

K design unisce comfort ed estetica

La strategia dell'azienda, specializzata nella produzione di accessori e prodotti dedicati alle persone che hanno disabilità o limitazioni motorie, è quella di realizzare prodotti curati dal punto di vista del design e con prezzi accessibili, con l'obiettivo di crescere nella Gd, il mercato di riferimento per il futuro.

K design punta sulla funzionalità, la sicurezza e il comfort nella stanza da bagno senza rinunciare a un'estetica piacevole. La strategia dell'impresa è infatti proporre accessori (come sedute e maniglie), per chi ha limitazioni motorie o disabilità, curati dal punto di vista del design e con prezzi accessibili. L'obiettivo

Antonio Di Bartolomeo, general manager di K design.



oggi è crescere nella grande distribuzione, il mercato che offre più opportunità per il futuro e su cui l'azienda sta puntando con l'espansione in nuove insegne. Grazie a tutto ciò, la previsione è chiudere il 2019 con un aumento del fatturato del 20% rispetto ai circa 2,5 milioni del 2018.

L'impresa specializzata nella produzione di accessori e prodotti studiati per aiutare le persone che hanno problemi o limitazioni motorie come anziani, donne in gravidanza, individui sovrappeso, "è nata 20 anni fa, lavorando nel settore degli ausili per il bagno dedicati alle persone disabili e ha incominciato poi a creare una serie di accessori con un design non ospedaliero ma piacevole", racconta Antonio Di Bartolomeo, general manager di K design, che ha sede in provincia della Spezia. "Visto che l'aspettativa di vita sta aumentando e gli anziani devono essere sempre più indipendenti occorrono accessori per prevenire eventuali cadute e per avere comfort e sicurezza nelle attività di igiene quotidiane che siano però esteticamente belli, anche perché il bagno dopo la cucina è la stanza per cui si spende di più. È un settore dove c'è molta richiesta, ma ancora poca cultura, soprattutto in Italia, con prodotti che vengono soprattutto dal-

l'Estremo Oriente, per esempio dalla Cina. Tra i trend emergenti però c'è una crescita dei prodotti di appoggio e di supporto per il bagno, che è considerata una delle stanze più pericolose, perché è molto umida ed è facile scivolare".

L'azienda quindi ha cominciato a studiare "una serie di proposte per il comfort con un design più italiano e si è strutturata da un punto di vista produttivo con l'investimento in nuove tecnologie per avere anche un'efficienza dal punto di vista dei costi", continua Di Bartolomeo. "Gli articoli più venduti sono una serie di sedute per il bagno, sgabelli, seggioline per la doccia, e poi la linea di maniglie sia in acciaio inox che possono abbinarsi con gli accessori cromati all'interno del bagno, sia in plastica. La gamma che stiamo lanciando da qualche mese è una nuova linea di sedute con un design accattivante e un prezzo competitivo, in modo da avere una clientela più ampia grazie ai prezzi accessibili".

A tutto ciò corrisponde una precisa strategia a livello della distribuzione che è arrivata anche nel mondo brico. "L'azienda è nata distribuendo nel mercato della riabilitazione. Poi abbiamo impostato una strategia per andare nel mercato tradizionale dell'arredo bagno e della termoidraulica, che è stato il nostro

ambito di riferimento fino a 4-5 anni fa, quando abbiamo cominciato un piano di rafforzamento del brand con un packaging tutto nuovo e ci siamo affacciati nella grande distribuzione, espandendoci a più insegne”, spiega Di Bartolomeo. “La strategia oggi è strutturare un portafoglio prodotti completo per la grande distribuzione, che in Italia pesa per il 75% del nostro business: è il nostro mercato di riferimento del futuro, su cui stiamo facendo i maggiori investimenti. L’obiettivo è consolidare la presenza in questo mercato, con l’apertura di nuove insegne, poi investiremo anche per fare informazione e pubblicità al consumatore”.

Considerando la grande distribuzione, K design offre vari servizi. “Abbiamo una serie di espositori, ci stiamo organizzando con il merchandising e abbiamo un responsabile commerciale che va a fare formazione nei vari centri su quelle che sono le tendenze del settore, con consigli su come esporre i prodotti, quali hanno più rotazione e così via”, osserva il manager. “Il prodotto in sé, invece, è chiaro e di facile utilizzo, con un packaging studiato in modo che il consumatore possa identificare gli articoli che gli occorrono e capire come si usano”.

In tutto ciò l’impresa esporta anche in oltre 30 paesi all’estero, che pesa per il 40% sul business: i più importanti sono la Francia, la Germania, la Spagna, l’Inghilterra, la Svizzera e la Scandinavia, anche se ultimamente K design sta cominciando a portare le sue proposte pure



in Medio Oriente e in alcuni paesi dell’Est Europa.

“L’obiettivo per il 2019 è consolidare e crescere con l’apertura di nuove insegne della grande distribuzione, in cui vediamo grandi prospettive di crescita, e mantenere la nostra quota nel mercato tradizionale. Il fatturato per ora sta mostrando un trend positivo e ci aspettiamo di chiudere con un aumento del 20% rispetto al 2018”, conclude il general manager. ■

K DESIGN HA STUDIATO UNA SERIE DI PROPOSTE PER IL COMFORT CON UN DESIGN PIÙ ITALIANO E SI È STRUTTURATA DA UN PUNTO DI VISTA PRODUTTIVO PER AVERE ANCHE UNA MIGLIORE EFFICIENZA DAL PUNTO DI VISTA DEI COSTI

