

Osservatorio

LOMBARDIA

I PROTAGONISTI di questo numero



Assessorato al Commercio
Regione Lombardia,
Franco Nicoli Cristiani

Pag **57**

LA PRODUZIONE

Pag **58**

IL GROSSISTA

Pag **60**

IL DETTAGLIO

Pag **62**

LA GDS

“ La ‘ferramenta tradizionale di quartiere’ rinnovata in questi anni e più competitiva rispetto al passato, continuerà ad essere vincente e strategica continuando ad offrire un servizio di elevata qualità e di forte specializzazione ”

NUOVO OSSERVATORIO PERMANENTE Regione Lombardia

L'**OSSERVATORIO PERMANENTE** incentra la propria analisi sull'osservazione del tessuto distributivo regionale, con una particolare attenzione alle nuove tendenze merceologiche, all'andamento dei fatturati, ai problemi e alle possibili soluzioni, alle eccellenze, all'armonia della catena distributiva. Fonte privilegiata rimane per noi la voce diretta delle aziende commerciali che formano il settore, distinguendole come ci è consueto tra dettaglianti, grossisti e Grande Distribuzione Specializzata. Una attenzione particolare sarà dedicata anche al sistema produttivo settoriale, così da avere una fotografia complessiva di tutta la filiera.

Lo scenario di base SCENARIO ECONOMICO

Secondo un'indagine Prometeia - Unioncamere, le previsioni indicano per il 2009 una riduzione del PIL lombardo del -4,0%, seguita da una debole ripresa nel 2010 (+0,6%) e dal ritorno su tassi di crescita più sostenuti nel 2011 (+1,3%) e nel 2012 (+1,6%). La Lombardia è sostanzialmente allineata alla media nazionale nel 2009, mentre presenterebbe una ripresa più rapida nel 2010-2012. Lo scenario per il PIL lombardo si basa su un andamento della domanda caratterizzato da una forte riduzione nel 2009 della domanda interna (consumi ed investimenti) alla quale si aggiunge un significativo rallentamento delle esportazioni. Nel 2010 sarebbe comunque il commercio estero a dare il segnale della ripresa, mentre la domanda interna rimarrebbe stabile. Nel 2011-2012 il consolidarsi della ripresa avviene in concomitanza con il rilancio della domanda interna (consumi delle famiglie ed investimenti).

Secondo i dati Unioncamere della regione **Lombardia**, nel comparto **industriale** il 2009 si apre con un nuovo calo dei livelli produttivi rispetto al primo trimestre 2008 (-11,1%). Il tasso di utilizzo degli impianti scende così al minimo del 60% e ciò ha determinato un significativo livello delle scorte nei magazzini degli imprenditori. Anche gli ordini fanno registrare un peggioramento tendenziale sia dall'interno (-13,8%) che dall'estero (-12,1%). Il rallentamento della domanda viene confermato anche dal periodo di produzione assicurata dal portafoglio ordini che scende a 47,8 giornate. Anche il fatturato totale a prezzi correnti permane in fase decrescente ed accelera la caduta (-10,9%). Questo calo è determinato principalmente al crollo del fatturato interno, mentre quello estero resta sostanzialmente stabile. I prezzi registrano riduzioni sensibili sia per le materie prime (-3,2%) che per i prodotti finiti (-2,5%). Sul fronte occupazionale, il numero degli addetti cala dell'1,1% ed aumenta ancora il ricorso alla Cig. I dati sulla produzione disaggregati per classe dimensionale mostrano il risultato più negativo (-12,7%) per le medie imprese. È infe-



riore il calo nelle piccole e medie imprese (-10,2%). Il portafoglio ordini presenta poi un quadro più positivo per le grandi imprese piuttosto che per le medie e piccole imprese. La riduzione dei livelli produttivi risulta diffusa in tutti i settori, dal -16% della siderurgia al -13,3% della gomma plastica, tessile (-13%), legno e mobilio (-11,8%) e meccanica (-12,4%). In definitiva, il fatturato dell'industria lombarda, calcolato a prezzi correnti, mostra un andamento coerente con la produzione industriale. Dopo il picco raggiunto a fine 2007 l'indice ha cominciato a registrare variazioni congiunturali negative, in accelerazione in corso d'anno fino al -10,9% del primo trimestre 2009. La variazione tendenziale è rimasta positiva fino a metà 2008, per poi registrare anch'essa segni sempre più negativi.

