

Bon Prix assorbe Euronova a Valdengo

VALDENGO

Un bicchiere di prosecco, una pizzetta e un omaggio particolare ad ogni dipendente, un piccolo cactus, usato da Stephan Elsner come simbolo metaforico dell'azienda che dirige, la Bon Prix Italia, per dire che «è una pianta che fa grandi cose con poche risorse»: semplice, ma significativa la cerimonia di ieri all'ora di pranzo per annunciare la fusione tra Bon Prix ed Euronova, due importanti realtà locali nel settore della vendita per corrispondenza entrambe marchi sotto l'ombrello comune del gigante tedesco Otto Group.

I dipendenti dell'azienda di Valdengo hanno incontrato i colleghi dell'ormai ex Euronova nel corso di un aperitivo all'aperto allestito nella proprietà di Valdengo (ex manifattura Perona) dove a giugno è stata inaugurata la base operativa ampliata del Sud Europa e nella sede di Cossato della Get a Line, nuova società di servizio per la principale, fondata il 1° giugno scorso.

«Oggi nasce la nuova Bon Prix - ha detto il direttore generale Elsner - e questo è il punto di partenza con l'obiettivo di un futuro brillante per coloro che credono che lo sviluppo di un'azienda passi anche attraverso una corretta ed attenta gestione del personale».

Per la società questo tipo di incontri informali non costituisce una novità: favoriscono il dialogo tra i dipendenti e la dirigenza Bon Prix.

«La fusione - spiega Antonella Pella, responsabile delle risorse umane di Bon Prix Italia -, costituisce una nuova piattaforma operativa che consentirà una maggiore internazionalizzazione dell'impresa che farà tesoro delle politiche e del know how più aggressivo di Euronova».

Bon Prix Italia srl, sede italiana del gruppo Otto di Amburgo, con una crescita annua superiore al 25%, ha registrato nel 2006 un fatturato di 100 milioni di euro.

Il personale impiegato ha registrato un'importante dinamica di crescita dal 1997 ad oggi: alla fine del 2006 il numero di dipendenti superava le 100 unità. Attraverso la fusione con Euronova, l'organico nel Biellese del gruppo passa a 239 addetti: 186 nella sede Bon Prix e 53 nella "Get a Line". Una ventina di addetti Euronova hanno scelto la via dei prepensionamenti o degli incentivi e sono usciti dal gruppo. Entro fine anno verranno disdettati i

contratti di affitto delle sedi Euronova a Vigliano e a Cossato.

Bon Prix sviluppa oltre 1.200.000 contatti all'anno. Il suo call center smista da 2500 a 6000 telefonate al giorno, pari a circa 900.000 contatti telefonici all'anno. Il 50% circa degli ordini avvengono tramite telefono, il 25% via internet, il 15% via posta e il 10% via fax. Nel 2006, i cataloghi spediti sono stati oltre 20 milioni, gli ordini ricevuti un milione, mentre i pacchi spediti 1.300.000. Gli ordini ricevuti in media ogni giorno hanno raggiunto quasi le 5.000 unità, cifra identica alla media dei pacchi spediti ogni giorno.

Stephan Elsner è sicuro «nel 2008 altre aziende di Otto Group, che gestisce circa 100 marchi in 19 Paesi, entreranno nella sede di Valdengo con proprie unità operative. Unica condizione? Che venga definita la partita delle spedizioni postali. La convenzione con Poste spa che garantisce oggi prezzi molto interessanti scade il 31 dicembre e va rinegoziata».

ROBERTO AZZONI



Il brindisi di ieri: in primo piano il direttore generale Stephan Elsner (sotto: Hubert Bona)

239

I DIPENDENTI: 186 A BON PRIX E 53 A GET A LINE

100

MILIONI DI FATTURATO 2006: IN CRESCITA DEL 25%

1.300.000

PACCHI SPEDITI NEL 2006. SMILA ORDINI QUOTIDIANI