

L'illuminazione di casa? A portata di telefonino

Con Masiero Group un'app permette di scegliere colore, intensità, orari delle luci
L'azienda di Casier a giugno ha registrato un più 36 per cento nel Sud Est Asiatico

Hanno sviluppato una app, grazie alla quale direttamente dal proprio smartphone è possibile regolare l'orario di accensione e spegnimento delle luci esterne della propria abitazione. Ma non solo: la curiosità sta nel fatto che grazie all'applicazione è possibile scegliere a distanza l'intensità della luce, ma soprattutto tra un ricca gamma di colori con i quali illuminare il proprio portico. E' questa l'ultima innovazione tecnologica che ha permesso a Drylight, una particolare luce da esterno prodotta da Masiero Group di Casale di registrare nei primi sei mesi dell'anno risultati eccezionali, il +106% delle vendite, consentendo così alla società di compensare (almeno in parte) le contrazioni di ordinativi provenienti da Russia e Ucraina. Si tratta di un

prodotto decorativo da esterni: simile a grandi lampadari di cristallo realizzati però con plastiche in grado di resistere a qualsiasi temperatura. «Questo prodotto incorpora ben 2 brevetti internazionali depositati. Questa collezione outdoor», spiega Enrico Maria Masiero, ad del gruppo, «è ora controllabile attraverso i moderni sistemi domotici e con una speciale applicazione wi-fi disponibile per smartphone e tablet: una novità che promette performance di vendita addirittura migliori di quanto fatto finora».

L'azienda trevigiana leader nell'illuminazione d'alta gamma, che può vantare prodotti interamente progettati e realizzati in Italia, risponde con l'innovazione alla contrazione degli ordinativi di alcuni paesi, in

primis Russia, Ucraina e Kazakistan che hanno portato nel primo semestre dell'anno a una riduzione del volume d'affari di 900 mila euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Oggi la strategia prevede l'espansione commerciale verso il sud-est asiatico, che a giugno 2015 ha permesso di realizzare un +36%. L'export rappresenta l'80% del fatturato. I risultati migliori arrivano da Vietnam, Taiwan, Singapore, Brunei, Filippine ed India. Ottimi segnali arrivano anche dall'area Emea (acronimo inglese che comprende Europa, Medio Oriente e Africa), che nel primo semestre del 2015 ha visto crescere paesi come Iran, Iraq, Israele e Arabia Saudita. Nel mercato europeo: Regno Unito (+19%), Germania (+16%) e Balcani (+15%) segui-

ti da Austria, Slovenia, Slovacchia e Repubblica Ceca. Stabili Cina e Giappone, gli Stati Uniti, mercato ancora giovane per Masiero, sono caratterizzati da un trend di crescita del +10%. «I Paesi di lingua russa stanno subendo un rallentamento a causa di problemi interni alle economie nazionali, di conseguenza, anche il mercato italiano sta soffrendo», conclude Masiero, «leggiamo questa condizione come un'opportunità. Recentemente abbiamo iniziato ad esplorare, sui quali riponiamo grandi aspettative di crescita. Inoltre, l'ampia gamma dei nostri prodotti e l'alto grado di personalizzazione che offriamo, ci permettono di apprezzare i nuovi mercati ripartendo il rischio tra più Paesi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Drylight, il prodotto di punta di Masiero Group