La produzione delle aziende **artigiane** apre negativamente il nuovo anno, con una perdita dell'11,6% rispetto al primo trimestre 2008. Gli ordini perdono il 17,3% sul versante interno ed il 3,4% su quello estero. Il fatturato a prezzi correnti continua a ridursi perdendo il 18,4% rispetto allo stesso trimestre del 2008. Prevale sempre più i giudizi di scarsità delle scorte di magazzino sia per i prodotti finiti che per i materiali per la produzione. Si registrano i primi segnali significativi di contrazione dei prezzi delle materie prime che calano del 2,1%, insieme ad una riduzione dei prezzi dei prodotti finiti del -2,6%.

Per quanto riguarda il settore del **commercio**, nel primo trimestre 2009 registra un diffuso rallentamento del fatturato. Nel commercio al dettaglio gli esercizi specializzati non alimentari soffrono maggiormente (-8,0%), seguiti dagli alimentari (-6,5%) e dai non specializzati (-2,8%). Il commercio all'ingrosso risulta più sofferente del commercio al dettaglio, segnando un -7%.

- Bricocenter
- ★ Bricofer
- ◆ Brico Io
- Brico Italia
- ◆ Brico Ok
- ✿ Castorama
- ★ Granbrico
- ♥ Grancasa
- ▲ Leroy Meril
- ◆ Obi
- ✿ Punto Brico
- ▲ Punto Legno
- ✚ Self Grande Centrodel Fai da Te
- ★ Altri
- G Grossisti

1183 Dettaglianti



SCRIVETECI

“Per commenti, suggerimenti o richieste di partecipazione all'Osservatorio scrivete a redazione@ferramenta2000.net”



LA PAROLA ALL'ASSESSORE

Assessorato al Commercio Regione Lombardia **Franco Nicoli Cristiani**

Quale attenzione ed importanza si è data all'esistenza ed al ruolo dei canali distributivi tradizionali (come ad esempio i negozi di ferramenta)?

L'Assessorato ha sempre dato molta importanza al ruolo dei canali distributivi tradizionali, compreso il settore

della ferramenta, in primis promuovendo bandi a favore delle piccole e medie imprese commerciali finalizzati all'innovazione ed incentivazione nell'esercizio dell'attività. Si può inoltre affermare che la "ferramenta tradizionale di quartiere", rinnovata in questi anni e più competitiva rispetto

al passato, continuerà ad essere vincente e strategica continuando ad offrire un servizio di elevata qualità e di forte specializzazione, accompagnato da una componente di affiancamento e orientamento all'utente, grazie alla disponibilità e alla professionalità del suo personale.

■ Presentazione delle AZIENDE PRODUTTRICI

Denominazione azienda: Frigerio Ettore SpA
Anno di fondazione: 1984
Persone occupate: 100

Fondata nel 1948 da **Ettore Frigerio**, che intraprese una piccola attività volta alla produzione di minuterie metalliche tranciate e stampate, l'azienda ha saputo beneficiare nel tempo dell'impulso e dell'inventiva del suo fondatore, trasformandosi costantemente in base alle sempre maggiori aspettative del mercato. Con appropriati investimenti in uomini e mezzi, si acquisirono le tecnologie necessarie a soddisfare le richieste sempre maggiori nei settori dell'automotive, di quello motociclistico, dell'elettrodomestico, delle macchine agricole, dell'elettrotecnico. Parallelamente veniva lanciata una gamma di articoli per il fissaggio. Oggi la produzione si articola in particolari tranciat, stampati, assemblati e saldati, con tutte le lavorazioni supplementari idonee a fornire al cliente prodotti

