

Tutte le interviste  
ai protagonisti  
del Festival  
della pubblicità

CANNES  
LIONS 2008

Tutte le interviste

CONVEGNO



AUDIRADIO

22 luglio 2008

### **In agosto Bon Prix presenta la seconda ondata della propria campagna di comunicazione**



Il payoff Bon Prix - Lo stile che conviene, esprime e sintetizza il senso alla base della compagna di comunicazione pubblicitaria di agosto, perfetta sintonia con la filosofia Bon Prix: un'offerta che concilia stile e convenienza, un buon servizio ed un costante orientamento al cliente e l'entusiasmo che anima il Gruppo, secondo il motto 'leading through passion', ovvero essere i principali attori sul mercato lavorando con passione.

Lo spot impiegato avrà una durata di 15". I soggetti, come nella tradizione di Bon Prix, sono stati scelti per far entrare lo spettatore nel mondo Bon Prix che è costituito da più di 10.000 capi. Lo spot ha inizio con le cover dei nuovi cataloghi, prosegue con una carrellata

dei modelli più significativi del mondo Bon Prix, per chiudere infine con l'indicazione del numero verde che il cliente può chiamare per entrare in contatto con l'azienda, anche semplicemente per ordinare il catalogo. Il numero verde quindi come via d'accesso immediata e privilegiata per scoprire l'universo Bon Prix.

Bon Prix Italia continua a crescere e registra uno sviluppo annuo costante, non solo attraverso la vendita via catalogo, ma dal novembre del 2007 anche attraverso punti di vendita retail, aperti uno dopo l'altro nei mesi scorsi. Cinque negozi aperti in sette mesi e i piani annuali sono di ulteriore forte espansione. "La campagna di comunicazione televisiva darà indubbiamente buoni frutti a Bon Prix, - Stephan Elsner, Direttore Generale Bon Prix Italia -, Con le ultime campagne pubblicitarie abbiamo avuto un fortissimo ritorno in termini di contatti e clienti acquisiti. Risulta per ora il sistema di maggiore efficacia e per questo abbiamo deciso di continuare su questa strada. Con questa nuova campagna vogliamo accrescere ulteriormente il valore del nostro brand facendo leva su elementi unici del nostro marchio e rilevanti per il cliente, quali fra gli altri, l'espansione del nostro network, la cura del cliente, la convenienza unita alla qualità, e una forte attenzione e sensibilità per l'ambiente"

\*\*\*

Bon Prix Italia, società del gruppo tedesco Otto di Amburgo con sede a Valdengo, nell'eccellenza del tessile biellese, è leader in Europa nella vendita per corrispondenza di abbigliamento per donna, uomo, bambino, accessori e tessile per la casa. E' uno dei principali attori del mercato di riferimento e negli ultimi anni ha rafforzato notevolmente la sua presenza in Italia, merito della sua offerta che concilia stile e convenienza, servizio al cliente e professionalità delle risorse umane. Il motto del Gruppo è "Leading through passion", ovvero essere uno dei principali attori del mercato lavorando con grande entusiasmo. Il fatturato di Bon Prix Italia contribuisce all'incremento complessivo del Gruppo con un valore di fatturato di 105 milioni di euro, la domanda si attestata a 130 milioni di euro. I contatti sviluppati da Bon Prix Italia nel 2007 sono oltre 1.300.000 e il call center gestisce attualmente da 3000 a 6000 telefonate al giorno. Il 50% circa degli ordini avvengono tramite telefono, il 30% via internet, il 10% via posta e il 10% via fax. Nel 2007, i cataloghi spediti in Italia sono stati 50 milioni, gli ordini ricevuti 1,8 milioni, mentre i pacchi spediti oltre 2 milioni.

Per informazioni:

Consilium Comunicazione

Enea Nepentini – [enepentini\(at\)consiliumcom.com](mailto:enepentini(at)consiliumcom.com)

Chiara Lesèvre – [clesevre\(at\)consiliumcom.com](mailto:clesevre(at)consiliumcom.com)

02 365.654.85 || 335.18.33.449