



www.dierre.com

Tecnologia, innovazione, design e sicurezza

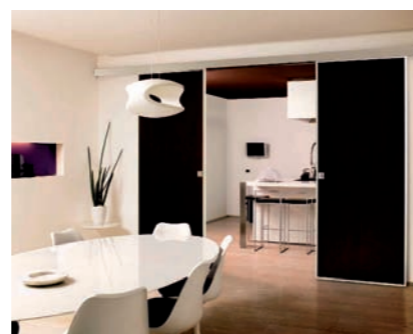
Mercato

Una porta non è solo un ingresso. Indica l'accesso a una zona fondamentale e in molte culture varcarla segna il rito di passaggio da uno stadio all'altro della vita. Può essere aperta o chiusa, come recitava il titolo di una commedia di Alfred de Musset. E' soprattutto il simbolo dello spazio segreto che vi sta dietro. Anche azzerando il peso della metafora, il settore dell'edilizia abitativa, industriale e commerciale ha sperimentato negli ultimi anni in Italia una fase di crescita costante. E in questo ambito chiusure e serramenti oggi fanno la parte del leone, in un mercato che raggiunge un giro d'affari valutato intorno ai 1500 milioni di euro. La natura prevalentemente artigianale dei prodotti ha reso il settore frammentato, sia per il tipo di offerta sia per numero di player, oscillanti dai circa 200 del segmento delle porte per interni ai 20 presenti nel campo dei serramenti.

La capacità di cogliere in anticipo i cambiamenti ha fatto del nome Dierre un marchio leader. Dietro questa vocazione ci sono idee e persone. C'è una famiglia di imprenditori - i De Robertis - che da sempre persegue un obiettivo: creare prodotti capaci di coniugare estetica e funzionalità, tecnologia e arte, innovazione e comfort.

Risultati

Tecnologia avanzata, cura per i dettagli. Dierre è la società leader nel mondo nella produzione di porte blindate e leader in Italia nella produzione e vendita di porte per interni e serramenti per esterni. Primati che si traducono in numeri importanti: il gruppo ogni anno produce 200 mila porte blindate, 110 mila controtelai per porte a scomparsa, 80 mila porte per interni, 90 mila chiusure tagliafuoco, 45 mila porte multifunzione, 10 mila persiane blindate, 25 mila portoni da garage e più di 300 mila serrature e casseforti. La produzione è localizzata interamente in Italia, con cinque siti industriali che coprono una superficie di oltre 100mila mq e impiegano più di 1000 dipendenti. Il fatturato annuale di Dierre, che supera i 160 milioni di euro, rappresenta circa il 10% del giro d'affari complessivo del mercato delle chiusure e dei serramenti e conferma la leadership del marchio, sia per vendite sia per numero di segmenti di prodotto. Una supremazia che l'azienda sostiene con investimenti in ricerca e sviluppo, arrivati a superare negli ultimi cinque anni i 30 milioni di euro. La presenza di Dierre sul territorio si articola in modo differenziato per tipologia di servizio e di prodotto. Fiore all'occhiello dell'azienda sono i Dierre Partner, una rete di oltre 300



rivenditori selezionati da Dierre che garantiscono alta qualità del servizio, competenza e attenzione al cliente con l'offerta in esclusiva di una gamma "top" di prodotti. Completano l'alleanza strategica della rete i Dierre Key Point, ferramenta qualificate, e Dierre Technical Service per l'assistenza tecnica. Anche sul piano internazionale Dierre ha realizzato importanti partnership commerciali, in particolare in Spagna, Portogallo, Francia, Grecia e Polonia.

Storia

La prima società venne fondata nel 1975. Da quella data in poi Alessandro e Vincenzo De Robertis hanno puntato alla realizzazione di un percorso di crescita costante, con l'obiettivo di migliorare le proprie performance grazie a prodotti che uniscono il rispetto della tradizione alla spinta all'innovazione di un grande gruppo industriale. Nel 1978 l'azienda ha lanciato la prima porta di sicurezza industrializzata, creando così un nuovo mercato: dal primo stabilimento di Villanova d'Asti e dalla originaria produzione di porte di sicurezza, il successo di Dierre si è consolidato grazie all'ampliamento della gamma e all'espansione all'estero.

