

PROFILO D'AZIENDA

Grigiskes un'azienda giovane, piccola e flessibile

Se pensiamo a come descrivere un'azienda potremmo tracciare un piano cartesiano e mettere sull'asse delle ordinate (y) la produzione dei prodotti in carta tissue, comune a tutte le aziende che lavorano nel settore, e sull'asse delle ascisse (x) il luogo dove questa azienda opera, una variabile imprescindibile che determina un viaggio nella cultura di un paese, nelle abitudini di acquisto dei consumatori ed influisce in modo inequivocabile sul trend dei consumi e dei prodotti.

Maura Leonardi

In un contesto di globalizzazione ben venga preservare i propri usi e costumi tradizionali, i tratti somatici di una propria cultura ed identità. Ed è questo che trasmette la Lituania, un paese perfettamente entrato in un contesto globale ma ancora capace di mantenere il proprio spirito d'orgoglio e di indipendenza.

La Lituania per molti è un paese sconosciuto, che evoca luoghi lontani del nord Europa. Il suo "essere anonimo" in un contesto internazionale ha portato questa Repubblica a creare un proprio brand finalizzato a veicolare e rafforzare l'immagine della Lituania nel mondo nel rispetto della sua cultura, degli usi e costumi. Questa originale ed insolita necessità di comunicazione mette in evidenza lo spirito lituano, coraggioso ed indipendente: "Lituania, a brave country!".

LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE MESSA IN ATTO è focalizzata a rappresentare la Lituania in diversi ambiti: cultura, sport e turismo. Con una superficie di 65.301 chilometri quadrati è la più grande delle tre repubbliche baltiche e dal 1° maggio del 2004 è entrata a far parte dell'Unione Europea. L'ingresso nella UE ha segnato per questa Repubblica, che storicamente ha sempre percorso la strada dell'indipendenza, una svolta epocale di enorme importanza politica ed economica. Vilnius, la capitale, si trova a soli 25 chilometri a sud del centro esatto dell'Europa, un dato geografico che mette in evidenza la posizione strategica di questa città come un ponte sul Baltico. Ed è a Vilnius che ha sede il quartier generale di Grigiskes, l'unico produttore e trasformatore di prodotti tissue Lituano.

PRESENTE DA 150 ANNI NELL'INDUSTRIA DEL LEGNAME E DELLA CARTA Grigiskes Paper Mill inizia la sua storia nel 1823 con lo stabilimento di Kuckuriskes Paper Manufactory dedito alla produzione di carta ed attualmente parte del Gruppo Grigiskes. Nel 1923 Grigas Kurecas brillante uomo d'affari iniziò la costruzione di Grigiskes Paper Mill, il cui nome deriva appunto dalla fusione di due componenti importanti: il nome del fondatore (Grigas) e la location degli stabilimenti costruiti alla confluenza fiume Neris e Vokė. La storia di Grigiskes sarà scandita dagli eventi storici della seconda guerra mondiale: i bombardamenti subiti distrussero gli stabilimenti prontamente ricostruiti nel 1945 e con l'avvento dell'occupazione Russa e della politica socialista venne statalizzata. Oggi Grigiskes Paper Mill è un'azienda privata che appartiene al Gruppo Grigiskes AB incorporated Naujieji Verkiai. Il business è diversificato in diversi settori: produzione di cartoncino ondulato, pannelli in legno e pannelli in legno verniciati, produzione di rotoli igienici, asciugatutto e prodotti industriali.

GINTAUTAS PANGONIS, DIRETTORE GENERALE, È LIETO ED ORGOGLIOSO DI PRESENTARCI L'AZIENDA. Con all'attivo 4 PM ed una produzione di 24.000 tonnellate annue, Grigiskes trasforma 21.000 tonnellate l'anno di carta tissue. "L'attività di trasformazione è iniziata nel 1996, quando è stata acquistata la prima ribobinatrice, il modello 813 della Fabio Perini S.p.A.; per il confezionamento è stata scelta una linea Cassoli (attuale KPL Packaging S.p.A.). La seconda linea di trasformazione è stata acquistata dalla PCMC una linea modello 35.01 e alcuni mesi fa abbiamo introdotto nel nostro parco macchine, che comprende anche i macchinari per i prodotti piegati e interfogliati, una linea Sincro modello 5.5 brand Fabio Perini S.p.A. Questo investimento è stato dettato dalla volontà di proporre sul mercato rotoli igienici ed asciugatutto di alta qualità. Con l'ingresso nell'Unione Europea la Lituania ha raggiunto un traguardo

importante che ha permesso al nostro paese di entrare in un contesto globale favorendo un innalzamento della qualità della vita: il salario medio è cresciuto del 20-25% con un conseguente incremento dei consumi in tutti i settori.”

Anche se la Lituania è ancora un paese emergente i livelli di crescita registrati sono sicuramente da segnalare; ad esempio il consumo pro-capite dei prodotti in carta tissue è oggi di 5kg per capita ed ha registrato un aumento di tre volte in soli 4 anni. La crescita del prodotto interno lordo (PIL) dei beni e servizi prodotti si aggira intorno al 7,1%; 40,17 miliardi di dollari è il PIL totale mentre il PIL pro capite è 11.200 dollari.

