activos FagorBrandt y de cuatro de sus marcas, Brandt, la firma generalista de electrodomésticos de gama blanca y pequeño electrodoméstico, ha resurgido de manera renovada y con nuevos objetivos. “Creemos que la base de nuestro proyecto está por un lado en la innovación y calidad de todos nuestros productos y servicios y, por otro, en una alta colaboración con la distribución”, afirma José San Emeterio, Country Manager del Grupo Brandt en España. Conozcamos más detalles a través de la siguiente entrevista sobre la estrategia de la compañía.

