

PROFILO DI AZIENDA

Florycart la passione è di casa

Spesso le grandi imprese nascono da piccole opportunità. (Demostene). La cerimonia di inaugurazione dei nuovi stabilimenti tenutasi il 13 Settembre 2009 ha dato il via per Florycart ad un nuovo corso imprenditoriale con il passaggio di consegne da Renzo Ghilarducci, fondatore dell'azienda, a Simone e Renza i figli. Tutto è nato per caso nel 1972 quando il Sig. Ghilarducci ha iniziato l'attività di produzione dei rotoli in carta tissue. Erano gli anni del boom economico e Florycart ha iniziato a muovere i primi passi nel mercato del tissue passando dal business delle scope alla trasformazione dei rotoli. Una piccola opportunità che le ha permesso di diventare un gioiellino fatto di efficienza, passione e intraprendenza.

Maura Leonardi

Essere imprenditori significa rischiare, mettersi in gioco, affrontare le difficoltà di ogni giorno con la Testa, il Cuore quindi la Passione ed il Coraggio. Tre attitudini che Florycart possiede e dimostra ogni giorno nel suo modus operandi. E' un'azienda giovane, dinamica e flessibile con una grande esperienza alle spalle in cui forza e volontà sono alla base delle scelte d'impresa. Florycart, 100% a conduzione familiare, è un piccolo tesoro fatto di passione, impegno e lavoro un esempio imprenditoriale da cui emerge un forte attaccamento alla propria storia e alle proprie radici. A distanza di oltre 30 anni, dalla sua fondazione, un'altra piccola opportunità ha permesso a Florycart di rimettersi in discussione. Con una diversa visione del mercato ed una buona dose di intraprendenza l'azienda ha intrapreso un nuovo percorso imprenditoriale in un momento di crisi economica generale e quando la parola rischio è diventata un tabù per molti.

"L'ECONOMIA NON SI FERMA MAI, AL MASSIMO RALLENTA ed è nei momenti come questo che le aziende si mettono alla prova e si confrontano con il mercato. Florycart ha sempre creduto e crede tutt'oggi nelle sue possibilità di crescita, per questo vogliamo crescere in qualità del prodotto finito, nei servizi, mantenendo un elevato livello di competitività. L'affidabilità è la nostra garanzia." Ci spiega Marina Unguentini - Direzione Generale di Florycart -. L'azienda ha saputo leggere il 2009 come un bicchiere mezzo pieno cogliendo le opportunità del momento di recessione. La diminuzione del costo delle materie prime, la frenata delle speculazioni finanziarie e la conseguente riduzione dei tassi di interesse e dell'inflazione hanno posto le basi per pensare a nuovi investimenti mirati a migliorare sia l'aspetto quantitativo ma anche qualitativo del prodotto e del servizio. Un momento favorevole in cui l'azienda voleva, doveva e poteva investire. Volere, potere e dovere sono stati i tre imperativi che hanno spinto l'azienda ad elaborare il nuovo piano di sviluppo industriale con un investimento finalizzato a rinnovare il parco macchine e il re-styling dell'Headquarter. Il momento di cambiamento ha coinciso anche con il passaggio di consegne dal padre (fondatore) ai figli nella gestione dell'azienda. Un passaggio generazionale che assicura continuità di gestione e di intenti, la sicurezza di un'attività a conduzione familiare ed una visione giovane e innovatrice al passo con i tempi attuali. L'azienda storicamente di piccole dimensioni ha sempre trasmesso ai propri partners commerciali la dedizione e la passione. La famiglia ha assunto un ruolo importante, di riferimento e con essa il valore della fiducia. Nei giorni nostri in cui il modello di Multinazionale docet e dove l'azionista diventa un'entità astratta e poco concreta, Florycart con la sua gestione familiare ed i valori ad essa correlati, è diventata un riferimento per tutto l'indotto. "La famiglia, la solidità sono stati sicuramente due catalizzatori del progetto che hanno trainato tutti i fornitori. La passione ha coinvolto i nostri collaboratori e le aziende parte in causa del progetto. Il nostro investimento era sicuramente pieno di tante aspettative e condiviso da tutti i partecipanti. In un momento di incertezza e di crisi economica come quello trascorso nel 2009 la speranza e la prospettiva di rimettere in moto il sistema produttivo è stata per molti una forte motivazione per credere in una ripresa, in un nuovo periodo di sviluppo." Continua Marina.

DA SEMPRE LA STRATEGIA DI FLORYCART È STATA QUELLA DI OFFRIRE UN PRODOTTO DI QUALITÀ con produzioni mirate a soddisfare un segmento del mercato alto di gamma in cui la qualità non è solo riferita al prodotto finito ma intesa come qualità totale ovvero di organizzazione aziendale e di tutto il processo produttivo: partendo dallo studio della goffatura, dall'estetica del rotolo fino ad arrivare al prodotto imballato nei pallets pronto per essere spedito. "Da un'analisi del mercato ci siamo accorti che nei momenti di recessione e crisi la domanda si specializza verso prodotti qualitativamente superiori, per questo abbiamo osato ed investito per incrementare la capacità produttiva, la qualità e la flessibilità." Afferma la Sig.ra Unguentini.