Denominazione azienda: Bolis Italia Srl
Anno di fondazione: 1967
Persone occupate: 19

Dal 1967 **Bolis Italia** progetta e produce articoli per il fai da te e complementi d'arredo di design; reggimensole, ripiani, mensole, idee salvaspazio, accessori per mobili e tapparelle, mantenendo inalterata quella passione e quella vocazione artigianale che le hanno permesso di concretizzare un progetto vincente. Progetto sviluppato grazie alla creatività di collaboratori che sanno conciliare fantasia e funzionalità, originalità e stile e con un indubbio consolidato know how tecnico. Una distribuzione ed una rete commerciale in

Denominazione azienda: F.lli Bassoli Sas di Bassoli M., Giorgio&C.
Anno di fondazione: 1929
Persone occupate: 9

L'attività della **Fratelli Bassoli** risale al lontano 1929 quando i soci fondatori iniziarono a rigenerare le lime raccolte presso le officine locali per poi rivenderle agli utilizzatori. Grazie alle competenze tecniche ed alle capacità imprenditoriali dei fondatori l'azienda sviluppa ben presto un discreto lavoro di produzione, affermandosi sull'intero territorio nazionale. Trasferitasi nell'odierna sede di Olgiate Molgora nel 1954, l'azienda consolida la propria posizione e consegue ben presto ottimi risultati portando la qualità delle lime prodotte ad un livello di eccellenza capace di reggere il confronto con i principali protagonisti del settore a livello mondiale. Flessibilità e dinamicità contraddistinguono l'organizzazione aziendale che, nel corso degli anni si dota di una struttura di vendita in grado di rapportarsi direttamente agli uffici acqui-

Denominazione azienda: Sveden Srl
Anno di fondazione: 1973
Persone occupate: 30

Sveden ha conquistato una posizione di prestigio nell'ambito degli articoli per edilizia. Sveden è all'altezza di competere a tutti i livelli sul mercato nazionale e internazionale. È una realtà aziendale dedicata alla costruzione e vendita di strumenti e articoli per chi opera nei settori dell'edilizia, dell'agricoltura e della ferramenta. L'azienda ha sede operativa a Cortabbio in provincia di Lecco, zona famosa per la lavorazione dei metalli. L'elevata specializzazione dei prodotti è un fattore vincente per soddisfare le esigenze della clientela, che sceglie questa azienda grazie all'attenzione nel servizio effettuato dagli addetti di Sveden.

Località: Lecco
Settore: stampaggio lamiera, minuteria metallica
Fatturato (Mn Euro): 9

sempre più complessi e finiti possibile. L'impegno costante per il perseguimento della soddisfazione del cliente, attraverso il miglioramento continuo della Qualità del Sistema Aziendale, e la coerente evoluzione degli strumenti operativi e delle risorse umane e tecnologiche verso quel primario obiettivo, hanno trovato riscontro e conferma nelle Certificazioni di Conformità, che hanno accreditato la capacità organizzativa e produttiva aziendale verso la propria clientela. L'azienda è impostata mediante un sistema informatico totalmente integrato (costruito e sviluppato internamente) che consente la gestione degli ordini in maniera semplice e veloce, ottimizzando i tempi di consegna del prodotto.

Località: Airuno (LC)
Settore: Ferramenta, Fai da te
Fatturato (Mn Euro): n.d.

continua evoluzione rendono noto il marchio Bolis Italia a livello internazionale, valorizzando la ricerca continua di elevati standards qualitativi e l'innovazione di prodotto. La struttura distributiva è costituita da una rete di agenti che coprono il territorio nazionale e l'estero. La rete commerciale include una struttura di vendita diretta ed interna all'azienda. I principali canali di vendita in cui l'azienda lecchese è presente sono i punti vendita tradizionali, la Grande Distribuzione e gli esercizi commerciali di mobilio.

