

EMPRESSES

Freccan planeja exportar d'aquí a cinc anys el 60% de les campanes

INTERNACIONALITZACIÓ. El fabricant de campanes de vidre vol començar pels mercats de la UE, per tot seguit abastar els mercats d'Amèrica **OFERTA.** Aspira a guanyar el segment de mercat mitjà alt amb el disseny

JORDI GARRIGA
SENTMENAT

El fabricant de campanes de cuina Freccan vol basar el seu creixement futur tot aprofundint en la internacionalització. L'empresa de la família Cruells, que fins ara havia circumscrit el seu recorregut als mercats exteriors a Portugal i França, pretén que en el termini de cinc anys les vendes realitzades fora del mercat espanyol assoleixin el 60%. Com diu el director comercial de l'empresa, Denis Artuso, "hem d'aprofitar la crisi, perquè si una empresa es concentra en un únic mercat, acabes tenint un problema i, en canvi, si el negoci es distribueix en un nombre ampli de mercats, uns compensen els altres". De fet, com reconeix Artuso, sortir als mercats internacionals era un vell propòsit d'aquesta empresa de Sentmenat (Vallès Oriental), i la conjuntura de crisi ha fet accelerar la iniciativa.

MÉS EVOLUCIONATS. "Volem iniciar la nostra expansió internacional pels mercats de la Unió Europea, ja que són els que millor han evolucionat en la demanda de qualitat i disseny en les campanes", anota Denis Artuso. Justament, Freccan acaba d'irrompre amb força al mercat, amb la col·lecció Aire 2010, de 50 models i 400 referències. També es vol iniciar l'assalt als mercats internacionals amb els diversos estats d'Amèrica, de nord a sud, atès que "el producte de qualitat està guanyant en demanda. A més, en aquests mercats podem comptar amb l'avantatge de l'idioma i el fet que tradicionalment les companyies espanyoles han estat sòcies dels emprenedors locals". En una fase posterior d'aquest procés d'exploració dels mercats globals, Freccan proposa entrar

FRECCAN

FACTURACIÓ

15 M €

TREBALLADORS

60

FUNDACIÓ

1984

● En els darrers temps l'empresa ha fet una important inversió en robòtica i tecnologia a la seva planta magatzem de Sentmenat, on es produeix actualment la meitat dels models de campanes que l'empresa ven arreu del món, sobretot els que es fabriquen en acer. Així mateix, la fàbrica valencina permet també a l'empresa de la família Cruells personalitzar i produir a mida, segons les necessitats de determinats clients.



Denis Artuso, l'home que vol impulsar les vendes exteriors de la marca JUANMA RAMOS

als estats del nord d'Àfrica i del Pròxim Orient, que "també han mostrat en els darrers anys una gran evolució pel que fa al consum de campanes com les que fabriquem a Freccan".

I d'on són els principals competidors als mercats internacionals? "Fonamentalment, els italians, que ocupen gairebé el 60% del mercat. Per això nosaltres volem situar-nos en els grans mercats amb un nivell de disseny semblant al de les marques italianes, aportant a més a més la contrastada qualitat alemanya, que aporten els motors EBM, que es caracteritzen pel seu alt rendiment i el poc soroll que fan".

MÉS INGRESSOS. L'exportació ha de servir perquè Freccan faci un salt endavant en les vendes, que l'any passat van representar 15,3 mi-

lions d'euros, una xifra al voltant de la qual giraran els ingressos previstos per al tancament del 2010. En aquesta expansió geogràfica, Freccan vol reforçar la marca tot destacant que és un producte *made in Bar-*

celona, i "aprofitar el dinamisme de Barcelona com a reclam comercial", assenyala Artuso. Per tal que la marca comenci a sonar, Freccan vol ser present en les fires més importants del sector, com ara Sicam, que

tindrà lloc l'octubre vinent a Pordenone (Itàlia) i que aplegarà els principals professionals d'accessoris de mobles de cuina i els productors de campanes més importants. La firma també es planteja anar a Colònia (Alemanya), el mes de gener, per participar en la cita que aplega els més importants fabricants de mobles d'Alemanya. L'empresa de Sentmenat disposa actualment d'un equip de 27 agents comercials, i el seu objectiu, com explica el seu director d'exportació, "és durant els pròxims dos o tres anys, viatjar als punts clau de venda".

MITJÀ ALT. Les campanes de Freccan volen arribar a un segment de client mitjà alt, "amb un preu de gamma mitjana però de qualitat alta", com assenyala Artuso, que insisteix que el producte que ofereixen "és ac-

cessible per a un gran sector de consumidors, que trobaran en les nostres campanes les prestacions que tindrien en un producte fet a mida". L'oferta de l'empresa es caracteritza per la seva riquesa, organitzada al voltant de cinc gammes (Ligth, Wall, Select, Solution i Eco), amb models tipus làmpada, de paret, amb disseny de T invertida i altres. "Els distribuïdors volen gammes am-

Vol reforçar la marca tot destacant que és un producte fet a Barcelona

plies per poder oferir als clients més oferta. Tot i que al capdavant, en quinze models es pot concentrar el 80% de les vendes, cal que hi hagi molts productes secundaris per aguantar la marca», explica Denis Artuso.

Freccan ha realitzat importants inversions en el seu departament d'R+D+i i en el desenvolupament de nous processos industrials, fins a 600.000 euros al llarg del 2010 i 400.000 previstos per a l'any vinent, per tal de treure al mercat campanes amb components innovadors, com ara el baix nivell de remor i la il·luminació LED.

Així mateix, també s'ha realitzat un esforç inversor en logística perquè des de la planta de Sentmenat es puguin servir els models del nou catàleg en 24 hores.

A Freccan, com assegura Artuso, no temen la competència asiàtica: "Per arribar als nostres nivells de qualitat han de fer un llarg recorregut. En tot, cas, països com ara la Xina són una oportunitat per a nosaltres, per poder tenir quota de mercat."

HISTÒRIA

Inicis de distribuïdor

La companyia que dirigeix Santi Cruells va néixer fa 21 anys com a distribuïdor d'electrodomèstics i de campanes de cuina d'altres marques. En una segona fase, la companyia va passar a ser proveïdor de marques alemanyes i italianes, per a les quals servia, a més de campanes, aigüeres i

taulells de cuina. La fabricació va començar de fet fa quinze anys, amb treballs a mida en acer, i de mica en mica es va evolucionar en la fabricació de campanes i aigüeres sota la marca Freccan i taulells de cuina Bautek. El 2009 va adquirir la totalitat de les accions de les marques Foster i Bautek.