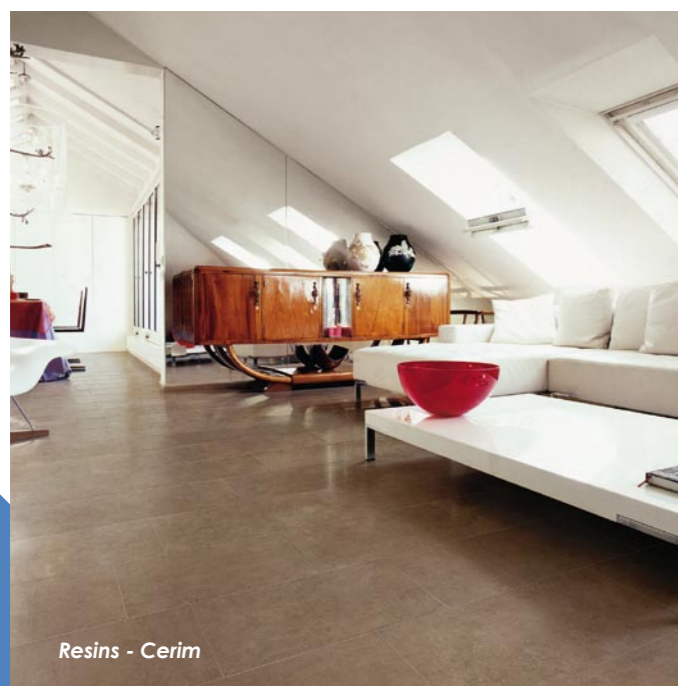


L'America spinge il fatturato di Florim

Il 2010 chiuderà con incrementi di fatturato oltre il 5%. La controllata Florim USA fa segnare una crescita sul mercato superiore al 20%



Greenwood - Cerim



Resins - Cerim

«Florim prevede di chiudere il 2010 con un incremento di fatturato superiore al 5%: parliamo di un ammontare complessivo che dovrebbe avvicinarsi ai 290 milioni di euro, distribuiti un po' in tutto il mondo». Sono le parole dell'Amministratore Delegato Luca Bulgarelli, che espone dati incoraggianti in un anno, come quello che si sta concludendo, avaro di soddisfazioni per il settore delle costruzioni. A sostenere le buone performance dell'azienda contribuisce in maniera determinante Florim USA: «La nostra consociata ha uno stabilimento produttivo in Tennessee e una presenza massiccia in Nord America - spiega Bulgarelli - In questo momento sta ottenendo performance molto buone, con una crescita sul mercato superiore al 20%». Gli altri marchi dell'azienda (Floor Gres, Rex, Cerim e Casa dolce casa), i cui prodotti sono



Precious - Cerim



Velvet - Casa Dolce Casa

realizzati negli stabilimenti italiani, «chiuderanno il 2010 in positivo; ovviamente non con numeri paragonabili a quelli di Florim USA, ma che nel complesso consentiranno a Florim di raggiungere un risultato di tutto rispetto. A ciò si unisce un risultato economico che dovrebbe essere almeno doppio rispetto a quello del 2009, se non addirittura superiore».

Molte le novità di prodotto introdotte su tutti i marchi Florim, a partire da Rex: «Abbiamo realizzato il formato 80x80 sulla collezione Unique, che rappresenta un ritorno alle origini del brand. E' una serie che richiama nell'estetica le antiche piastrelle in cotto, reinterpretate in maniera moderna; Unique ha una doppia superficie: morbida per gli interni e antiscivolo per gli esterni, che la rendono adatta anche alle installazioni outdoor. Rex è il marchio che ripropone e attualizza il concetto del barocco: è un brand ricco, elegante, che quest'anno si riappropria delle sue origini attraverso un prodotto che segna un notevole passo in avanti rispetto ai materiali presentati nelle ultime edizioni del Cersaie».

Il formato 80x80, novità Florim di quest'anno, lo ritroviamo anche nella collezione Velvet di Casa dolce casa, ispirata ad antiche pietre veneziane: «Abbiamo realizzato un materiale che torna alle origini del marchio, che fin dall'inizio ha portato sul mercato un'estetica fatta di materiali miscelati e molto stonizzati. Anche Casa dolce casa ha quindi una

sua identità molto forte, fatta di eleganza, raffinatezza e gusto tipicamente nordeuropeo».

Per quanto riguarda Floor Gres, marchio di riferimento nella proposta di materiali per architetti, professionisti e grandi progetti, «abbiamo introdotto sul mercato Geotech, una collezione che si rifà a una pietra lignea (la cosiddetta pietra di Madera) interpretata in tre diverse superfici, tutte di grande formato. Una proposta che risponde perfettamente alle richieste dei progettisti, anche per quanto riguarda le facciate ventilate e quindi i rivestimenti esterni di grandi edifici. Geotech è una serie versatile, che andremo a proporre con strumenti tali da renderla idonea anche alla vendita in sala mostra. Un materiale, quindi, che può abbracciare le esigenze dei rivenditori tradizionali e dei progettisti».

L'offerta Florim comprende anche Cerim, il marchio più generalista dell'azienda, che si colloca nella fascia media del mercato con un'offerta molto ampia di materiali coordinati da pavimento e rivestimento: «Quest'anno abbiamo fatto un grande sforzo con Cerim: abbiamo infatti lanciato ben sette collezioni in un periodo temporale molto ridotto, 6 mesi, proprio perché si sentiva l'esigenza di ridare nuova linfa a questo marchio che negli ultimi anni ha mostrato qualche segnale di sofferenza. Devo dire che il ventaglio di offerte che sono state presentate ci sta dando grandi soddisfazioni».



Velvet Casa Dolce Casa



Geotech Floorgres



Unique - Rex



Unique - Rex