

il bagno

OGGI E DOMANI

rivista con il patrocinio di ASSOBAGNO - DBIINFORMATION SPA - ANNO 43 - GIUGNO/LUGLIO 2017 - www.ilbagnonews.it



IN COPERTINA LINEE IN FUGA PER
UNA STRUTTURA DECISA E INTEGRATA:
È LA NUOVA **OPERA DI NOVELLINI**
SMART HOME, **SMART BATH**
EXPORT-ARE NEL PAESE DEI TULIPANI

AQUAELITE ORA È... AQUAELITE

L'abbiamo conosciuta quando iniziava a muovere i suoi timidi primi passi nel mondo dell'arredo bagno. Discreta ma sicura, come quando si è forti di un ricco bagaglio di esperienza e dotati di curiosità e buon senso. A distanza di quattro anni, quest'anno, è pronta per partecipare al suo primo Cersaie, con uno stand tutto suo e novità importanti. Ormai è Aquaelite

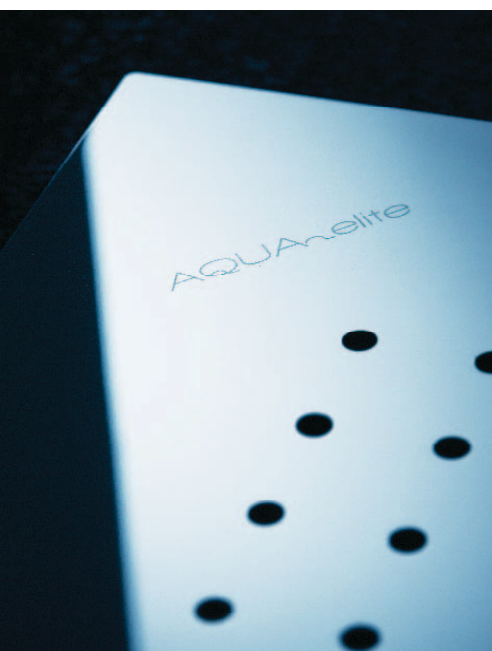
text by **Cristina Mandrini**



La storia di Aquaelite è la storia di Paolo Civelli, oggi AD del giovane marchio italiano di soffioni doccia, nato quattro anni dall'azienda di famiglia con sede a Gavirate, terzista dalla fondazione, dalle cui macchine sono nati molti rinomati prodotti in acciaio per i cataloghi delle più importanti rubinetterie italiane "griffate". In questo contesto altamente performante si è formato Paolo Civelli, affiancando i progettisti che disegnavano rubinetti e soffioni, e curiosando alle spalle degli operai che con maestria artigianale li realizzavano per soddisfare una prestigiosa clientela. E poi girando i mercati, le fiere, gli showroom. Fin qui è la storia di tanti "figli d'arte". Dal 2013 in poi è invece la sua storia personale. Da quando cioè ha deciso di scommettere sulle sue competenze e

“Aquaelite è stata una sfida e una scommessa, il desiderio e la voglia di sottoporre alla prova del mercato la qualità della nostra manifattura e del nostro sapere fare prodotti in acciaio”.

Paolo Civelli, amministratore delegato di Aquaelite



IL NUOVO SITO AQUAELITE

Sempre attenti alla comunicazione e alla brand identity, Aquaelite in quattro anni ha segnato passi enormi anche nel campo della comunicazione.

L'ultima novità riguarda il sito aziendale, completamente rinnovato. Ce lo racconta Alice Fornasari, responsabile comunicazione per Aquaelite.

“Il restyling è stato necessario perché il web viaggia veloce e cambia in modo repentino. Parola d'ordine del restyling è stata “riconoscibilità”. Per cui sono stati ripresi e adottati gli stessi colori e lo stesso mood dei nostri cataloghi, per allinearci completamente alla personalità Aquaelite. Si tratta comunque di un sito di servizio, con un'area riservata ai clienti in cui muoversi privatamente e assemblare le informazioni utili ciascuno per la propria strategia di vendita e la gestione del cliente. Per cui informazioni di prodotto, schede tecniche e istruzioni. È un sito molto dinamico e flessibile, proprio come Aquaelite”.

sul suo intuito per lanciare una nuova attività e fare nascere un nuovo soggetto, Aquaelite, che oggi sul mercato si pone con una identità industriale ben precisa e all'interno di confini stilistici originali.

Paolo Civelli, quando Aquaelite ha cominciato a essere davvero... Aquaelite?

“Probabilmente da quando io e la mia squadra abbiamo iniziato a prendere consapevolezza di avere vinto la nostra scommessa. Perché questa è stata all'inizio, quattro anni fa, quando abbiamo deciso di creare una nuova azienda in un momento di mercato difficile, una sfida. Avevo però desiderio di mettermi in gioco e di uscire allo scoperto per mettere alla prova quel potenziale

“nascosto” fino ad allora, messo a disposizione solo della clientela conto terzi. La storia e la struttura terzista dell'azienda hanno rappresentato per Aquaelite un importante paracadute, ma tutto il resto era un rischio da affrontare. Con buon senso, senza azzardo. Così abbiamo realizzato la prima brochure, abbiamo calpestato le prime fiere da visitatori, abbiamo iniziato a distribuire i primi articoli finiti. ...

