

ENASARCO
MAGAZINE*contratti d'agenzia: attualità, welfare e storie*

web | iOS | Android

n. 17

gennaio 2015

www.enasarco.it/magazine

Storie

Trasparenze fra industria, design e manualità

Sul cristallo, simbolo di lusso e di eleganza, si fonda da sempre la produzione della Moravske Sklarny Kvetna: oltre due secoli di storia dai quali scaturisce uno stile inconfondibile, frutto di una lunghissima esperienza fatta di lavorazioni manuali e arte della decorazione. Abbiamo chiesto a Lenka Kosikova, Ceo di Kvetna 1794, di presentarci la sua azienda, produttrice e distributrice in Italia di vetro e cristalleria d'alta gamma della Repubblica Ceca.

La vostra è una realtà intimamente legata al territorio, a partire dal nome che avete scelto. Il cristallo della Boemia e della Moravia è famoso in tutto il mondo. Cosa ci racconta a riguardo?

In Moravia, il piccolo villaggio di Strani-Kvetna dà il nome alla cristalleria che nacque nel lontano 1794 per volere di Alois principe del Lichtenstein. L'azienda, per dimensioni e risorse umane impiegate, è tra la più grandi realtà ceche per il cristallo soffiato: uno stile sobrio, senza tempo, un qualcosa che contemporaneamente è concreto e 'fiabesco', una realtà inserita tra i boschi, in un paesaggio bellissimo. Qui la fabbrica svetta sulle tipiche case basse degli operai, con il suo camino in cui il composto di sabbia, soda e potassio diventa materia liquida, duttile, da lavorare a caldo prima che raffreddi e assuma la forma solida. Da oltre duecento anni, un intero paese vive e lavora nel nome del cristallo, al punto tale che **Kvetna 1794** è diventata sinonimo di questo materiale, e quindi di purezza e trasparenza.

Quando ha deciso di trasferirsi e di investire in Italia?

Ho avuto un'esperienza professionale in Italia per diversi anni, presso un'azienda di alto profilo nel settore del consulting nazionale e internazionale. Tuttavia ho sempre conservato un costante e profondo legame con la storia e i valori legati alla mia terra d'origine e quindi ho deciso di tornare a occuparmi del mio Paese: da qui la scelta, otto anni fa, di aprire un'azienda attiva nella produzione e distribuzione di cristalleria

d'alta gamma cecca in Italia.

Per quali motivi ha intrapreso questa scelta?

C'è stato il concorso di numerosi fattori, oltre a quello affettivo nei confronti del mio Paese: tra essi, sicuramente la possibilità di portare nelle case degli italiani, nel ruolo di orgogliosa e privilegiata ambasciatrice dei prodotti e dei valori legati alla cultura ed alla tradizione della Repubblica Ceca, l'emozione suscitata dal cristallo soffiato coniugato nelle sue forme più diverse da lavorazioni esclusivamente artigianali e manuali.

In questa vostra sfida, ovvero portare un pezzo di Europa in Italia, che ruolo riveste la figura dell'agente di commercio?

Devo ammettere in tutta sincerità che inizialmente ero un po' restia ad avvicinare il mondo degli agenti. Nutrivo una sorta di timore, poiché non ero sicura che sarebbe stato possibile selezionare le figure giuste, cioè adatte a trasmettere appieno i valori degli articoli da noi realizzati. Ero infatti determinata a seguire passo dopo passo l'intero processo, dalla creazione fino alla vendita al dettaglio: una scelta di marketing fatta anche per valorizzare il prodotto. Tuttavia, in un secondo momento mi sono resa conto della necessità di avvalermi di collaboratori anzi, ancora meglio, di partner lavorativi. **Colgo l'occasione per ringraziare il Czech Trade (l'agenzia che promuove il commercio nel mio Paese di origine) e l'ambasciata della Repubblica Ceca che, attraverso la partecipazione comune all'ultimo Forum Agenti a Milano, sono riusciti a trasformare la ricerca di agenti, di solito lunga e complessa, in un'esperienza semplice, piacevole ed estremamente fruttuosa: numerose richieste, contatto personale diretto presso lo stand ed assistenza qualificata di legali ed esperti del settore hanno consentito di mettere le basi per una rete vendita al dettaglio in Italia per la mia azienda.**

Quali sono la filosofia e la mission aziendali?

