

[UN PRODOTTO INDUSTRIALE CHE CAMBIA]

Le catene come un sapone: ora puntano sulla pubblicità

Rossella Sirtori: «È una campagna per rafforzare il nostro marchio»

È un prodotto che non si trova al supermercato. Che non si compra al bar e nemmeno nel negozio sotto casa. È un prodotto tecnico che acquistano i tecnici sulla base di requisiti tecnici. Niente emozioni, nessun acquisto d'impulso, nessun "persuasore occulto" che frulla e plagia i cervelli, solo qualità, funzionalità, resistenza.

Tutto molto hard. Stiamo parlando di catene. E di uso industriale, per giunta. Le catene della "Sircatene". Che contravvenendo a giudizi o pregiudizi diffusi, ha avviato una campagna pubblicitaria sui suoi prodotti, neanche fossero coni gelati, dentifrici o saponi. Tra l'altro, è bella la pubblicità che la "Sircatene" ha lanciato sui media nazionali affidandosi alla creatività di un'altra azienda lecchese, la "Bianchi Errepi associati" di Pescarenico. Su uno sfondo bianco, "Sircatene" ha abbinato le sue catene a un pomodoro, a una Fiat 500, a una piastrella disegnata da Versace, a un piatto di tagliatelle. Tutto molto "italian style" e tutto legato alle lavorazioni nelle quali vengono usate le catene realizzate a Missaglia: produzioni alimentari, automotive, cemento, piastrelle e mattoni, pastifici.

Ma perché "Sircatene" si è messa a far pubblicità? «Credo molto - spiega l'amministratore delegato Rossella Sirtori (nella foto) - nella produzione del made in Italy. E con questa campagna vogliamo riaffermare i valori delle nostre tecnologie, del nostro estro e inventiva, del nostro stile di vita. Forse è insolito pubblicizzare un prodotto come le catene, ma mi conoscete: mi piacciono le cose nuove. E poi volevo promuovere il nostro marchio. La nostra forza sta nella nostra identità, che significa seguire il cliente dalla progettazione alla consegna del prodot-

to. Nel mercato delle catene - spiega la Sirtori - lavoriamo come una sartoria che taglia e cuce il vestito sulle misure del cliente. Solo in questo modo possiamo battere la concorrenza dei produttori cinesi che fanno prodotti standardizzati. I pubblicitari parlerebbero di una campagna di rafforzamento del "brand", del marchio, appunto. «È importante che i nostri clienti o quelli che possono diventarlo - sottolinea la Sirtori - imparino a riconoscerci al volo. Poi, chi ancora non ha lavorato con noi, imparerà a conoscere la qualità, l'affidabilità e la tecnologia delle nostre produzioni. È un tipo di approccio al mercato molto americano, ma sono convinta che serva».

E poi ci sono gli stakeholders del territorio, i soggetti con cui l'azienda di Missaglia entra in contatto e lavora. «Sì, c'è anche questo aspetto. In particolare, mi piace che i miei collaboratori, tutti i dipendenti della "Sircatene" sentano forte lo spirito di appartenenza ad un gruppo forte e coeso. È bello e importante se c'è questo sentimento. Dopo questa campagna - continua la Sirtori - ne avvieremo un'altra, con le fotografie di alcune fasi della nostra produzione».

Sulla pubblicità, oltre al marchio "Sircatene", che è la hol-

ding, compaiono quelli delle altre imprese del gruppo: "Fossati catene" di Missaglia, "Châines Fortia" di Parigi, e "Sirconveyors" di Monticello Brianza. In totale, il gruppo di Missaglia dà lavoro a 110 persone, per un fatturato 2010 di 22 milioni, il 76% dei quali realizzati in ottanta mercati esteri. Lo scorso anno, i ricavi del gruppo sono stati in linea con quelli del 2009: «Resta una congiuntura diffici-

le - nota Rossella Sirtori - i segnali di ripresa restano contraddittori. E molte aziende sono alle prese con criticità finanziarie. Sono convinta - continua l'amministratore delegato di "Sircatene" - che anche il 2011 sarà in linea con gli ultimi due anni. E solo nel 2012 la ripresa avrà un carattere più deciso».

Vediamo ora nel dettaglio il profilo delle quattro aziende del gruppo di Missaglia. "Sircatene" occupa 75 dipendenti e produce catene speciali per il trasporto e la trasmissione. In "Fossati catene" lavorano 18 persone che producono catene di piccole dimensioni che vengono vendute soprattutto alle imprese dell'alimentare. La "Châines Fortia" occupa 20 addetti e come la "Sirconveyors" (10 lavoratori) produce catene forgiate.

Gianluca Morassi

[]

«Nel mercato delle catene lavoriamo come una sartoria che cuce i vestiti su misura»



[SCHEDA]

110

Nel complesso, il gruppo "Sircatene" di Missaglia dà lavoro a 110 persone, per un fatturato 2010 di 22 milioni.

4

Sono quattro le aziende riunite nel gruppo di Missaglia. "Sircatene" occupa 75 dipendenti e produce catene speciali per il trasporto e la trasmissione. In "Fossati catene" lavorano 18 persone che producono catene di piccole dimensioni che vengono vendute soprattutto alle imprese dell'alimentare. La "Chaines Fortia" occupa 20 addetti e come la "Sirconveyors" (10 lavoratori) produce catene forgiate.

80

Nel 2010, "Sircatene" ha realizzato ricavi per 22 milioni (in linea con il risultato dell'anno precedente). E anche nel 2011 il fatturato della "Sircatene" dovrebbe assestarsi su questi livelli. Il 76% delle vendite dell'azienda di Missaglia è stato realizzato all'estero: "Sircatene" è presente in 80 paesi.

Missaglia è stato realizzato all'estero: "Sircatene" è presente in 80 paesi.

