

Made with love

Mercato

Una visione sognante e ispirata, una filosofia produttiva unica, un design di rottura nel settore dell'arredo di alta gamma: ambasciatrice della cultura per il bello e il gusto di vivere, Gessi è nella rosa delle imprese che rendono grande il made in Italy nel mondo. Nata sfidando le convenzioni, l'azienda di Serravalle Sesia da più di 15 anni progetta, produce e commercializza elementi di arredo per il bagno e la cucina. Impostasi con la forza di una rivoluzione, Gessi resta un caso a sé anche dopo essere diventata leader del settore a livello nazionale e globale. In assoluta controtendenza rispetto alla diffusa corsa alla delocalizzazione delle unità produttive, Gessi rimane infatti una realtà totalmente italiana che realizza al suo interno anche tutte le attività collaterali collegate alla comunicazione e al marketing. I vantaggi sono evidenti: qualità e personalizzazione di un prodotto che diventa simbolo di una filosofia aziendale originale. Con un'attenzione speciale all'ambiente, l'azienda si inserisce in una scenografia verde in cui vengono realizzati oggetti "tecnologicamente artigianali", ossimoro felice che esprime lo speciale connubio fra una produzione altamente tecnologizzata e il lavoro manuale di appassionati specialisti. Il tutto sintetizzato dal pay off aziendale: "made with love", che significa semplicemente fare le cose con amore.

Risultati

Negli ultimi dieci anni Gessi è cresciuta a un tasso sorprendente trasformandosi in un Gruppo da 100 milioni di Euro. Lo sviluppo economico-finanziario e la trionfale accoglienza sui mercati internazionali hanno reso inevitabile una espansione anche fisica dell'azienda con l'acquisto o la rea-



lizzazione di nuovi edifici e la dotazione di strutture e strumenti all'avanguardia. Il tutto sostenuto da investimenti sempre autofinanziati e accompagnato da una crescita esponenziale del personale, che oggi supera le 450 unità. Un taglio originale è stato dato anche ai rapporti con l'estero. Per penetrare i mercati in maniera più incisiva, nelle nazioni strategicamente rilevanti sono in via di costituzione filiali attraverso cui Gessi intende instaurare una tipologia di network basata sulla "esplorazione della conoscenza", interpretando la collaborazione come occasione per individuare opportunità e anticipare il futuro sotto il segno delle "combinative capabilities". Nel quadro dell'espansione internazionale si registra la costituzione negli ultimi anni della Gessi GmbH, in Germania, la Gessi Inc. società di California per il mercato Nordamericano (US e Canada), Gessi CH in Svizzera, Gessi Spain con sede in Barcellona, mentre è in previsione anche la costituzione di sedi in Asia dopo aver già istituito un ufficio di rappresentanza e promoting per il comparto contract con sede a Hong Kong. In particolare, Gessi CH è stata costituita con il proposito di farne un hub mondiale della assistenza tecnica, perseguendo un obiettivo di eccellenza anche nel servizio post vendita.

Storia

Vera "storia di un successo", Gessi è protagonista di una crescita folgorante e di un'espansione mondiale che a pochi anni dal debutto si riassume così: pensare in modo globale e operare in modo locale, ovvero restare fedeli alle radici

