

Reinventar-se D'importador a creador d'un producte propi

Reportatge



Cristian Cubiña, director comercial del grup català Alma Light ■ CRISTINA CALDERER

Alma Light: d'importar a crear marca en llums

REORIENTACIÓ • Amb el desenvolupament de làmpares de disseny propi, la firma Hustadt Iluminación guanya en valor afegit i independència **'CONTRACT'**. La demanda de restaurants, hotels i auditoris és el nou gran segment de mercat

Jordi Garriga
BARCELONA

Molt sovint, d'una situació de crisi pot sorgir la iniciativa de tirar endavant un nou projecte empresarial. La barcelonina Hustadt Iluminación ha passat en pocs anys d'importadora de productes d'il·luminació de fabricants europeus a crear una marca pròpia, Alma Light, que s'ha fet un racó al mercat pel seu component de disseny i que ha donat independència a l'empresa.

Com relata el director comercial d'aquesta firma familiar, Cristian Cubiña, "vam començar el 1989 com a distribuïdors d'un fabricant alemany, Wofi, i l'èxit obtingut al mercat espanyol va fer que adoptéssim altres empreses subministradores d'Alemanya, França i Finlàndia".

La forta competència procedent de la Xina va determinar que Hustadt perdés els contractes de distribució, dins d'una tendència general dels fabricants europeus a suprimir els intermediaris. Tot això va obligar, el 2003, a crear una marca pròpia, per tal d'assolir la independència total dels proveïdors europeus. Era clar, com asse-

nyala Cubiña, que "si simplement compràvem producte a la Xina sense valor afegit per posar-li una marca, tindríem els dies comptats, ja que ens veuríem obligats a assumir grans volums de producció per als quals no estàvem capacitats". Així doncs, calia "fer un producte realment propi, amb disseny únic, i treballar amb fabricants que ens poguessin garantir els nivells mínimament exigibles de qualitat". D'aquesta manera, amb Alma Light, l'empresa de la família Cubiña va fer "el camí invers dels altres, i va passar d'importar a exportar", com assenyala el director comercial de la firma, que també ha dissenyat alguna de les col·leccions de la marca.

Gamma mitjana-alta

Amb 30 col·leccions de gamma mitjana-alta i amb voluntat d'acostar-se als grans segells italians i internacionals, la marca catalana fa el 30% de les vendes -1,14 milions d'euros previstos per a enguany- als mercats exteriors, fonamentalment els que integren la Unió Europea, com França, Alemanya, Holanda, el Regne Unit o Portugal.

Aquesta diversificació geogràfica ha ajudat l'empresa barcelonina a esquivar la crisi que afecta

l'economia espanyola. Com diu Cubiña, "la crisi ens afecta, esclar, però tenim la gran sort que fa temps que exportem a mercats europeus que no viuen una depressió com la de l'economia espanyola, en què pràcticament d'un dia per a l'altre s'ha deixat de comprar".

El grup juga amb la basa d'oferir un producte signat per grans noms del disseny, com Sam Mei o Novell-Puig

La marca juga al mercat amb la basa d'oferir un producte signat per grans noms del disseny -Ricard Ferrer, Oriol Llahona, Novell-Puig o Sam Mey- a preus raonables. Alma Light ha volgut ser important en un segment de mercat que amb el pas del temps ha anat guanyant importància, com és el *contract*, instal·lacions d'il·luminació per a hotels, restaurants, auditoris, sales de festa, etc.

Aquest comportament és semblant al d'altres marques que componen el dinàmic clúster d'il·luminació de l'àrea metropolitana de Barcelona. Amb tot, segons assegura Cubiña, el mercat natural d'Alma Light segueix sent el domèstic.

Les làmpares d'Alma Light presenten una estructura de ferro amb vidre opac, transparent o en color, i acabats en níquel mat o crom, però l'empresa ja ha decidit fer un pas endavant experimentant amb nous materials com plàstics o reïnes, que a banda d'ajudar a fer un producte clarament singular respecte dels competidors, posa entrebancs a la competència asiàtica.

Per al 2009, l'empresa té previstes unes inversions de 300.000 euros, tant en el desenvolupament de les col·leccions, especialment en el segment *contract*, com en la promoció del producte. El pla estratègic de l'empresa preveu arribar a facturar l'any vinent 1,4 milions d'euros, i assolir el 2011 els 1,7 milions d'euros.

Una altra realitat

Com assenyala Cristian Cubiña, la importància de la marca és cabdal en el mercat actual de la il·luminació: "Les famílies ara tenen grans superfícies com Ikea per anar a comprar els seus llums, i per això els nostres clients, les botigues d'il·luminació, han hagut de fer un gran esforç d'especialització, ser molt més marquistes i anar a buscar la seva clientela a tot l'àmbit del *contract*". ■

L'economia global pot recular fins al 2%

Redacció
BRUSSEL·LES

El president del Banc Mundial (BM), Bob Zoellick, va vaticinar ahir que l'economia global retrocedirà entre l'1% i el 2% el 2009 i va advertir que els estímuls públics que s'estan aprovant poden crear un altre "col·lapse" si no es recuperen els sistemes de crèdit.

Zoellick, que ahir va oferir una conferència a Brussel·les, va assegurar que "el més important ara són els actius tòxics i la recapitalització dels bancs". Al seu parer, "els paquets d'estímul donaran una empenta, però si el mercat de crèdit no torna a funcionar, l'economia tornarà a caure". Segons va explicar, les previsions del BM mostren un alentiment de l'economia no vist "des de la Segona Guerra Mundial o la Gran Depressió", i una caiguda del comerç als seus nivells mínims "en 80 anys". Va destacar que la crisi suposa un desafiament per a la solidaritat al si de la UE. ■

Cinc
cèntims

Els EUA anunciaran demà la creació d'un 'banc dolent'

El govern dels EUA està donant els últims retocs a un pla per combatre els actius tòxics que llasten el sistema financer i podria presentar-lo demà mateix, segons *The Wall Street Journal*. El pla inclou la creació d'una entitat financera que tindria com a missió la compra i el manteniment d'aquests actius. Així mateix, el govern constituirà fons d'inversió de capital mixt públic i privat per adquirir actius suportats per hipoteques impagades.

Límit a les primes de directius d'empreses subvencionades

El ministre de Treball i Immigració, Celestino Corbacho, va defensar ahir a Tarragona que s'estableixin límits a les primes que rebin els alts directius d'empreses privades beneficiades amb subvencions públiques. Segons Corbacho, "els sacrificis i la contenció" han de valer "per a totes les escales salarials, no només per a la més baixa".