

# Un 2016 in crescita per Sicer



**Marco Eumenidi**  
(Direttore Commerciale Italia e USA)



**Annalisa Ricci**  
(Responsabile Marketing e comunicazione)



**Saverio Palazzi**  
(Area Manager USA)

Una gamma produttiva profondamente rinnovata, frutto di una ricerca costante che mira all'eccellenza, e l'attenzione ai mercati più evoluti caratterizzano il processo di crescita dell'azienda fioranese

Un anno fa, proprio di questi tempi, annunciarono una profonda riorganizzazione aziendale, che mantenesse al centro della riorganizzazione stessa le eccellenze che hanno fatto di Sicer una realtà in grado di distinguersi dalle altre, per originalità delle proposte ed efficienze del servizio. Oggi Sicer si ritiene soddisfatta, «con un eccellente riscontro – dice il Direttore Commerciale **Marco Eumenidi** – da parte dei clienti» e con risultati oltremodo lusinghieri ottenuti (anche) a margine dell'edizione 2016 di Coverings. «Abbiamo – spiega ancora Eumenidi – riprogettato l'azienda, mettendo in campo nuovi prodotti rivolti ai top best seller del mondo ceramico, e mantenendo ben saldi i valori di impresa di Sicer». Le parole d'ordine sono ben chiare: «qualità indiscutibile, eccellenza del servizio, forte impegno e investimenti in ricerca ed innovazione», spiega ancora Eumenidi, evidenziando come la ricerca garantisca la costante evoluzione di una gamma di prodotti, ampia e diversificata,



particolarmente attento alle nuove tecnologie produttive ed alle continue esigenze commerciali delle aziende ceramiche. «La qualità produttiva deve essere un tratto distintivo di Sicer», spiega il responsabile marketing e comunicazione di Sicer **Annalisa Ricci**, aggiungendo come «La ricerca sulle superfici asseconda le tendenze più recenti: ricche decorazioni ed il ritorno dell'oro e del platino come elementi in grado di impreziosire il prodotto ceramico. Senza, naturalmente, tralasciare pietra e legno; quest'ultimo soprattutto rappresentato nei suoi toni naturali». Il mercato globale dell'alta gamma, cui Sicer si rivolge da sempre, è del resto mercato complesso e quello americano, cui Sicer si è rivolto con la sua presenza a Coverings, da una parte è strategico, dall'altro oltremodo selettivo. Sicer punta a rafforzare la sua presenza oltreoceano, complici anche la rinnovata unità produttiva di Monterrey e la nuova sede logistica in Tennessee, epicentro produttivo della piastrella made in USA.

«Si tratta di un mercato in crescita, che si sta avvicinando ai parametri, anche estetici, del made in Italy e le nostre produzioni – dice l'area manager Usa **Saverio Palazzi** – risultano comunque attraenti, anche perché contraddistinte da caratteristiche tecniche molto elevate. Piacciono particolarmente il legno verniciato, come quello che abbiamo esposto, con una graniglia finale antiriflesso, e il levigato su grande formato, un mix di graniglia e smalto speciale, molto apprezzato per la sua trasparenza e le sue caratteristiche». Ricerca e sviluppo, qualità e servizio sono i punti di forza di una realtà cresciuta tra 2015 e 2016 e ben decisa a continuare il suo percorso di consolidamento, anche a livello internazionale, come del resto conferma Eumenidi quando annuncia come in agenda, per il 2016, «ci sono anche la realizzazione della nuova sede italiana ed una crescita ulteriore per linee esterne attraverso acquisizioni, in modo da tenere alta la nostra competitività».