

PROFILI DI AZIENDA

Grupo Tivoli: la nostra idea ci rende differenti

Offrire qualcosa di diverso sul mercato dei prodotti tissue. Prodotti che si differenzino per il loro valore aggiunto e che siano capaci di soddisfare i diversi bisogni dei consumatori.

Maura Leonardi

Scrivere questo articolo sul Gruppo spagnolo Grupo Tivoli mi porta alla mente una considerazione che ultimamente faccio spesso viaggiando: non esiste più l'oggetto tipico di un posto, quella cosa che trovi solamente visitando quella città o quel paese. Oggi troviamo tutto e da tutte le parti, perdendo quel sapore della peculiarità di una località, di una città o di un paese. Lo stesso accade ogni giorno andando al supermercato dove troviamo più o meno distese di rotoli in carta tissue ben confezionati in pacchi da un minimo di 4 fino a 24 o 36 rotoli.

MA COME POSSIAMO OFFRIRE PRODOTTI DIFFERENTI, E CAPACI DI ATTRARRE L'ATTENZIONE DEI CONSUMATORI? Il Grupo Tivoli di Las Palmas (Gran Canaria) ha raccolto la sfida passando dalla distribuzione dei prodotti in carta tissue alla produzione degli stessi. Da trent'anni, Grupo Tivoli, opera sul mercato come distributore di noti brand della carta tissue; conosce il mercato e il valore di un prodotto che sia oggi facilmente riconoscibile perché diverso.

JOSÉ CARLOS RODRÍGUEZ MARRERO, DIRETTORE DEL GRUPPO, E JOSÉ GÓMEZ GUEDES, SUO SOCIO, hanno intrapreso questa nuova sfida imprenditoriale con tanta energia, passione e volontà. Come tecnologia si sono affidati all'esperienza Fabio Perini con una linea di trasformazione modello Sincro 4.5 Evo per la produzione di rotoli igienici, asciugatutto e rotoli industriali o meglio conosciuti come "centometros", ovvero un concentrato di carta perfetto per i milleusi domestici e non solo.

Gran Canaria conta 838.597 abitanti, un numero che arriva fino a due milioni nei periodi di alta stagione che va da ottobre ad aprile, trasformando l'Isola in un posto sicuro per chi cerca un rifugio dal freddo inverno che colpisce i paesi del Nord e Centro Europa; qui si concentra il maggior numero di centri commerciali per metro quadrato. L'elevato numero di turisti mette in evidenza come, sia il settore HORECA (Hotel/Restaurant/Café), sia il settore consumer per i prodotti in carta tissue, siano dei segmenti con elevate potenzialità di crescita.

IL GRUPO TIVOLI HA INIZIATO NEL 1981 A DISTRIBUIRE SULL'ISOLA ROTOLI (IGIENICI, DA CUCINA E ROTOLOTTI) E PRODOTTI PER LA CURA DELLA PERSONA come pannolini per bambini e per signora di noti marchi francesi. Nel corso degli anni ha seguito in modo indiretto gli avvenimenti del panorama del mercato del tissue, contraddistinto negli anni '90, da una serie di acquisizioni, fusioni, cessioni le cui conseguenze si ripercuotevano anche nella distribuzione delle referenze tissue sul mercato locale di Gran Canaria.

Come conseguenza delle varie vicissitudini strutturali, nel 1995 Tivoli è diventato anche la piattaforma distributiva per famosi marchi italiani e allo stesso tempo ha appaltato la produzione di una linea di prodotti a marchio proprio a trasformatori italiani.

L'arcipelago Canario è formato da sette isole principali, di origine vulcanica. Dal punto di vista amministrativo, tale arcipelago si divide in due province: Las Palmas, dalla quale dipendono Gran Canaria, Lanzarote e Fuerteventura, e Santa Cruz de Tenerife, dalla quale dipendono Tenerife, La Palma, La Gomera, El Hierro.

IL CONSUMO DI CARTA TISSUE NELL'ARCIPELAGO CANARIO È OGGI DI 14.000 TONNELLATE L'ANNO, e l'obiettivo di produzione del Grupo Tivoli punta alle 200 tonnellate per mese, finalizzate al rifornimento sia delle catene distributive sia del settore HORECA.

José Carlos e José Gómez hanno le idee chiare in merito allo sviluppo del loro business che ruota attorno a tre punti fondamentali: creazione di un brand dedicato al settore HORECA; produzione e promozione di un loro brand per il segmento di consumo; produzione per conto terzi di marche private per soddisfare l'esigenza delle piccole catene

distributive che non possono avere un loro brand a causa dei bassi quantitativi richiesti.

La filosofia del Gruppo sarà improntata su creatività e flessibilità. La creatività sarà declinata nell'ambito della produzione del loro marchio, puntando a conquistare una nicchia di mercato delle isole Canarie non completamente soddisfatta dall'offerta attuale.

LA FLESSIBILITÀ SERVIRÀ A CAVALCARE L'ONDA DELLA ORIGINALITÀ ATTRAVERSO PRODOTTI CHE DIANO UNA VENTATA DI FRESCHEZZA SUGLI SCAFFALI AFFOLLATI. Le catene dei supermercati sono dominate dalle multinazionali che propongono in serie confezioni di rotoli omologati, per contrastare questa massiccia presenza di referenze più o meno simili, la loro intenzione è quella di proporre promozioni attrattive per i consumatori stanchi e annoiati dalle solite attività di vendita.

IL LORO OBIETTIVO DI DIFFERENZIAZIONE, VA OLTRE IL MERCATO CANARIO, IN QUANTO PENSANO AD UN PRODOTTO DEDICATO ESCLUSIVAMENTE AL MAROCCO, un mercato in cui "vogliono sbarcare" esportando un prodotto ad-hoc, di qualità inferiore rispetto al mercato spagnolo e con poco valore aggiunto visto il basso consumo dei rotoli. Il fine è quello di conquistare una loro quota di mercato in modo da poter crescere nel tempo sfruttando appunto la posizione geografica strategica di Gran Canaria.

L'idea è molto chiara e l'obiettivo ambizioso e non nascondono il timore nell'intraprendere questa nuova avventura imprenditoriale che stanno affrontando con molto coraggio.

LA SCELTA DELLA FABIO PERINI S.P.A. QUALE FORNITORE AFFIDABILE PER LA TECNOLOGIA E PER LA CAPACITÀ DI OPERARE DA PROFESSIONISTA A 360° NEL SETTORE, mettendo a disposizione conoscenze e competenze utili per il loro ingresso in questo "nuovo" business, è il primo passo verso il successo.

La volontà e la capacità di lavorare, unita all'intenzione di offrire un prodotto differente e al desiderio di sognare un futuro migliore fanno di questa azienda una realtà industriale ammirevole, una piccola oasi diversa in un deserto dove la parola d'ordine è diventata omologazione.

Sicuramente i più coraggiosi sono coloro che hanno la visione più chiara di ciò che li aspetta, così della gloria come del pericolo, e tuttavia l'affrontano. (Tucidide). •