

LARA PARTENZI

Una formula unica in Italia destinata a spostare l'asse del settore della regalistica dal Piemonte, regione con marchi storicamente leader di mercato, all'Umbria e che permetterà all'azienda che l'ha progettata, che ha sfidato e vinto ogni crisi di mercato, ad incrementare di anno in anno il fatturato per raggiungere 6 milioni nel 2007, 8 i milioni previsti per quest'anno.

Dall'inizio dell'attività, era il 1997 quando Matteo Monni e Luigi Allegrini, conosciuti al distretto militare di Perugia, hanno cominciato con un vecchio furgone la distribuzione a domicilio dei prodotti dell'azienda agricola del papà di Matteo sotto il marchio "Bontà express", ne è passata di acqua sotto i ponti.

Oggi l'azienda, che conta su uno staff di 15 persone stabili e 15 venditori nel settore domicilio, a cui si aggiungono circa 100 collaboratori nel periodo che va da settembre a dicembre (in cui, a ridosso del Natale, si concentra il lavoro legato alla regalistica), ha sviluppato cinque segmenti diversificati uniti dal filo conduttore di una filosofia improntata alla qualità dei prodotti e del servizio.

Tra i principali clienti, Eni, Clementoni, Costa Crociere, Canon Cartasi, Jacuzzi, Malaguti, Mediaset R.t.i, Acqua Rocchetta ed Uliveto, ma anche gruppi della grande distribuzione come Auchan, Carrefour, Coop centro Italia, l'Abbondanza e Pam.

Obiettivo: conquistare ulteriori quote di mercato a livello nazionale, con un particolare interesse allo sviluppo di quelli internazionali, fornendo servizi integrati ed andando a colpire target diversificati.

L'azienda bontà "Bontà Express" nata dall'esperienza di tre generazioni nella produzione strettamente artigianale di prodotti caseari, oltre a distribuire prodotti alimentari, si è infatti specializzata nella realizzazione di strenne e cesti gastronomici per offrire alle aziende la possibilità di acquistare a prezzi d'ingrosso prodotti in genere distribuiti dal dettaglio specializzato: 180mila le confezioni prodotte nel 2006, 340mila nel 2007, un numero destinato a salire a 450mila a conclusione della campagna 2008.

Tradizione e tecnologia, a cui si aggiunge la creatività dei due giovani titolari: questo il connubio vincente che ha permesso all'azienda di Bastia Umbra - che opera su uno stabilimento di 5mila Mq completamente dedicato e attrezzato per la produzione di confezioni regalo gastronomiche realizzate rigorosamente a

Cinque marchi destinati a famiglie, imprese e grande distribuzione



Da gennaio parte la vendita di oggettistica e utensileria per la casa

REGALISTICA

Bontà Express, conquista il mercato mondiale

L'azienda di Bastia Umbra ha stretto un accordo con la multinazionale "Viking"



Una tavola allestita con prodotti enogastronomici

mano, come avviene nei piccoli negozi - di sperimentare una formula nuova in Italia che spazia dall'offerta alle famiglie, alle aziende, ai supermercati.

Un altro magazzino situato a Ponte San Giovanni è adibito alla distribuzione, con 15 furgoni e nell'arco di tutto l'anno, di prodotti freschi, in prevalenza formaggi e salumi, ma anche surgelati: "Questo settore, a cui corrisponde il marchio 'Bontà express, la tradizione a tavola", rappresenta lo sviluppo dell'attività iniziale. Passiamo con i furgoni presso le famiglie, lasciamo un assaggio dei prodotti e i listini dei prezzi e poi ritorniamo per gli eventuali acquisti. Copriamo buona parte del territorio regionale offrendo un servizio molto apprezzato dagli anziani e dalle persone che hanno difficoltà a spostarsi. Attual-

mente serviamo 8mila famiglie ma il nostro obiettivo è quello di sviluppare un franchising", spiega Monni.

"Bontà express, un regalo di gusto", è invece la linea di confezioni regalo natalizie dirette alle medie-grandi aziende.

"Ogni confezione da noi realizzata deve essere un regalo", spiega Matteo Monni ed è per questo che abbiamo selezionato prodotti particolari, non facilmente reperibili nel circuito della "spesa giornaliera", per far sì che il regalare confezioni gastronomiche diventi un gesto unico e ricercato".

Il servizio offerto alle aziende è frutto di un lavoro di intensa per-

sonalizzazione: "I nostri clienti vengono contattati e gestiti attraverso il nostro call center, non abbiamo rappresentanti. Questo ci consente di monitorare passo dopo passo dalla sede centrale tutte le operazioni e di offrire tutti i servizi necessari per assistere il

cliente in ogni fase della lavorazione, dalla scelta del prodotto alla consegna. Ai clienti vengono spediti tutti i cataloghi dei nostri prodotti e, quando viene richiesto, un campione degli stessi. Una volta effettuata la scelta, provvediamo ad inviare un'immagine fotografica di come sarà la composizione finale".

La ricerca della qualità del pro-

dotto è stata anche la molla che ha spinto i due giovani imprenditori a realizzare alcuni marchi esclusivi facenti capo a "Bontà Express": "Lionardi", che identifica i prodotti dolciari, "Veschi", per i sottolio e i prodotti di gastronomia, "La macina del Colle" che identifica l'olio di produzione propria e "Blend", per il caffè, a cui si aggiunge una produzione su richiesta fatta da altre aziende in esclusiva per la "Bontà express".