Anche nelle nostre collezioni più moderne di design, l'abilità dei maestri soffiatori e la memoria si fondono armonicamente per garantire insieme funzione ed emozione. Un mondo di trasparenze diviso tra il

ENASARCO MAGAZINE

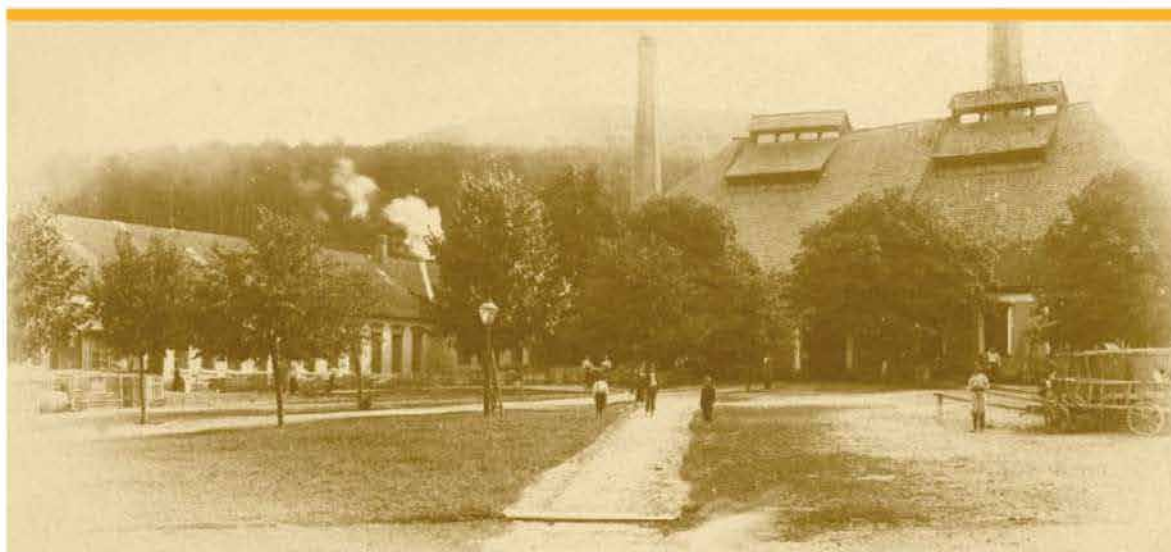
contratti d'agenzia: attualità, welfare e storie

web | iOS | Android

n. 17

gennaio 2015

www.enasarco.it/magazine



Un'immagine d'epoca dell'azienda nel villaggio di Strani-Kvetna in Moravia

glamour ultra contemporaneo e il fascino antico della fabbrica di Kvetna, il tutto all'insegna della tradizione ma anche della costante innovazione per sottolineare l'importanza della qualità, oggi come ieri. Concetti chiave quali know-how, luxury, hand craft, quality perfection, sono il motore della nostra azienda. Mi piace l'idea di una realtà che sappia coniugare al suo interno un mix vincente di codici del passato e design innovativo, di pragmatismo progettuale e toni onirici, di business e poesia.

Cosa rappresenta per lei il prodotto finito, dal momento che ci ha spiegato che dietro c'è una lunga preparazione?

La vision di Kvetna Italia va oltre il semplice discorso di prodotto e brand: rappresenta uno stile e un mondo. Considero ogni singolo pezzo come una piccola rappresentazione di arte e cultura ceche. Inoltre, le creazioni si compongono e arricchiscono, di anno in anno, con collaborazioni di prestigio. Ultime in ordine tempo, quelle su base contract e progetti a richiesta per grandi marchi, peraltro arricchite dal contributo di famosi designer di valore internazionale quali Arik Levi, Jean Marie Massaud e Santos Sousa. Quanto al materiale, mi piace definire il cristallo come una sorta di ponte tra la cultura cecca e italiana. Vorrei che forma e decorazione si fondessero l'una nell'altra, fino a creare una danza e attirare l'attenzione già dal primo sguardo.

A quali scenari va incontro il mercato del vetro e del cristallo in Italia?

Per quanto riguarda lo scenario economico, ritengo che l'evoluzione della domanda insieme al momento di congiuntura attuale abbiano portato molte aziende italiane a sviluppare i propri prodotti sempre più in outsourcing trasformandosi da produttori veri e propri in quelli che nel nostro settore chiamiamo editori. Nel nostro caso, grazie anche alla fusione avvenuta due anni fa tra la Moravske Sklarny Kvetna e la Crystalite Bohemia, si sono creati i presupposti necessari per rispondere, sempre di più, alle richieste di un mercato che cerca quotidianamente proposte innovative, per creare ulteriori sbocchi in un momento di recessione.

Ci racconta qualcosa sulla vostra realtà aziendale attuale?

Il nuovo gruppo conta, oggi, oltre 800 risorse umane impiegate in due stabilimenti ed è in grado di coprire a 360 gradi la domanda per articoli in cristallo soffiato a mano e in vetro automatico pressato, rappresentando così una delle maggiori e dinamiche realtà industriali del settore nella Repubblica Ceca. Sviluppo ed evoluzione del brand quindi, ma anche forte propensione al mercato B2B: in Italia abbiamo uffici con personale cecco ed italiano, un presidio diretto che sappia assistere, grazie a una filiera cortissima, i bisogni dei partner industriali in termini di prodotti e servizi, con un'offerta estremamente competitiva.

Gabriele Manu