Località: Olgiate Folgora (LC)
Settore: ferramenta, utensileria
Fatturato (Mn Euro): n.d.

sti di grandi aziende, sia private che statali, divenendone così i fornitori. L'azienda produce lime e raspe di alta qualità ed adatte a tutte le esigenze, come lime per meccanica, lime di precisione, lime speciali e raspe per legno. In particolare, molto apprezzati sono gli utensili per maniscalchi, venduti in tutto il mondo. Inoltre distribuisce utensili da taglio come punte da trapano, seghe a tazza, frese e raspe rotative, allargafori e svasatori, seghe circolari e seghetti a mano. La rete commerciale nazionale è costituita da agenti e rappresentanti, mentre a livello internazionale è presente con rivenditori. In Italia, i canali di vendita in cui è presente sono gli esercizi di ferramenta ed utensileria. È anche presente nella Gdo.

Località: Cortabbio di Primaluna (LC)
Settore: Edilizia
Fatturato (Mn Euro): 10

L'assistenza professionale e personalizzata per ogni cliente è un importante sinonimo di qualità. Ciò è stato favorito anche grazie a nuovi strumenti comunicativi di facile e veloce consultazione per aiutare nella scelta e per snellire i tempi di consegna. La struttura distributiva è centralizzata nei propri stabilimenti, mentre la struttura della rete di vendita è sia diretta che indiretta, in Italia e nel resto del mondo. I canali di vendita in cui Sveden è presente sono estremamente diversificati, visto che è presente nella Gdo, presso i grossisti, magazzini edili, utensilerie e negozi di ferramenta.

I GROSSISTI DI FERRAMENTA sono una trentina, concentrati perlopiù nelle province di Bergamo, Brescia, Milano e Mantova. Le dimensioni operative dei grossisti lombardi sono elevate e ciò consente loro di superare alle volte il confine regionale per servire punti vendita in altri territori di mercato, soprattutto del centro nord.

GROSSISTI

Nome azienda: **Ferramenta Adda SpA**

Località: **Cisano Bergamasco (BG)**

Nome compilatore: **Giorgio Amigoni - contitolare**

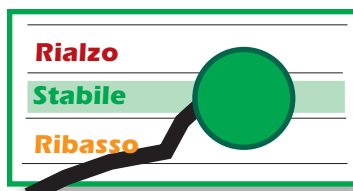
Superficie negozio: **4.000 mq**

Persone occupate: **25**

Anni di attività: **31**



Può indicare qual è il trend del suo negozio a livello di fatturato?
Stazionario



PRODOTTO TOP

Può indicare qual è attualmente il PRODOTTO PIÙ venduto?

Giardinaggio ed articoli per il "fai da te"

Perché?

La tendenza al rialzo di questi articoli viene sostenuta dal positivo andamento delle vendite rivolte alla clientela privata

PRODOTTO FLOP

Può indicare qual è attualmente il PRODOTTO MENO venduto?

Utensileria ed elettroutensileria

Perché?

Il calo dipende dalla diminuzione delle vendite nel settore professionale.

Può indicare qual è il marchio più apprezzato?

Maurer



Nome azienda: **F.Ili Meazza Srl**

Località: **Trezzano sul Naviglio (MI)**

Nome compilatore: **Mauro Popolizio - buyer**

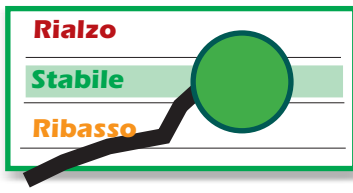
Superficie negozio: **1.300 mq**

Persone occupate: **14**

Anni di attività: **81**



Può indicare qual è il trend del suo negozio a livello di fatturato?
Stabile



PRODOTTO TOP

Può indicare qual è attualmente il PRODOTTO PIÙ venduto?

Settore bagno e ferramenta

Perché?

Non esiste una ragione specifica. I settori in cui siamo attivi presentano cicli differenti di mercato. In questo momento, la domanda tende a concentrarsi su articoli sanitari e per il bagno, beni richiesti da famiglie che desiderano il meglio per le loro case.

PRODOTTO FLOP

Può indicare qual è attualmente il PRODOTTO MENO venduto?

