



Renato Lopes

Business Manager Appliances
Iberia - Remington & Russell Hobbs



“Spectrum Brands es una empresa muy dinámica, en cada temporada existieron lanzamientos de nuevos productos y tecnologías, así como algunas adquisiciones de marcas a lo largo del tiempo”

Hemos tenido la oportunidad de entrevistar en Protiendas a Renato Lopes, Business Manager Appliances Iberia - Remington & Russell Hobbs, quién nos destaca las estrategias que está siguiendo la compañía y las características principales de las enseñas que representa, pertenecientes a la multinacional Spectrum Brands. Entre otros aspectos afirma que “cada temporada... lanzan al mercado sus nuevas colecciones de productos. A pesar del contexto económico actual, el ritmo de innovaciones se supera año tras año”, concluye.

Desde que se creara SPECTRUM BRANDS hasta la fecha, han pasado muchos acontecimientos en la historia de su empresa, ¿podría resumirnos los más relevantes?

Spectrum Brands es una empresa muy dinámica, en cada temporada existieron lanzamientos de nuevos productos y tecnologías, así como algunas adquisiciones de marcas a lo largo del tiempo. Puestos a elegir, diría que el lanzamiento de Remington en España en 2006 y la compra de Russell Hobbs en 2010, fueron de los más relevantes para la presencia del grupo en España, tal como existe hoy.

¿Resultó complicado introducir las marcas REMINGTON Y RUSSELL HOBBS en el mercado Español? ¿Cómo la aceptan los españoles?

En su día, Remington respondió a una necesidad de mercado de productos más tecnológicos en cuidado personal, que se adaptaban a las tendencias de los consumidores. Remington entró en un nicho de mercado menos atendido por otras marcas y en una época de expansión económica. Hoy es una marca consolidada en las categorías de cuidado personal. Russell Hobbs llega ahora de la mano de Spectrum Brands, a pesar de estar en el mercado español hace ya varios años. Las categorías de productos en PAE hogar tienen mucha más competencia, pero creemos que por sus productos de diseño y relación calidad/



“Por su veteranía en el mercado español, Remington representa una facturación cinco veces superior a la de Russell Hobbs”

precio, Russell Hobbs incrementará su presencia en el mercado español.

¿Qué porcentaje de demanda representa cada una de las marcas? ¿Cuál reporta más beneficios a su compañía?

Por su veteranía en el mercado Español, Remington representa una facturación cinco veces superior a la de Russell Hobbs. Por otra parte, el mercado de PAE hogar es mucho más grande que PAE cuidado personal, por lo que Russell Hobbs presenta un potencial de crecimiento enorme para Spectrum Brands.

En cuanto a innovación ¿Qué aportan las enseñas REMINGTON Y RUSSELL HOBBS?

Ambas marcas apostan por la innovación. Remington nos sorprende cada año con las incorporaciones en los productos de mujer que siguen las últimas tendencias en cosmética, queratina, aceite de argán, perla, etc... también en los productos de hombre sigue innovando, como la carga por USB, baterías de Litio, sistemas de lavado fácil, control táctil, etc.. Remington también lanzó una fotodepiladora unisex, una de las primeras disponibles en el mercado. Russell Hobbs al igual que Remington, tiene un ADN de marca innovadora, tanto en los materiales como en diseño y estética. Las gamas Glass Touch con control táctil, y Steel Touch, inspirada en el pintor Mondrian, son un ejemplo.

¿Cómo se está comportando la distribución de electrodomésticos con sus referencias?

Remington sigue ganando participación de mercado año tras año. Está cada día más presente tanto en las grandes cadenas como en el canal tradicional. Con Russell Hobbs seguimos consolidando la presencia en la distribución, pero es un proceso más lento dado el contexto económico actual. Aún así, ya está presente en algunas cadenas de referencia como El Corte Inglés, Media Markt, Fnac, etc...

Sergi Arola es la imagen de uno de sus productos, recomendando la gama Allure, ¿qué se pretende transmitir con este personaje?

La colaboración de Sergi Arola con Russell Hobbs viene de hace varios años. Pretendemos transmitir al consumidor y a la distribución la confianza de un chef reconocido en los productos Russell Hobbs, tanto para uso doméstico como de uso en algunos de sus



restaurantes. Sergi también nos ayudó a desarrollar algunas recetas que se pueden conseguir con los productos Russell Hobbs y que compartimos con el público español en la web de la marca.

¿Qué garantías ofrecen sus productos al consumidor?

Desde el punto de vista de utilización, son productos cómodos que facilitan la vida en el hogar, a precios competitivos. Desde el punto de vista legal, en algunos productos llegamos a ofrecer 5 años de garantía o 10 años de garantía del motor.

Las ventas en España han mermado en estos últimos tiempos debido a la crisis. ¿Qué estrategias se están siguiendo desde su empresa para combatir esta situación?

En Spectrum Brands hace varios años que se adoptaron varias medidas relacionadas con el control de costes y la eficiencia: mejoras logísticas, control de inversiones, reducción de personal, externalización de algunas áreas, etc... la misma línea que están siguiendo muchas empresas en España. De todos modos, en todos los proyectos existen varios

análisis para asegurarnos que estas medidas no afectan a la calidad de los productos o la competitividad de las marcas en el mercado.

¿Nos sorprenderán en breve con nuevos lanzamientos?

Cada temporada Primavera/Verano y Otoño/Invierno Remington & Russell Hobbs lanzan al mercado sus nuevas colecciones de productos. A pesar del contexto económico actual, el ritmo de innovaciones se supera año tras año. ¡Estén atentos!

