

Polti busca mejorar la vida de sus clientes con innovaciones constantes



Polti es una marca que nació como el vapor, pero que actualmente se dirige a todo el cuidado del hogar.

El nuestro es el segundo país con mayor relevancia para la compañía, que este año celebra su cuarenta aniversario.

Su experiencia les ha enseñado a poner siempre a las personas, sus necesidades y deseos, en el centro; sobre todo en la planificación y en el desarrollo de un nuevo electrodoméstico. Polti lleva “mirando al futuro” desde hace 40 años. **Francesca Polti**, su directora general, señala que la situación de la compañía a día de hoy es buena.

Relata que sus padres empezaron desde cero, sin un grupo de inversión y con préstamos. “En un garaje. Fueron entrando en los mercados, con un desarrollo fuerte en Europa”, cuenta. Luego, en 2008, la crisis económica afectó prácticamente a todos los sectores. “Hemos sufrido en el sector del electrodoméstico, también en el pequeño. En los últimos cuatro años, hemos efectuado una reorganización de procesos y de estrategia. Hemos incorporado directivos que venían de otras multinacionales para unir la gestión familiar con flexibilidad y toma de decisiones rápidas con estructuras y rigor”, declara. Este proceso comenzó en 2009, cuando ella se hizo cargo de la Dirección General.

Polti se mueve en dos mercados, en el de la plancha con caldera y en el de limpieza de vapor. Además, ha entrado en aspiración y en aspiración combinada con vapor, donde ha “aportado productos novedosos”. “Hemos crecido innovando. Nos hemos focalizado en los sectores que nos daban más valor”, expresa. Para Polti, su filial de España y Portugal, con sede en Barcelona, es muy importante. El nuestro es el segundo país con mayor relevancia para la compañía, después de Italia y junto con Francia. En España, se cerró 2017 con 16 millones de euros de facturación. El Grupo cerró con más de 70 millones.

¿Polti es sinónimo de vapor? Francesca Polti responde afirmativamente, que nacieron “como el vapor”. Si bien, destaca que es una marca dirigida al cuidado del hogar: “Hemos ampliado a otros productos, nos hemos complementado. En nuestros valores está el cuidado de las prendas y el cuidado del hogar con un respeto muy alto del medio ambiente”. Matiza que sus dispositivos persiguen la máxima eficiencia

utilizando la menor cantidad posible de agua, sin ingredientes químicos y con energía renovable. “Tenemos paneles fotovoltaicos en nuestras instalaciones de Italia desde hace años. Nos ocupamos del hogar y de las personas”, subraya.

Sus perspectivas para el futuro también son buenas. Recuerda que ponen al consumidor en el centro. “El producto tiene que ser muy innovador para satisfacer las necesidades del cliente, para ayudarlo. Hacemos muchas investigaciones de mercado, preguntamos a nuestros clientes, recogemos feedback, para ver lo que quieren mejorar. Las redes sociales nos permiten interactuar con ellos. El objetivo es mejorar la vida de nuestros clientes con innovaciones constantes”, asevera. Recalca que una de sus prioridades es diferenciarse con patentes.

Rápido, eficaz y específico

Le cuestionamos por lo que busca el consumidor español. Francesca Polti explica que es muy similar al italiano y que “quiere algo para limpiar rápido, eficaz y simple”. Por otra parte, “quiere algo más complejo y específico”. Añade que “el consumidor español, el latino en general, es muy exigente”. Por ello, es necesario poner a su disposición un



producto específico para cada necesidad. “Para la limpieza de todos los días; quiere algo rápido, simple y eficaz. Para limpieza específica, quiere algo que haga todo junto y que tenga muchos accesorios. Lo que ha cambiado es que ya no hay un producto que hace todo”,

reflexiona. Del mismo modo, apunta a que hay que entender “el target”.

Si es un producto para una pareja con niños, para una pareja sin niños, para alguien con animales, para alguien sin animales, etcétera. Es decir, “un producto específico para tus necesidades”.

Argumenta que, antes, la gente tenía menos dispositivos y había menos oferta. Ahora, que hay muchas opciones, “prefiere lo específico y mantener la expectativa de lo que ofrece el producto”.

Están comunicando bastantes novedades. La principal tiene que ver con su emblemático sistema de planchado. En abril, presentaron La Vaporella, para homenajear a la primera que lanzó su padre hace 40 años. “Es un producto con muchas patentes”, comenta. Su innovadora tecnología patentada NO CALC LONGLIFE evita los efectos negativos de la calcificación, proporcionando a la plancha una vida más larga. Con esta gama, entregan una garantía de 10 años contra los problemas derivados de la cal. “Somos los únicos en España que damos esta garantía, porque queremos dar un servicio al consumidor”, hace hincapié. Este aparato no necesita mantenimiento.

Puede planchar en todas las direcciones. Sin arrugas detrás. La suela curva multidireccional patentada con tecnología 360° °FLUID CURVE garantiza resultados perfectos en una sola pasada. Sobrepasa fácilmente obstáculos, como botones y bolsillos, para un planchado



FRANCESCA POLTI

360°. El indicador LED del mango muestra de inmediato en qué fase de planchado se encuentra: si la plancha está lista para planchar y suministrar vapor, si se está calentando o si falta agua en el tanque. Además, incluye diferentes programas. Con el programa universal, no hay que cambiar la presión ni la temperatura de la plancha. Con él, se puede planchar todo tipo de tejido “sin pensar”. Se puede planchar en seco. Con el turbo, que es ideal para los vaqueros, se tarda en hacerlo una cuarta parte del tiempo. En definitiva, “menos tiempo dedicado a planchar y más tiempo para otras cosas”.

A finales del año pasado, lanzaron, en palabras de Francesca Polti, “un producto revolucionario para el mercado de la limpieza, sin cables y con vapor”: Moppy. Asegura que esta solución eco-friendly limpia muy fácilmente y que lo puede usar todo el mundo. “Es divertido limpiar con este producto. Los niños, los jóvenes, los abuelos, etcétera. Lo ven como simpático y nos recuerda a una mascota. Y ayuda mucho si tienes una mascota en casa. Puedes limpiar todos los días con él, sin necesidad del cubo. Es muy rápido. Cuando lo utilizas, te enamoras. La gente que lo prueba lo aconseja”, expresa. Es ligero (pesa sólo 0,5 kilogramos) y rápido. Con sólo 0,7 litros de agua; puede limpiar un piso entero, sin necesidad de detergentes ni productos químicos. Tiene una doble función: atrapa el polvo y limpia las superficies usando vapor. Está compuesto de una mopa articulable y de una base de carga para vaporizar e higienizar el paño de microfibra a más de 100 grados.

No deja el suelo mojado ni con halos.

Adelanta que presentarán, “en la segunda parte del año, otros productos de aspiración para complementar una limpieza rápida y simple y efectiva”. Sin duda, La Vaporella y Moppy serán sus productos estrella de 2018. Ambos están diseñados y fabricados en Italia. ▶