Utensileria in genere

Perché?

La tendenza attuale rispecchia un andamento



Nome azienda: **Fratelli Posio SpA**

Località: **Mantova**

Nome compilatore: **Massimo Fanti - consigliere**

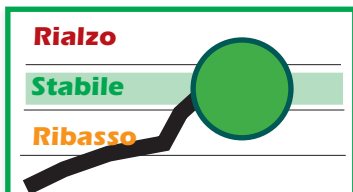
Superficie negozio: **200 mq**

Persone occupate: **22**

Anni di attività: **201**



Può indicare qual è il trend del suo negozio a livello di fatturato?
Stabile



PRODOTTO TOP

Può indicare qual è attualmente il PRODOTTO PIÙ venduto?

Accessori per serramenta

Perché?

Perché la nostra attività è specializzata su questa linea di prodotti e la nostra clientela è in gran parte costituita da serramentisti e carpentieri.

PRODOTTO FLOP

Può indicare qual è attualmente il PRODOTTO MENO venduto?

Tubi da stufa

Perché?

Perché questo prodotto viene trattato da esercizi di ferramenta più attrezzati in questo settore





Tra i Vostri fornitori, qual è l'azienda che Vi fornisce più agevolazioni e Vi fornisce la miglior assistenza alla vendita)?

In questo periodo di crisi quasi tutti i fornitori hanno migliorato il proprio servizio e le agevolazioni.

Qual è la peculiarità principale della Vostra attività, ciò che vi distingue dagli altri?

La vendita di prodotti a marchio nostro selezionati e confezionati con particolare cura ed ottimo rapporto qualità prezzo. Inoltre la lunga presenza sul territorio nel quale operiamo ci dà una profonda conoscenza del mercato di riferimento

Quali sono i problemi maggiori della Sua attività in questo momento?

Il maggior problema è la riduzione di vendite legate al settore del professionale e dell'edilizia.

Cosa Le soddisfa della Sua attività?

Mi piace molto avere la possibilità di un rapporto personale con i nostri clienti.

Per il futuro della Sua attività è ottimista o pessimista?

Sono ottimista perché il nostro settore è molto variegato e ha una storia molto lunga. Fino a quando ci sarà passione per il lavoro il nostro settore continuerà ad essere importante.

conjunturale e non uno strutturale, ovvero di lungo periodo.

Se analizziamo la tendenza nell'arco di un anno, infatti, ci sono stati cicli al rialzo ed al ribasso di tutte le merci. La nostra politica è quella di rimettere e/o togliere articoli e prodotti a seconda della richiesta. Poiché non è avvenuto nulla di tutto ciò, si può concludere che tutto sommato la tendenza riscontrata si mantiene stazionaria.

Può indicare qual è il marchio più apprezzato?

Le maniglie Olivari

Tra i Vostri fornitori, qual è l'azienda che Vi fornisce più agevolazioni e Vi fornisce la miglior assistenza alla vendita)?

Gedy, Ibb, Olivari ed Ompporro

Qual è la peculiarità principale della Vostra attività, ciò che vi distingue dagli altri?

Ciò che ci differenzia è la qualità del servizio pre e post vendita. Un altro fattore di indubbio successo è l'estesa linea di prodotti ed articoli. In proposito, il portafoglio prodotti conta circa 25 mila articoli.

Quali sono i problemi maggiori della Sua attività in questo momento?

Soprattutto la scarsa disponibilità del privato nell'acquisto di prodotti ad alto contenuto di prezzo. Per converso, la nostra attività viene sostenuta dall'elevato tasso di fidelizzazione della nostra clientela in più di ottant'anni di servizio.

Per il futuro della Sua attività è ottimista o pessimista?

Nonostante le condizioni del mercato, sono ottimista

Può indicare qual è il marchio più apprezzato?

Betafence

Tra i Vostri fornitori, qual è l'azienda che Vi fornisce più agevolazioni e Vi fornisce la miglior assistenza alla vendita)?

