

VALDENGO LE VENDITE PER CORRISPONDENZA

Bon Prix attacca le Poste «Penalizzati dagli aumenti»

Il call center biellese dell'azienda registra 550 mila contatti l'anno di clienti

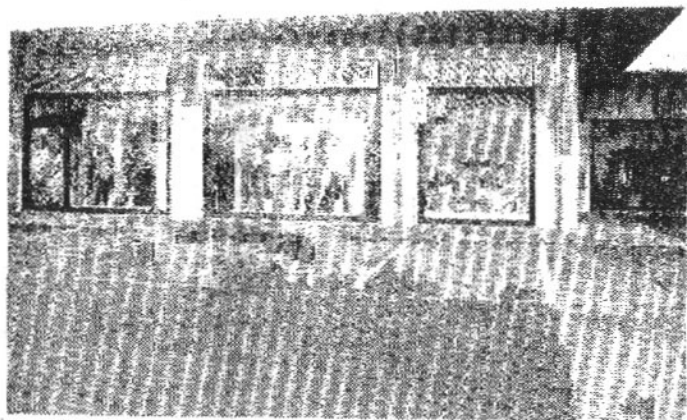
VALDENGO

Contro l'aumento delle tariffe postali scende in campo la «Bon Prix», del marchio tedesco Otto Group.

Spiega la responsabile delle campagne pubblicitario Silvia Ragazzoni: «Da un decennio operiamo nel settore delle vendite per corrispondenza per abiti ed accessori ed abbiamo sempre utilizzato Poste Italiane per la consegna dei pacchi e la distribuzione dei cataloghi, instaurando una buona collaborazione. Ora la comunicazione delle nuove tariffe rende indi-

spensabile per noi trovare una soluzione adeguata che ci permetta di essere sempre competitivi. Di fatto un primo aumento del costo postale è scattato a luglio e a questo si aggiungerà quello annunciato dall'inizio del prossimo anno. Risultato: l'importo di spedizione per ogni pacco sarà di sette euro. L'aumento notevole ci penalizza, proprio in un contesto che vede il mercato aumentare con lo sviluppo di Internet. E proprio quando stiamo investendo con la realizzazione di un nuovo magazzino logistico a Valdengo.

Il confronto con le tariffe postali applicate in Francia ed in Germania - secondo la Bon Prix - è negativo per Poste Italiane: attualmente 5 euro contro meno di tre. Non poco per un'impresa che lo scorso anno ha fatturato quasi 90 milioni di euro e che dovrebbe farsi carico di un



«Bon Prix» ha anche un punto-vendita a Vigliano

maggior costo di circa 5 milioni annui stando ai dati desunti dall'attività.

Al call center di Valdengo giungono annualmente 650.000 contatti telefonici che si concretizzano nell'85 per cento dei casi in vendite con destinazione Italia, Svizzera, Grecia e molti Paesi dell'Europa centro-meridionale.

Nell'ultimo triennio il volume medio dei pacchi è aumentato del 30 per cento circa, a testimoniare la vitalità della «Bon Prix», che per altro conta 120 dipendenti, di cui oltre la metà assunta con contratto a tempo indeterminato. Poste Italiane corre quindi concretamente il rischio di perdere un ottimo cliente. [d. sa.]