

# “En Meliconi nos diferenciamos por ofrecer productos Made in Italy, con diseño moderno y tecnología propia”

*La expansión de Meliconi en España marca un nuevo capítulo para la marca italiana. Con un enfoque en la calidad, la sostenibilidad y la innovación, la compañía se prepara para ofrecer productos que mejoren la vida diaria de los consumidores españoles.*



**E**n la actualidad, las empresas de tecnología para el hogar se están adaptando a un mercado cada vez más competitivo y diverso. A medida que los hogares se vuelven más conectados y los espacios más limitados, los consumidores buscan productos innovadores y accesibles.

En este contexto, la empresa italiana Meliconi, que fabrica accesorios tecnológicos para el hogar, ha iniciado un ambicioso plan de expansión internacional con la apertura de su filial en España en 2025. **Riccardo Meliconi**, presidente de la compañía y responsable de la filial española, explica que la creación de esta sede forma parte de un plan mayor de expansión global. Tal y como afirma el presidente, esta decisión busca “reforzar la presencia

en un mercado crucial y estar más cerca del consumidor español, respondiendo de forma más rápida y eficiente a sus necesidades”. El estudio previo del mercado español reveló oportunidades en diversas categorías de productos, especialmente en aquellos donde la oferta no estaba plenamente cubierta. Entre estas destacan los kits de superposición, auriculares para televisión, mandos a distancia y soportes para TV, segmentos en los que Meliconi confía en aportar una propuesta diferenciadora y de alto valor añadido.

La nueva filial tiene su sede en Barcelona, ubicada en la emblemática Torre Mapfre, un símbolo de modernidad y conectividad que refuerza la imagen innovadora de la marca. La operación formalmente comenzó el 1 de enero de 2025, marcando el inicio de una nueva etapa para Meliconi en el mercado español.

### Soluciones inteligentes

A corto y medio plazo, Meliconi tiene una hoja de ruta clara para el mercado español, centrada en ampliar la distribución de sus productos más representativos y en afianzar su posición como proveedor de “soluciones inteligentes” para el hogar y el entretenimiento. Según el responsable de la filial española, la meta es aportar “un valor añadido a toda la cadena, desde los distribuidores hasta el consumidor final”. La compañía basa su confianza en la replicabilidad del modelo de éxito que ya ha implementado en Italia y Francia, mercados en los que ha logrado resultados sólidos mediante una estrategia similar.

Uno de los retos principales es posicionarse en un mercado español altamente competitivo, donde diversas marcas internacionales y locales compiten en el segmento de accesorios tecnológicos. En este sentido, apuestan por factores que consideran claves para diferenciarse: *“Son varios los aspectos distintivos de nuestra oferta: productos Made in Italy, diseño moderno, características funcionales premium, garantía y certificaciones, tecnología propia e innovación continua, solo por citar algunos”*.

Más allá del producto, el experto pone énfasis en los servicios asociados a su oferta. La empresa ofrece un apoyo integral, que incluye *“gestión del punto de venta, proyectos de categoría, formación para el personal, desarrollo de materiales informativos para el cliente final”*. Esta visión holística está diseñada para facilitar tanto la venta como la compra.

## Adaptarse al mercado local

En cuanto a la selección de productos con mayor potencial en España, Meliconi apunta a la combinación de su portfolio tradicional y las novedades que responden a las necesidades específicas del mercado. Sus productos históricos, como los soportes para TV, mandos a distancia y auriculares, siguen siendo la base sobre la que construir la oferta. Sin embargo, las innovaciones recientes, especialmente los kits de superposición para electrodomésticos y las bases elevadoras universales, brindan una importante oportunidad.

Los datos de GFK muestran que *“el mercado de los electrodomésticos está en fuerte crecimiento en España”*, y la compañía quiere aprovechar esta tendencia ofreciendo soluciones inteligentes que faciliten la integración de estos aparatos en hogares donde el espacio es limitado. Un claro ejemplo son los kits de superposición universales, diseñados para que el consumidor pueda *“colocar la secadora encima de la lavadora con total seguridad”*, una solución aún poco conocida en España pero que responde a un problema común en los hogares españoles.

El proceso de desarrollo de producto está basado en un estudio detallado de las demandas específicas de cada mercado. *“Cuando decidimos lanzar los soportes para TV, elegimos aquellos modelos cuyas características fueran adecuadas al mercado de los televisores*

*que se venden en España, que son diferentes de los que se venden en Italia o en Francia, por ejemplo”*, subraya el presidente.

## Ventajas competitivas

En el sector de los mandos a distancia, Meliconi destaca por la robustez tecnológica de sus productos. Su base de datos propia contiene códigos para más de 1.500 marcas y 50.000 modelos de televisores. El responsable señala que *“los códigos de programación presentes en los mandos a distancia Meliconi provienen de nuestra base de datos propia, lo que nos permite una cobertura prácticamente total de los televisores del mercado y una actualización constante frente a nuevos lanzamientos”*.

Asimismo, la personalización y la disponibilidad de todas las funciones originales del mando se combinan con una interfaz fácil de usar, un aspecto que Meliconi considera esencial para el consumidor. *“La gama premium incorpora, de manera única en el mercado, una protección especial de goma en el cuerpo del mando, que lo protege en caso de golpes y evita su rotura”*, detalla. En el segmento de soportes para TV, Meliconi es líder europeo y busca consolidar su posición en España con *“productos que combinan diseño, ingeniería y fabricación en Italia”*. Los soportes cuentan con certificaciones TÜV SÜD, garantías extendidas de 5 o 10 años y componentes de alta calidad, como los fijadores Fischer, que proporcionan seguridad y durabilidad. Una innovación reciente es la gama de soportes para paredes de cartón-yeso, materiales cada vez más presentes en los hogares españoles y para los cuales no existían soluciones específicas en el mercado hasta ahora.

En cuanto a los auriculares para TV, Meliconi *“responde a una necesidad específica”* y, por ello, han integrado *“todas aquellas características que mejoran la experiencia de escucha de la televisión”*. Entre sus características, destacan la base de doble función (transmisión y carga), ecualización de balance, micrófono ambiental para ajustar el sonido según el entorno, opciones de conexión múltiples y un diseño ergonómico para mayor comodidad. *“Estas características enriquecen nuestra oferta de producto, que tiene como objetivo garantizar la compatibilidad total con todos los televisores del mercado y una calidad de audio excelente”*, añade.



## Potencial de los kits de superposición

Los kits de superposición para lavadoras y secadoras representan la gran apuesta de Meliconi en España a corto plazo. *“El mercado, sobre todo el de las secadoras, está en fuerte crecimiento y existe un claro problema de habitabilidad”*, indica. Los productos de la empresa ofrecen una solución práctica y segura para optimizar el espacio, creando valor tanto para los clientes profesionales como para los consumidores finales, generando así una situación *“win-win”*. En cuanto a la proyección a futuro, la marca se encuentra en una fase inicial de implantación en España, enfocándose en *“dialogar con los clientes y hacer que los consumidores prueben los productos”*. Riccardo Meliconi concluye que esta etapa permitirá recoger *feedback* valioso para desarrollar nuevas iniciativas o lanzar productos adaptados al mercado español. En su opinión, tiene un *“gran potencial de crecimiento”*. ▶