Betafence e Orsogrill

Qual è la peculiarità principale della Vostra attività, ciò che vi distingue dagli altri?

Ciò che ci differenzia rispetto alla concorrenza è la professionalità ed il servizio offerto alla clientela.

Quali sono i problemi maggiori della Sua attività in questo momento?

Il fatto di avere come segmento principale di clientela quella

presente nel settore dell'edilizia, ciò si riflette sul trend della nostra attività

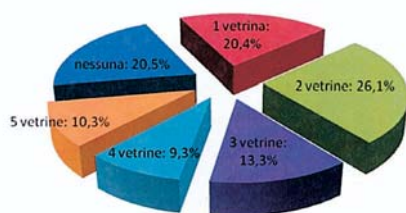
Che cosa apprezza e che cosa non apprezza della Sua attività?

Ci dà soddisfazione il rapporto diretto con la clientela e la possibilità, a volte, di risolvere loro eventuali necessità. D'altro canto, inizia a pesare invece la progressiva burocratizzazione nella gestione dell'azienda.

Per il futuro della Sua attività è ottimista o pessimista?

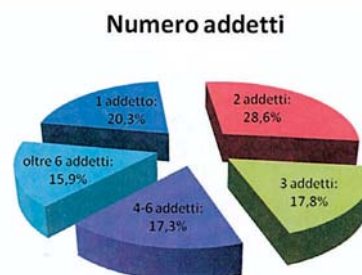
Malgrado la crisi, sono ottimista.

Presenza vetrine

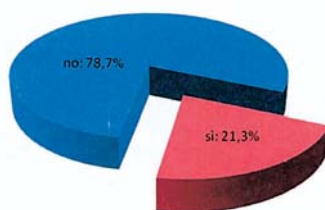


Presenza di vetrine						
Numero	0	1	2	3	4	5 e oltre
Quota %	20,5%	20,4%	26,1%	13,3%	9,3%	10,3%

Numero addetti					
Classe addetti	1	2	3	3 - 5	oltre 6
Quota %	20,3%	28,6%	17,8%	17,3%	15,9%



Presenza venditori



Presenza venditori	
Si	21,3%
No	78,7%

Nome azienda: **Ferramenta Sambinello**

Località: **Vigevano (PV)**

Nome compilatore: **Claudio Paolo Sambinello - contitolare**

Superficie negozio: **mq. 70**

Persone occupate: **2**

Anni di attività: **44**



Può indicare qual è il trend del suo negozio a livello di fatturato?

Stabile. C'è stato un inizio d'anno calante, ma tale variazione è rientrata successivamente. Tutto sommato, questi cicli tendono a bilanciarsi per cui le vendite restano sull'ordine della normalità

PRODOTTO TOP

Può indicare qual è attualmente il PRODOTTO PIÙ venduto?

Chiavi e radiocomandi

Perché?

Grazie alla nostra specializzazione in questo settore. Nel caso di tutti gli altri prodotti si è invece assistito ad una sostanziale stabilità della domanda



Tra i Vostri fornitori, qual è l'azienda che Vi fornisce più agevolazioni e Vi fornisce la miglior assistenza alla vendita)?

Malfatti & Tacchini

Qual è la peculiarità principale della Vostra attività, ciò che vi distingue dagli altri?

La specializzazione nella linea di radiocomandi e chiavi, il servizio e l'alta evasione degli ordini

Quali sono i problemi maggiori della Sua attività in questo momento?

Soprattutto la concorrenza con la Gdo

Dica una cosa che apprezza del settore in cui opera.

Tutto grazie alla passione ed alla tradizione di famiglia nel seguire questa attività commerciale



PRODOTTO FLOP

Può indicare qual è attualmente il PRODOTTO MENO venduto?

Minuteria

Perché?

E' il settore che ha risentito del calo ciclico delle vendite

Può indicare qual è il marchio più apprezzato?