Un'avventura iniziata dal Sud dell'Italia, vero?

“Sì, in Sicilia abbiamo incontrato il nostro primo distributore di fiducia. È nata subito una grande sintonia e un bel rapporto non solo professionale. Uniti dalla stessa grinta e dalla voglia di vincere la scommessa abbiamo intrapre-

In apertura il soffione a incasso a controsoffitto in acciaio inox 316 anche nella versione rotonda con braccio.



Nella foto in alto il nuovo showroom allestito presso la sede Aqualite, e uno stampo.



in Italy: noi studiamo il prodotto sia dal punto di vista tecnico che estetico, curiamo molto la scelta dei materiali e il processo di produzione. Nei nostri prodotti non c'è dubbio sull'origine dei pezzi che lo compongono. Oltre a questo, ciò che ci viene riconosciuto oggi è anche la qualità di un servizio snello e personalizzato.

Un punto di forza di cui avete fatto il vostro pay off: "Aqualite realizza desideri"...

"Progetti su misura, in tempi brevi, e unici per la cura del dettaglio che ci appartiene e che permette ai nostri clienti di non avere prodotti standardizzati ma unici per formati e soluzioni tecniche".

Quanto ha inciso l'utilizzo dell'acciaio come materiale distintivo dei vostri soffioni?

"Oltre al fatto che è un materiale che per noi non ha segreti, è stato comunque fondamentale per il riscontro da parte del mercato. Per i nuovi prodotti oggi siamo passati all'acciaio 316, il top, compatibile con tutte le normative ambientali. Per quanto riguarda le parti in plastica, ci affidiamo a plastiche scelte e sicure, usate anche nel mondo alimentare o farmaceutico".

Quanto invece il design? Quest'anno per la prima volta state collaborando con un designer esterno.

"Il design rappresenta un valore importante fin dall'inizio della nostra avventura, anche se finora è stato gestito internamente sulla scia del know how interno. Per la prima volta quest'anno invece abbiamo deciso di collaborare con un giovane designer emergente, Alessandro Canepa. Senza anticipare troppo, possiamo dire che si tratterà di qualcosa che adesso non esiste, e che darà al cliente la possibilità di comporre il prodotto a modo suo, come fosse un puzzle. Non cambierà solo il design, ma il concetto del soffione, a partire dalla scelta dei materiali, che saranno l'acciaio, ovviamente, per le parti nobili e la plastica per le parti tecniche. Ciò significa alleggerire il prodotto... e il suo peso economico".

Come vi presenterete al vostro primo Cersaie?

"Con Alessandro oltre alla nuova linea di prodotti abbiamo studiato lo stand, da dove vorremmo raccontare al pubblico della fiera il nuovo modo di pensare all'ambiente doccia sviluppato da Aqualite (al pad.30 - A10, ndr). Lo stand richiama il nuovo showroom aziendale e il mood che vorremmo esportare nei vari showroom di chi ci darà fiducia... di sicuro ci sarà tanta acqua!".

so con lui un cammino che poi, piano piano e grazie al passaparola, ci ha permesso di risalire l'Italia da... giù al Nord!"

In quattro anni che cosa è successo? A che punto siamo?

"Aqualite è in continua crescita, sia sul mercato italiano da cui siamo partiti, sia sui mercati stranieri, dove pensiamo di avere un grande potenziale. La nostra gamma di prodotti si fa sempre più completa per potere offrire ai nostri clienti una scelta sempre più ampia, sia in ambito residenziale che contract. Anche in un momento di mercato critico, insomma, noi stiamo raccogliendo. A distanza di quattro anni, l'export è passato da zero al 30% del fatturato con picchi di crescita soprattutto negli ultimi due anni".

Il segreto di questa crescita?

"Nulla di strabiliante ma vero: offrire solo prodotti di qualità e conquistare la fiducia delle persone con cui lavoriamo grazie alla serietà e alla velocità con cui riusciamo a rispondere alla domanda".

In quali Paesi esteri vi siete stabilizzati finora?

"Oggi siamo presenti negli Emirati Arabi, in generale, e in India dove abbiamo un'agenzia. In Europa soprattutto al Nord ma anche in Francia e Spagna. E poi stiamo iniziando a dialogare concretamente con alcuni paesi dell'Est Europa, ex Russia, e con l'Albania".

Il fatto che riusciate a conciliare le esigenze di culture e stili così lontani tra di loro ci racconta già molto del prodotto Aqualite...

"Corretto. Uno dei nostri punti di forza è proprio la flessibilità e la customizzazione del progetto, che implica però anche una approfondita conoscenza del mercato che si vuole affrontare".

Quali sono i valori fondanti del marchio e della produzione Aqualite?

"Chi ha scommesso su di noi ha trovato autentico Made