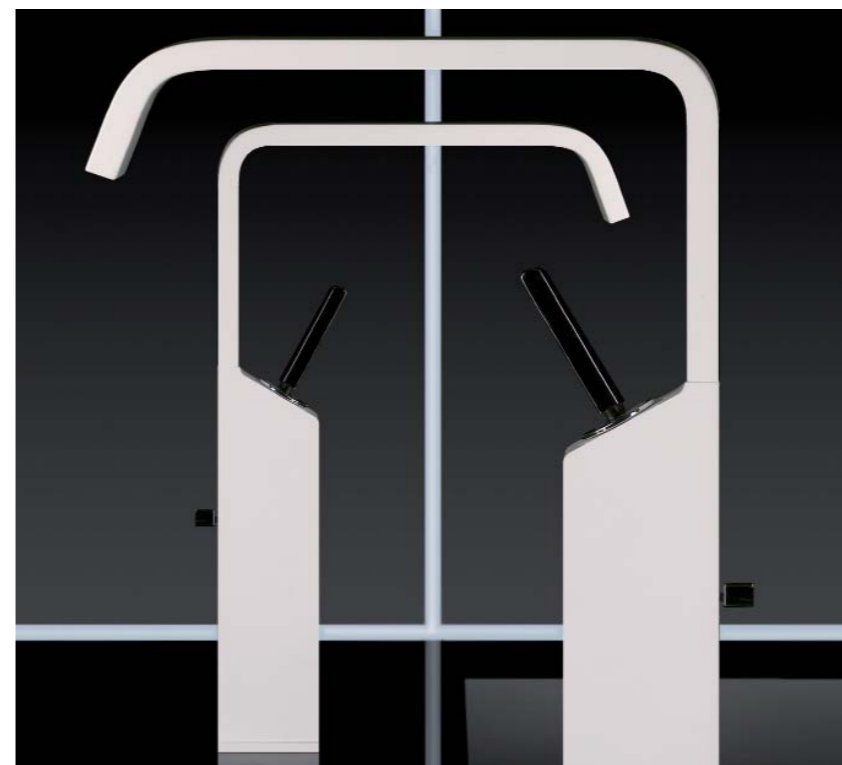


www.gessi.it

considerando le specificità di ogni mercato. L'avvio delle attività, nel 1992, da parte di Umberto Gessi, ha rappresentato una coraggiosa scommessa in un momento in cui sembrava non ci fosse più nulla da inventare nel settore della rubinetteria, saturato dalla presenza di marchi storici. Aperta al cambiamento, Gessi è riuscita a creare un brand diventato punto di riferimento internazionale per il design e la tecnologia del rubinetto. L'attività produttiva oggi si realizza all'interno di un parco industriale polifunzionale che si estende su una area totale di oltre 800 mila m2.

Prodotto

Un modo diverso di interpretare il rubinetto; addirittura una diversa interpretazione dell'acqua. Le ragioni del successo dell'azienda (e degli innumerevoli tentativi di imitazione) vanno cercate nella nuova prospettiva in cui Gessi ha considerato il prodotto. La rivoluzione è cominciata nel 1998 con un linea dal nome evocativo: "Diverso"; un design di rottura che ha sottratto l'oggetto alla semplice funzione di erogatore trasformandolo in elemento di arredo. Con il lancio della linea Rettangolo, nel 2002, è stata aperta la strada all'eleganza essenziale delle forme minimali per la rubinetteria. Infine con i prodotti più recenti, che modulano la forma e il colore del flusso di erogazione, la stessa acqua è diventata protagonista del design. Nel tempo il concetto minimalista delle origini si è evoluto, ha mescolato gli stili, assorbito altre suggestioni, proprio come avviene nella moda.



Ogni anno con il lancio di nuove linee Gessi definisce le tendenze di evoluzione per tutto il settore, distinguendosi evidentemente anche per l'imbattibile ampiezza di gamma. L'allure abbagliante del prodotto di lusso incontra la cura estrema dei dettagli, l'eleganza ricercata del packaging si fonde nell'esclusivo rapporto con i clienti.

Sviluppi recenti

L'aggiornatissima strumentazione colloca l'azienda sulla frontiera tecnologica più avanzata, lasciando spazio alla sapienza del tocco artigianale nelle lavorazioni a maggior valore aggiunto. Gessi è in grado di rispondere in tempo reale agli input creativi interni e alla domanda grazie a sistemi avanzati di progettazione, test e produzione. Tra il 2006 e 2007 l'azienda è diventata una multinazionale e sulla base di un progetto ambizioso di espansione produttiva e di diversificazione nel 2006 è stata costituita la Gessi Holding S.p.A., sotto il cui ombrello sono raccolte varie attività. Fra queste è

1992

Umberto Gessi lancia la sua scommessa imprenditoriale proponendosi sul mercato con un concetto nuovo di rubinetto "di design".

