

MOBILI E ARREDI/1 Nuovo nome e spot a raffica sulle locali per la commerciale del mobile all'ingrosso con 30 milioni di ricavi. Che da Castelfranco vuole allargarsi in tutta Italia

Arredissima attacca

di Riccardo Merisi

Sta imperversando sulle tivù private del Nord Italia con una sit-com di cinque puntate in cui ha messo a recitare i suoi clienti (al casting si sono presentati in più di 250). Si tratta di Arredissima, il nuovo marchio di Group Nord Est holding spa di Castelfranco Veneto (Treviso), nota sotto il vecchio nome come Nord Est ingrosso mobili. «Un cambio di denominazione necessario», dichiara Ottavio Sartori, con Franco Rinaldi socio fondatore della spa, «dato il più ampio respiro dell'attività, non più legata in esclusiva al territorio della provincia di Treviso, nel quale abbiamo cominciato 13 anni fa. Lo spot? Fin dai primi anni la pubblicità è stata una leva propulsiva fondamentale per la nostra attività e oggi che abbiamo superato i confini regionali, proponendoci in altre zone d'Italia, abbiamo pensato a un modo originale per testimoniare il nostro ringraziamento a quanti ci hanno dato fiducia, ossia i nostri clienti».

Ma il balzo decisivo l'azienda trevigiana l'ha fatto negli ultimi cinque anni in un settore, l'arredamento con annessi e connessi, dove di certo non si soffre di solitudine. Oggi il giro d'affari della spa è arrivato alla soglia dei 30 milioni di euro (+9% sul 2006), con 180 dipendenti e 70 collaboratori nei due call center interni, grazie anche alle diverse aperture fra il 2003 e il 2005. Sono sei le filiali aperte in tutto il Nord, «il nostro bacino iniziale». Oltre alla storica sede centrale di Castelfranco, Group Nord Est ha aperto anche a San Martino Buon Albergo (Verona), Mezzago (Milano), Nichelino (Torino, che fu la prima extra Veneto nel 2002), Carpi (Modena) e San Giorgio di Piano (Bologna). «Visitare», aggiunge Sartori, «da 2 mila nuovi clienti ogni mese» e che aspira a coprire l'intero territorio nazionale «entro otto anni». Una speranza che gli deriva dai tassi di crescita registrati negli ultimi cinque anni (+84% nel 2003, +37% nel 2004, +15% nel 2005, +45% nel 2006), ma guai a dirgli che sono una sorta di Ikea un po' più piccola: «La differenza fondamentale», spiega Sartori, «sta proprio nella formula che impostammo all'inizio, nel 1995, quella di un punto vendita dove i privati potevano trovare tutti i mobili che avessero voluto. Ci appoggiamo a circa 700 fornito-



Franco Rinaldi
e Ottavio Sartori

ri italiani, a un prezzo di fabbrica e chiaro tutto compreso: l'Iva, il trasporto e il montaggio. Ma senza il fai-da-te. Noi diamo tutto il servizio completo: un responsabile clienti fissa un appuntamento con un arredatore esperto. Organizziamo anche il ritiro dell'usato e diamo una garanzia sugli arredi per un minimo di cinque anni. Facciamo tutto noi, come fossimo un negozio tradizionale ma con i

vantaggi di prezzo di un ingrosso». Tutto nacque, come spesso è accaduto nel Trevigiano, dalla voglia di intraprendere di due amici che lavoravano per una nota azienda italiana di moda. Ottavio Sartori continua a fare il responsabile dell'area amministrativa-gestionale, mentre Franco Rinaldi continua a seguire la parte commerciale. La differenza è che l'azienda, stavolta, è la loro. (riproduzione riservata)

NORDEST FINANZA

