



Stefano Agazzi

Director General de ARIETE HISPANIA

Desde su incorporación a Ariete en Italia, en el año 1992, Stefano Agazzi ha desarrollado su actividad en distintos puestos de responsabilidad de la firma, hasta que en enero de 2005 fue nombrado Director General de Ariete en España. Durante su paso por la empresa, la facturación de la firma ha pasado de 19 a 130 millones de euros, crecimiento del que en parte Agazzi ha sido responsable. Desde su incorporación al cargo actual, se ha esforzado en el aspecto comercial de Ariete en España, realizando una reorganización interna de la empresas.

Ariete

Desde 2005, Ariete comercializa productos de la serie Disney, que han ayudado en buena medida a incrementar su facturación del pasado año. Prueba de ello es, por ejemplo, el importante incremento de las ventas durante la pasada campaña navideña, aunque suponemos que estos buenos resultados no se deberán solo a los productos Disney. ¿Qué otras líneas o gamas de producto dentro de la empresa han destacado en 2006?

Es verdad que nuestra línea de electrodomésticos Disney conlleva una diferenciación clara para nuestra marca, y tras un magnífico trabajo de publicidad y comunicación, han supuesto un éxito de ventas para nuestros clientes y un porcentaje mayor de lo esperado dentro de nuestras familias, pero el incremento de venta de nuestras cafeteras, sobre todo automáticas y de cápsulas, nuestros centros de planchado y sobre todo en limpieza a vapor donde nos situamos líderes en unidades vendidas en el mercado español, han sido las bases de nuestro éxito este año.

La estrategia de convertir el PAE en juguete, como ocurre con los productos Disney, ¿es efectiva solo en los más jóvenes de la casa o es apta para todos los públicos?

Nosotros nos tomamos muy en serio la calidad de la línea Disney y en posicionarlos como electrodomésticos divertidos y para unir a toda la familia con la cocina, pero siempre advirtiendo tanto en el packaging como en el material publicitario, que no son juguetes. Esta calidad supone que cuando lo utilizan los padres, les sorprende favorablemente y lo mantienen como un electrodoméstico para toda la casa y no sólo para los pequeños.

¿Tiene Ariete previsto para este año lanzamientos nuevos de la línea Disney en otros segmentos del PAE?

Tras el éxito durante estos dos años, seguimos ampliando la gama orientada mayoritariamente a la cocina, pero sin olvidar otras aplicaciones divertidas como una mininevera-CD para viajes o la habitación, que presentamos hace unos meses. Para este año, esperamos ampliar con 8 nuevos y originales productos, con los que cerraríamos una gran línea de más de 25 productos Disney.

Hace unos meses, Ariete lanzaba la cafetera 'You & Me', con un diseño rompedor al estilo italiano. ¿Forma parte de una nueva estrategia de la compañía que tendrá continuidad?

Ariete, como multinacional italiana, trabaja muy enfocada en el diseño de sus productos para la casa. En esta dirección, nuestra cafetera You&Me es la punta de flecha de una nueva línea de cafeteras con un diseño muy cuidado, que lanzaremos durante los próximos dos años.

En los últimos años se ha inundado el mercado de PAE en nuestro país de enseñan

desconocidas procedentes, en buena medida, de países asiáticos, muchas de ellas de dudosa calidad. Esto ha sembrado desconfianza en la distribución, que se encuentra desprotegida, al igual que el consumidor, frente a posibles problemas con los productos. ¿Qué opinión le merece la situación actual del mercado en este sentido?



Es cierto, que el mercado se ha visto saturado de marcas desconocidas, que a un precio muy bajo, están vendiendo sin dar al consumidor una garantía de calidad ni de servicio, con los problemas que esto supone en la postventa.

A este movimiento se unen también muchas enseñan de la distribución que actúan como importadores directos y las instituciones, que lejos de añadir barreras de entrada a estos importadores, siguen apostando por cargar tasas de reciclaje, etc., a los fabricantes tradicionales del sector, que sí ofrecen esas garantías de calidad, servicio y continuidad en el mercado.

Como otras grandes marcas, Ariete ha estado presente en programas de TV relativos a la cocina. ¿En qué medida ayudan estas acciones a llegar al público? ¿Cuál es vuestra experiencia?

Nosotros hemos comprobado que los consumidores son muy fieles con las prescripciones que reciben de los Chef que aparecen en programas de TV. De esta forma, si el Chef utiliza un tipo de harina, es probable que los consumidores elijan esa misma harina para sus recetas o bien tiendan por

utilizar los mismos electrodomésticos que utilizan en su programa favorito.

Habéis cerrado un ejercicio bastante bueno para Ariete. ¿Cuáles han sido los resultados en cuanto a volumen y valor, y qué previsiones tiene la compañía para el presente ejercicio 2007?

Los dos últimos años para Ariete han sido excelentes tanto en posicionamiento con nuestros clientes como en cifras de venta. En especial, este último año, Ariete ha cerrado el ejercicio con un incremento de más del 30% de facturación con respecto al año anterior, lo que supone un incremento del 60% respecto al 2004.

Sobre todo, nos hemos posicionado en cuota de volumen de unidades, con lo que hemos aumentado en un 93%, las unidades de producto Ariete en el mercado. Para el 2007, creemos que podemos seguir trabajando en esta misma línea.

¿Cree que los cambios que se están produciendo en la distribución repercutirán en el mercado del PAE? ¿Cree que deben evolucionar las empresas frente a estos cambios?



Afectarán y bastante. Son cambios dirigidos a la unificación por parte de la distribución en grupos con cada vez más fuerza pero también mas estrictos y menos relacionales.

En este sentido, los proveedores debemos unificar criterios para



ofrecer una oferta más pareja y común a lo que el mercado va a demandar.

Innovación y diseño son claves para el éxito de Ariete, prueba de ello son las constantes inversiones que realiza en I+D. En este sentido, ¿qué acciones lleva a cabo la compañía en la actualidad?

Una de las principales características, si no la principal, que Ariete ofrece en sus productos es la originalidad y calidad que tienen. Esta baza es característica de Ariete y por eso seguimos trabajando en el desarrollo I+D para todas las familias de producto, pero este año, Ariete busca ofrecer una diferenciación orientada a la cocina sana; una gama de electrodomésticos que ofrezcan las propiedades de la cocina a vapor, la eliminación de grasas, etc.

Según estudios sobre la demanda de los consumidores, creemos que es el momento de ofrecer a los consumidores una opción para que sigan cuidando su salud en la preparación de alimentos pero sin perder calidad, todo lo contrario, aportando propiedades que favorecen el sabor y reducen los tiempos de elaboración de platos, como es el caso del vapor o de planchas que eliminan grasa de los alimentos.

Este año, sacaremos esta gama de cocina sana y esperamos que como siempre, sea una diferenciación clara de Ariete y sirva a los consumidores con lo que están demandando.