2004

Costituzione del nuovo polo produttivo e definizione di un piano di riqualificazione ambientale del parco produttivo inteso a trasformarlo in una "Oasi Gessi"

2007

Gessi inizia il processo di espansione internazionale con la costituzione di filiali commerciali a presidio dei principali mercati, e rafforza contemporaneamente la struttura produttiva irrinunciabilmente italiana con un ulteriore ampliamento degli impianti e la realizzazione di un nuovo quartier generale.

compreso un grandioso piano immobiliare e di sistemazione del territorio che prevede la costituzione di una "Oasi Gessi": un parco con funzionalità non solo produttive e di servizi ma anche ricettivo-residenziali e di benessere, tra cui spicca il recupero funzionale di un complesso di edifici di valore storico in condizione di abbandono. È un progetto graduale di espansione industriale armonica, che prevede la creazione di nuove opportunità residenziali e occupazionali e la riqualificazione del paesaggio.

Promozione

Originalità e ironia sono da sempre il segno distintivo della comunicazione Gessi. L'espressione della filosofia aziendale passa attraverso ciò che la rappresenta: un mondo fatto di sogni e obiettivi raggiunti. Il rifiuto delle convenzioni si traduce in un'immagine elegante ma non ingessata, sofisticata ma con un pizzico di follia: un glamour scanzonato che ha fatto scuola. Ma il primo strumento di promozione della visione aziendale è l'estrema cura dedicata alla realizzazione dei prodotti, all'eleganza del packaging e alla cordialità nel rapporto con gli



Forse non tutti sanno che

- Dotata di certificazioni nazionali e internazionali di prodotto e di processo, Gessi supera in molti casi gli standard richiesti dalle norme di qualità, sicurezza e tutela.
- Gessi rappresenta un case history a livello europeo per investimento in logistica, essendo dotata di ben 4 magazzini robotizzati ad elevatissima tecnologia.
- Rubinetti e accessori Gessi arredano i più esclusivi luoghi del benessere e dell'accoglienza di lusso nel mondo. Tra gli altri, hanno adottato soluzioni Gessi resort prestigiosi come il Town House Galleria di Milano (primo 7 stelle in Europa), sempre a Milano il Guerlain Spa Carlton Hotel Baglioni, il Crowne Casino di Melbourne (Australia), in Cina il Park Place di Shanghai e l'Intercontinental Hotel di Singapore.



interlocutori. Ovunque gli spazi Gessi in fiere e saloni sono pensati come salotti festosi dall'atmosfera calorosa e sorprendente.

Brand Values

Fare le cose con amore significa, tra l'altro, mettere al centro di tutto le persone, investire sulla formazione, coltivare relazioni speciali. L'ambizione di essere un'azienda etica porta necessariamente a una gestione partecipata, in cui clienti e fornitori sono considerati partner. Muovendosi in direzione opposta rispetto allo sfruttamento della manodopera a basso costo, Gessi continua a investire sul territorio e punta sulla crescita dei suoi dipendenti attraverso attività formative e una struttura apposta, la Moviemotion.

Collaborazioni prestigiose come quella con il Politecnico di Torino, cooperazione e scambio sono gli elementi di forza di una "sinergia virtuosa" che ha permesso il raggiungimento di obiettivi ambiziosi. Gessi crede nella forza del prodotto se questo si integra con un approccio improntato alla gioia di vivere che si esprime nel colore aziendale, l'arancione, simbolo di positività e ottimismo. Anche l'ambiente industriale è atipico, perché persino gli impianti rispondono alla filosofia del bello e del massimo comfort per i lavoratori.