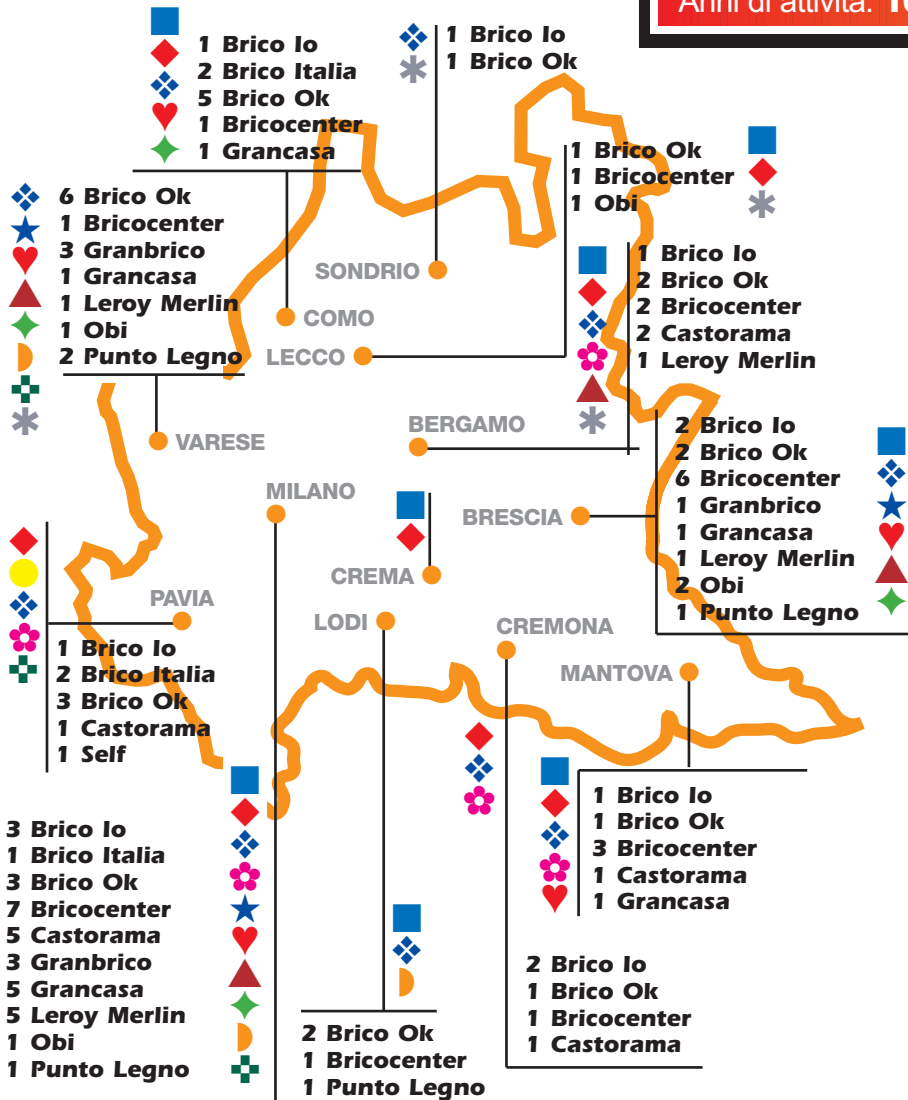
Bosch, Silca e tutti i marchi di radiocomandi su cui siamo specializzati

Per il futuro della Sua attività è ottimista o pessimista?

Bisogna essere ottimisti, altrimenti si viene precipita nella crisi

GDS

Nome azienda: **Granbrico – Gruppo Grancasa**
 Località: **Sede commerciale - Legnano (MI)**
 Nome compilatore: **Giuseppe Cozzi - buyer**
 Superficie negozio: **mq. 30.000**
 Persone occupate: **oltre 300**
 Anni di attività: **10**



Può indicare qual è il trend del suo negozio a livello di fatturato?
 Stabile

PRODOTTO TOP
 Può indicare qual è attualmente il **PRODOTTO PIÙ** venduto?

Sicuramente i settori giardino, vernici e sistemazione

Perché?