Altro fiore all'occhiello, che ha permesso all'azienda di Bastia Umbra l'ingresso nelle grandi strutture commerciali della grande distribuzione con il marchio "Regalo di gusto", la linea destinata alla Gdo appunto, è il packaging: "Abbiamo brevettato alcune formule, come quella della confezione trasparente in un lato,

che permette agli acquirenti di vedere cosa c'è dentro".

Altri due brevetti riguardano un cordoncino applicato su una scatola di cartone che contiene i prodotti, al fine di consentire un trasporto più agevole del pacco regalo rispetto al tradizionale cesto natalizio e, ancora, il folder estraibile, un'immagine del contenuto interno applicata su una facciata della scatola, funzionale ad orientare il cliente sui prodotti inseriti all'interno, che si può sfilare per offrire una elegante confezione regalo.

Tra le principali novità, altro segmento sviluppato da "Bontà express" sotto il marchio "Dea Gourmet food design", la creazione di una linea di oggetti ed utensileria per la cucina e la tavola: "Con questo marchio firmiamo una linea di accessori abbinabili al mondo gastronomico. La realizzazione degli oggetti viene seguita direttamente nei paesi di produzione mediante uno stretto contatto con produttori che lavorano per i più importanti marchi in questo settore. Si tratta di porcellane e accessori in legno e acciaio, tutti di altissima qualità e con un design accattivante, realizzati per portare sulle tavole un tocco di classe e modernità e rendere il consumo dei prodotti più affascinante e piacevole".

Attualmente gli oggetti vengono inseriti nelle confezioni regalo ma a partire da gennaio si partirà con la vendita presso le strutture commerciali: "Grazie al rapporto diretto con la produzione e all'elevato numero di prodotti trattati il prezzo applicato agli accessori è 2-4 volte inferiore al prezzo di mercato", spiega ancora Monni.

In programma, ma ancora tutta da sviluppare, la creazione della sezione dedicata all'e-commerce con un sistema di interattività con i siti dei fornitori, che prenderà il nome di "Bontà express.it". Infine, una vera conquista che permetterà all'azienda umbra, tra le prime in Italia, di entrare con forza sui mercati internazionali e di sviluppare un business alimentare durante tutto l'arco dell'anno è l'accordo con la multinazionale "Viking" leader nel mondo della distribuzione di prodotti per l'ufficio, da cui è nato il marchio, sempre di proprietà, "Gustosi": "La Viking ha un pacchetto clienti molto solido e distribuirà per noi questo marchio all'estero", conclude Matteo Monni.

In altre parole, questa collaborazione permetterà a "Bontà Express" di arrivare direttamente al consumatore straniero e di offrire un cesto gastronomico durante tutto l'arco dell'anno, offrendo la qualità dei veri prodotti italiani.

BANDA LARGA

Fibra ottica, in Umbria nuovi impianti con tecniche a basso impatto ambientale

In Umbria sono stati avviati nei giorni scorsi da Telecom Italia alcuni importanti Progetti innovativi in relazione alla fibra ottica. Per la realizzazione dei nuovi impianti in Fibre Ottiche verranno utilizzate tecniche innovative di scavo a basso impatto ambientale.

L'obiettivo è di ridurre i disagi alla viabilità, evitare le manomissioni dei manti stradali, ridurre le dimensioni dei cantieri e abbreviare i tempi di lavoro.

Gli impianti (uno già concluso e uno in fase di realizzazione) ri-

guardano il collegamento di 2 Aziende locali una delle quali la Solgenia Spa con sede a Spoleto, è la holding di un Gruppo operante nel settore delle soluzioni applicative e tecnologiche per le aziende.

Grazie ad una partnership con Telecom Italia, Solgenia è stata tra le prime realtà a portare la fibra ottica a Spoleto nello scorsa pri-

mavera. La fibra ottica di Telecom Italia è stata funzionale alla creazione di una infrastruttura wireless (senza fili) in grado di coprire l'intera città e di distribuire in modo più rapido e veloce la banda larga in tutto il comprensorio.

Sull'infrastruttura implementata è stata tra l'altro creata una rete privata per la Fondazione Festival di

Spoleto per collegare in maniera sicura tutti gli uffici e le strutture dell'organizzazione in occasione della prossima edizione del Festival Dei Due Mondi.

Per potenziare l'infrastruttura realizzata e supportare progetti di ampliamento nei servizi di data center professionale, Solgenia ha scelto di attivare un nuovo collegamento in fibra ottica.

Le nuove tecnologie utilizzate da Telecom Italia permetteranno questa volta di ridurre drasticamente i tempi e gli investimenti in scavi e cablatura, limitando i disagi per la collettività in termini di interruzione di servizi e di viabilità e rimuovendo ogni rischio di alterazione o deturpazione paesaggistica della valle spoletina.

l'obiettivo di Telecom Italia è quello di fornire al maggior numero di clienti l'accesso alla Banda Larga visto che attualmente il problema del digital divide nella Regione Umbria, rallenta le prospettive di crescita culturale e di partecipazione dei cittadini comprese le piccole e medie imprese. Questi interventi contribuiranno senza dubbio ad un maggior sviluppo economico e parallelamente permetteranno di avere una moderna rete in Fibre Ottiche con limitati disagi alla cittadinanza.