Prodotto

E' sicuramente l'oggetto più simbolico della casa. Si apre, si chiude. Alla porta si bussa, oppure la si può sbarrare. Attraversandola si accede a condizioni diverse dell'esistenza. Addirittura a un altro stato della coscienza, come scriveva Algernon Blackwood, perché inevitabilmente conduce davanti a persone diverse e a una diversa atmosfera. La porta è il confine fra due mondi, la linea di separazione fra il dentro e il fuori. E se è vero che i serramenti devono innanzitutto proteggere, altrettanto importante è l'integrazione armonica con i gusti di chi abita quello spazio. Per



questo Dierre offre una gamma infinita di forme e colori: prodotti "su misura" creati per rispondere alle esigenze di ogni cliente. Fra le proposte per interni spiccano le porte laccate (trattate con un processo esclusivo brevettato), e le porte in legno massiccio, tradizionali nel materiale ma innovative nel design (con componenti in vetro acidato). Dierre completa la propria offerta al cliente con un efficace servizio di assistenza post vendita: un pool di tecnici specializzati in grado di operare con rapidità, precisione, efficienza.

Sviluppi recenti

A partire dal momento della fondazione, la ricerca di soluzioni tecniche innovative è stata una delle caratteristiche di Dierre, come testimoniano gli oltre 50 brevetti depositati. Tra i più recenti: la serratura elettronica motorizzata Elettra (1995), la serratura a controllo elettronico D-Code (1996) e la chiave a scatto Jack-Key (2005) e l'innovativa Pod Key (2008), la chiave per la serratura a doppia mappa d'eccellenza dall'elegante guscio protettivo.

Obiettivo di Dierre è sviluppare il concetto di sicurezza a 360°, offrendo non solo porte di sicurezza, ma anche grate e persiane anti-effrazione, persiane in acciaio e legno e grate anti-sfondamento, tutte certificate secondo la norma ENV 1627.



Promozione

Solidità, sicurezza, fascino. Quelli che sono da sempre i cardini del successo Dierre hanno trovato un nuovo prestigioso testimonial. Dopo Sharon Stone, icona assoluta di bellezza ed eleganza, il nuovo partner d'eccezione è Andy Garcia, attore e regista cubano protagonista della nuova campagna stampa ideata dall'agenzia Armando Testa. Connubio ideale: l'azienda che ha fatto della sicurezza e del design il suo valore primario è

tornata a corteggiare uno dei nomi più affermati del cinema mondiale. E Andy Garcia ha accettato l'invito riconoscendo nel successo il filo rosso che lega la sua luminosa carriera alle autorevoli performance di Dierre. La star americana è l'ultima scelta vincente nella comunicazione, settore a cui il brand ha sempre riservato particolare attenzione (diventando tra l'altro il primo editore di documentazione tecnica destinata ai propri rivenditori e clienti). Se la scommessa più ardua fu lanciata nel 1993 con il primo spot televisivo mai



Forse non tutti sanno che

- Dierre sta per "D" e "R" le iniziali della famiglia De Robertis, che ha fondato la società nel 1975.
- Dierre ha creato Elettra: la prima porta elettronica motorizzata che si apre con un solo gesto e comunica con il padrone di casa.
- Grazie alla costante attività di ricerca, Dierre possiede oltre 50 brevetti depositati ed è stata segnalata fra le prime 500 imprese europee e le prime 100 imprese italiane tecnologicamente più avanzate.
- Nel 1978 Dierre ha lanciato per prima in Italia la porta blindata a livello industriale.
- Portava il marchio Dierre, nel 1993, la prima campagna televisiva per una porta di sicurezza.

realizzato per una porta blindata, oggi Dierre è il maggiore investitore in comunicazione del settore e detiene una brand awareness da leader indiscusso.

Brand values

La forza e la bellezza. Un binomio ricercato praticamente da tutti, ma difficile da realizzare. L'estetica applicata alla sicurezza presuppone impegno costante nell'innovazione e nessuno sconto nella ricerca della qualità. L'offerta deve garantire tecnologia all'avanguardia tradotta in una vasta gamma di porte e serramenti adattabili a ogni arredamento e a tutte le personalità. E' su questi valori che Dierre ha fondato il proprio successo, interpretando le esigenze di una società in rapida evoluzione con prodotti sempre al passo con i nuovi stili di vita.

1975

Alessandro e Vincenzo De Robertis fondano la loro prima società, che diventerà la Dierre. Esce sul mercato la prima porta di sicurezza industrializzata.

1995

Dierre è la prima società italiana a ottenere la certificazione CSI Cert per le chiusure tagliafuoco. Viene brevettata la serratura elettronica Elettra.

1982

Si inaugura il primo stabilimento a Villanova d'Asti, dove il Gruppo ha ancora oggi la sua sede principale.

2005

Nascono Dierre Partner e Dierre Technical Service, due nuovi progetti per migliorare e potenziare la rete in Italia.

1990

Dierre diventa società per azioni, con cinque stabilimenti, 250 dipendenti e una produzione di 70 mila porte di sicurezza l'anno.

2008

Andy Garcia è il testimonial della nuova campagna pubblicitaria.

1993

Dierre approda in tv e in radio nazionale e segna un primato, realizzando la prima campagna pubblicitaria dedicata a una porta di sicurezza.