Questi settori, ed in particolare il giardino e le vernici, sono molto stagionali ed il picco va da aprile a settembre

PRODOTTO FLOP
 Può indicare qual è attualmente il **PRODOTTO MENO** venduto?

Riscontriamo un calo delle vendite nel settore macchine utensili

Perché?

È sicuramente dovuto ad una saturazione del mercato

Può indicare qual è il marchio più apprezzato?

Tutti i principali marchi ed in particolar modo Black & Decker

Distribuzione dei punti vendita della Gds in LOMBARDIA, per insegna e provincia

Insegne/Province Sondrio Como Varese Lecco Milano Bergamo Brescia Pavia Lodi Cremona Mantova **TOTALE**

Insegne/Province	Sondrio	Como	Varese	Lecco	Milano	Bergamo	Brescia	Pavia	Lodi	Cremona	Mantova	TOTALE
Brico Io	1	1	-	-	3	1	2	1	-	2	1	12
Brico Italia	-	2	-	-	1	-	-	2	-	-	-	5
Brico Ok	1	5	6	1	3	2	2	3	2	1	1	27
Bricocenter	-	1	1	1	7	2	6	-	1	1	3	23
Castorama	-	-	-	-	5	2	-	1	-	1	1	10
Granbrico	-	-	3	-	3	-	1	-	-	-	-	7
Grancasa	-	1	1	-	5	-	1	-	-	-	1	9
Leroy Merlin	-	-	1	-	5	1	1	-	-	-	-	8
Obi	-	-	1	1	1	-	2	-	-	-	-	5
Punto Legno	-	-	2	-	1	-	1	-	1	-	-	5
Self	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Totale	2	10	15	3	34	8	16	8	4	5	7	112



Tra i Vostri fornitori, qual è l'azienda che Vi fornisce più agevolazioni e Vi fornisce la miglior assistenza alla vendita?

Black & Decker

Qual è la peculiarità principale della Vostra attività, ciò che vi distingue dagli altri?

Abbiamo un pacchetto referenze completo che tocca tutti i settori, dalla ferramenta al giardino, dall'idraulica all'enologia, dalle vernici al decoupage, dal legno all'autoaccessorio ed un ottimo rapporto qualità/prezzo unito ad un servizio che curiamo nei minimi particolari. Il personale durante l'anno svolge corsi di aggiornamento nei settori più tecnici, oltre a vere e proprie giornate dove viene sviluppato il concetto di marketing e tecniche di vendita. Il nostro pay off "il fai da te per tutti" rispecchia in pieno la nostra filosofia e l'indirizzo che vogliamo dare ai nostri negozi

Quali sono i problemi maggiori della Sua attività in questo momento?

I problemi maggiori derivano dalla crisi economica che sta attanagliando il paese e che influisce negativamente sui consumi. Gli acquisti sono indirizzati soprattutto sui prodotti indicati come prima necessità per cui tutto quello che è considerato "superfluo" o comunque non necessario rimane in secondo piano

Dica una cosa che apprezza e una che proprio non ama del settore in cui opera.

Una cosa da noi apprezzata è la preparazione e l'evoluzione che il cliente ha avuto nel corso di questi anni e la ricerca sempre più di un prodotto qualitativo a discapito dei prodotti di fascia bassa. Le difficoltà che affrontiamo quotidianamente sono uno stimolo a migliorare ed a trovare le soluzioni migliori e vincenti

Per il futuro della Sua attività è ottimista o pessimista?

Sicuramente i prossimi anni saranno piuttosto difficili sotto tutti i punti di vista, ma continuando ad operare come abbiamo fatto fino ad oggi siamo convinti che i risultati ci premieranno

Le nuove creazioni.



Modelli brevettati
design

bimar[®]
 ELETTRODOMESTICI

>> QUALITÀ E DESIGN, UNA STORIA ITALIANA

25010 Colombare di Sirmione - (Bs) - ITALY - Via Amendola, 16/18
 Tel. +39 030 9904555 r.a. - Fax +39 030 9904733
 www.bimar-spa.it - info@bimar-spa.it