ATTUALMENTE CON UNA POPOLAZIONE DI 3.436.561 ABITANTI IL CONSUMO DI ROTOLINI DI CARTA IGIENICA È DI CIRCA 15.000.000/18.000.000 OGNI DUE MESI e lo standard di consumo ha gradualmente abbandonato i prodotti di bassa qualità per i prodotti ad alto di gamma. “Oggi le abitudini di consumo sono cambiate, i consumatori si stanno orientando per prodotti qualitativamente superiori, gli standard richiesti dal mercato sono chiari: prodotti soffici, goffrati, colorati e con un’ottima estetica non solo del rotolo ma anche del packaging e soprattutto di alta qualità. Essere parte dell’Unione Europea ha favorito l’ingresso, nel nostro mercato, dei prodotti internazionali introducendo dei cambiamenti nelle abitudini di consumo” ci spiega Pangonis.

Oggi la competizione è forte ma la forza di Grigiskes è scegliere la tecnologia all’avanguardia, vincente ed offrire prodotti con elevati standard qualitativi. Il mercato del tissue nel 2008 ha registrato una crescita in termini di volume del 10% mentre in termini di valore la crescita registrata è stata del 30%, un dato eloquente che dimostra come il baricentro dei consumi si stia spostando verso un range di rotoli alto di gamma.

IL CAVALLO DI BATTAGLIA DI GRIGISKES È IL BRAND GRITE. A rendere questo marchio particolare è il simpatico aneddoto che si nasconde dietro questo nome. “Grite in Lituania è un tipico nome femminile ma il significato del brand Grite ha un’altra etimologia, nasce infatti dalla fusione di Grigiskes Toilet. Molte signore hanno ironizzato sull’uso di questo nome per i prodotti igienici.” Spiega sorridendo il Direttore Generale. Oggi Grite è un brand affermato in Lituania, declinato sia per i rotoli igienici che per i rotoli asciugatutto: Grite Orchidea, Grite Lady Rose, Grite Lilia sono solo alcuni dei prodotti firmati Grigiskes e destinati al mercato consumer. Con una quota di mercato pari al 43%, per i rotoli igienici e 24% per i rotoli asciugatutto questa azienda esporta il 50% della produzione nei paesi limitrofi: Bielorussia, Lettonia, Estonia e Polonia.

Da affiancare alla gamma dei rotoli ci sono anche i tovaglioli prodotti nel formato maggiormente usato in Lituania, il 24x24. “Il trend per i prodotti piegati è sicuramente in crescita, la nostra quota di mercato è pari al 15% ma in futuro il consumo dei tovaglioli è destinato ad aumentare. Attualmente produciamo anche il formato 33x33 ma per il momento si tratta di un mercato di nicchia in lento sviluppo” afferma Gintautas Pangonis.

PER L’AMBIENTE? QUALI SONO GLI STRUMENTI USATI PER FAVORIRE UN RIDOTTO IMPATTO AMBIENTALE?

“Anche per la nostra realtà l’ambiente è uno dei maggiori argomenti di discussione. Da qualche anno stiamo cercando di ridurre la produzione di CO2 e occorre ricordare che il rispetto ambientale è molto sentito nel nostro paese in cui il prodotto riciclato copre il 70% della produzione”. L’ambiente ed il verde sono sicuramente due fattori caratteristici della cultura lituana la maggior parte del territorio è occupata da boschi, laghi e terra. I lituani hanno un rapporto privilegiato con la natura e per essa nutrono un profondo rispetto. Una curiosità singolare è che ogni abitante si vanta di aver piantato un albero nella propria vita e l’amore verso l’ambiente viene insegnato fin da bambini.

ALLA DOMANDA: QUALI SONO I 3 AGGETTIVI PER DESCRIVERE L’ESSENZA DI QUESTA REALTÀ INDUSTRIALE in cui lavorano 700 addetti, comprendendo tutti i settori di attività su una superficie di 57 ettari (pari a 570.000 metri quadrati) Pangonis ci ha risposto in modo chiaro e sintetico: “Piccola, flessibile e giovane sono i tre aggettivi che possiamo usare per descrivere Grigiskes: piccola perché considerando le nostre dimensioni nel settore del tissue siamo una piccola realtà; flessibile perché rispondiamo in modo veloce alle richieste di mercato e giovane perché nonostante la nostra storia abbiamo un team di giovani che lavorano nei diversi settori aziendali apportando creatività e nuove idee che ci permettono di lanciare sul mercato nuovi prodotti, come i rotoli igienici colorati Grite Vivo, un format concepito e promosso per soddisfare le esigenze di tutta la famiglia e veicolato da una campagna pubblicitaria ad hoc con tre testimonial di eccezione: Simo, Manto e Ievos 3 bambini che sintetizzano le possibili scelte per tutti i componenti della famiglia” . Grigiskes può essere definita non solo piccola, giovane e flessibile ma anche leader del mercato Lituano.