L'investimento è stato così articolato: aumento della capacità produttiva con ampliamento del parco macchine con una nuova linea di trasformazione modello FortyFive per la trasformazione di rotoli igienici e asciugatutto di Fabio Perini S.p.A.; un nuovo goffratore, sempre Fabio Perini S.p.A., per garantire maggiore flessibilità nella produzione; riorganizzazione degli spazi dedicati alla produzione, al magazzino e ai nuovi uffici.

LA NUOVA LINEA DI TRASFORMAZIONE HA PERMESSO A FLORCART DI INCREMENTARE L'OUTPUT E LA FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA ampliando la propria offerta con i prodotti a marchio Florì. Una gamma di prodotti igienici e asciugatutto dedicata alla fascia medio-bassa del mercato. Florì è stato creato per rispondere alle esigenze del mercato delle famiglie, un prodotto più conveniente per conquistare i consumatori che desiderano dei rotoli per la casa con un buon rapporto qualità/prezzo. Concept e strategia diversa invece per Florál "Bella in bagno e bella in cucina". Con questo claim Florycart presenta sul mercato la linea di prodotti dedicati all'igiene e alla pulizia della casa di qualità superiore che offre innovazione e design in un unico rotolo. Florál Cartafiorita con la sua trama ad effetto tridimensionale ottenuta grazie alla tecnologia Fusion Art Embossing®, brevettata dalla Fabio Perini S.p.A., offre le migliori prestazioni del prodotto in termini di resistenza, assorbenza e morbidezza. Novità anche nel packaging: colorato, nuovo, giovane, fresco ed accattivante, che ripropone la grafica del fiore creando continuità di immagine anche sullo scaffale. Innovazioni anche nel processo di imballaggio con l'armonizzazione delle linee di trasformazione e confezionamento. Un accorgimento tecnico che permette a tutte le linee di produzione di confluire su tutte le confezionatrici evitando così degli stop di produzione e garantendo massima flessibilità negli imballi: dal 2 rotoli al 42 rotoli sia foglio che busta. Anche per la pallettizzazione si parla di novità, con la creazione di due isole separate e dedicate a diversi formati. Flessibilità totale: un'offerta di quantità e qualità che rispecchia la filosofia dell'azienda mirata a competere sul mercato non con politiche di prezzo ma di prodotto.

GUARDARE AL FUTURO È SICURAMENTE LO SPIRITO CHE HA GUIDATO LA SCELTA DI FLORCART per poter offrire alla propria clientela delle novità capaci di conquistare il consumatore e creare nuove nicchie di mercato. Uno spirito innovatore che l'ha portata ad intraprendere un progetto pilota in collaborazione con la Regione Toscana nell'ambito dello sviluppo dei Sistemi di Qualità e Gestione di Ingegneria Logistica per la Piccola Media Impresa. La gestione del magazzino, completamente ridisegnato e concepito secondo un concetto di divisione degli spazi dedicati a materie prime, semilavorati in bobina, materie prime sussidiarie, prodotto finito commercializzato, è affidato ad un sistema a lettura del codice a barre collegato con i sistemi gestionali di produzione e controllo. Un progetto ambizioso che entrerà a pieno regime tra i tre e i cinque anni permettendo a Florycart di integrare nei propri processi produttivi tutte le informazioni necessarie da trasferire ai clienti i quali, a loro volta, potranno controllare direttamente gli stock delle proprie merci a magazzino, velocizzando i tempi di riordino del materiale, ottimizzando le risorse di produzione ed eliminando gli sprechi.

L'OBIETTIVO È QUELLO DI OFFRIRE AL CLIENTE UN SERVIZIO IN OTTICA NON SOLO DI POLITICA COMMERCIALE MA DI QUALITÀ DI TUTTO IL PROCESSO PRODUTTIVO con una garanzia sulla consegna del materiale fornendo delle informazioni importanti in merito allo status delle scorte di magazzino: per esempio le bobine destinate all'imballaggio, agevolando quindi una programmazione più puntuale anche nel cambio delle stesse con la possibilità di mettere a punto delle promozioni mirate in particolari periodi dell'anno. Il business di Florycart è indirizzato verso la fornitura di prodotti a marchio privato ed opera come un consulente, ascoltando le richieste del buyer e rispondendo quindi con prodotti specifici creati ad hoc. Per questo gli investimenti sono stati mirati a migliorare la produzione e l'organizzazione aziendale. Florycart si prende cura dei propri clienti, ascolta le esigenze e cerca di rispondere con dei prodotti adeguati.

"Alla base della nostra filosofia c'è ovviamente un concetto di business to business ma si tratta di una strategia adattata alle esigenze dei propri clienti fornendogli gli strumenti adatti per conquistare nuove fette di mercato. Noi lavoriamo al loro fianco fornendogli tutti gli strumenti idonei. Non dimenticarti mai per chi stai lavorando." Conclude con un sorriso e tanta energia Marina Unguentini. •