



Lorenzo Rossini, direttore marketing e sviluppo prodotto



18 FARE BUSINESS IN MODO **SOSTENIBILE**

A SUPPORTO DEL PROGRAMMA **WATER SAVING**, BREVETTATO A LIVELLO EUROPEO E **APPLICATO ALLA NUOVA COLLEZIONE THIN**, AZZURRA HA REALIZZATO PER IL TRADE ESPOSITORI, UN **TOTEM E UN VIDEO ESPLICATIVO**

Sensibilità ambientale unita alla volontà di offrire al consumatore finale un valore aggiunto tangibile in grado di preservare, al contempo, una delle risorse naturali più preziose, l'acqua. Da questi presupposti prende vita il programma Water saving, un impianto idraulico certificato a livello europeo e brevettato in grado di scaricare con soli 2,7 litri di acqua in conformità allo standard europeo per i vasi di classe 2, con un risparmio del 70% di acqua per singolo scarico rispetto ai 9 litri standard.

Per quantificare il risparmio idrico assicurato, basta pensare che una famiglia di quattro persone, se si ipotizzano circa 20 scarichi giornalieri, potrebbe risparmiare 31.000 litri all'anno. Water saving prende vita nel 2008, dopo un anno di studio da parte dell'ufficio tecnico con la serie Nuvola; allora il risparmio idrico era inferiore (4,5 litri), il grande riscontro di vendite ottenuto dalla serie induce l'azienda a migliorare ulteriormente le prestazioni portandole alla soglia dei 2,7 litri attuali. Al momento Water saving è in dotazione sulla nuova collezione Thin e sui sanitari sospesi della serie Jubilaem, presentati all'ultima edizione del Cersaie, ma è nelle intenzioni dell'azienda estendere il sistema a tutte le nuove linee, a partire da quella che verrà presentata al prossimo Salone del Bagno a Milano in primavera.

"Water saving è un'innovazione che non vincola in alcun modo il design esterno del prodotto, in quanto è una speciale

conformazione interna a favorire il processo idraulico" precisa Lorenzo Rossini, direttore marketing e sviluppo prodotto di Azzurra. *"Completa il progetto la vendita a parte di un kit con cassetta e placca tarata a 2,7 litri".*

Grazie a questo brevetto l'azienda di Civita Castellana punta soprattutto alla conquista dei mercati stranieri dove l'attenzione al risparmio idrico è maggiore e più radicata rispetto al nostro Paese: *"il nostro obiettivo è di raddoppiare il peso dell'export - che attualmente è del 25% - entro il 2016"* precisa Rossini.

COMUNICAZIONE MIRATA PER IL TRADE

La valenza in sé del progetto, ma soprattutto l'ottimo riscontro ottenuto durante l'ultimo Cersaie da parte della distribuzione italiana, ha indotto Azzurra a pianificare una serie di attività below the line che si va ad affiancare a una campagna stampa dedicata partita a giugno sulle principali testate consumer. *"A breve saranno disponibili per i nostri clienti espositori modulari in legno Mdf e pedane per il lineare a partire da 1,6 metri finalizzati a creare dei corner che consentiranno di identificare chiaramente l'offerta Azzurra oltre a un totem, con porta brochure o con video, che spiegherà al cliente finale i contenuti del progetto Water saving"* conclude il direttore marketing. *"Già da questo mese invece, sarà disponibile sul nostro sito un video che spiega nel dettaglio il nostro brevetto".* (e.s.)