

Bellucci SpA: Risultati 2010

L'anno che si è appena concluso ha rappresentato sicuramente una sfida tra le più dure tra tutte quelle che la Bellucci ha dovuto affrontare nel corso dei 45 anni della sua attività.

Tutto lasciava pensare che dopo il 2009 ci sarebbe stata una ripresa, magari non eccezionale ma comunque favorevole: così non è stato, almeno fino alla fine dell'anno. L'azienda ha cercato di razionalizzare alcuni processi, è stata ottimizzata la forza vendite, sia su Torino che su Roma, sono stati fatti investimenti nell'area del supporto tecnico e sistemistico, è in parte cambiato l'approccio al mercato.

Tutti questi sforzi hanno fatto sì che, grazie anche ad un rush finale <imponente>, l'azienda ha chiuso l'anno 2010 con un crescita di fatturato di oltre il 15% rispetto al 2009 (che, ricordiamo, era comunque in crescita anche rispetto al 2008), arrivando al tetto dei trenta milioni di Euro.

Purtroppo qualcosa è stato lasciato per strada, infatti il margine operativo lordo è sceso rispetto a quello degli anni passati, ma visto l'andamento generale di questo comparto economico non si poteva sicuramente sperare di più.

Uno degli elementi che ha maggiormente contraddistinto l'anno appena concluso è stato l'ingresso di decine di nuovi clienti all'interno del customer set della Bellucci, andando a toccare settori come quello del finance, manufacturing, pubblica amministrazione locale e la piccola e media impresa locale: un risultato che premia sicuramente la capillarità dell'azione commerciale degli ultimi anni. Sono state approcciate anche alcune categorie di clienti <nuove>, come quelle dei system integrator, su cui le competenze tecniche e le capacità economiche della Bellucci hanno permesso di incrementare il volume di business generato.

Questi successi sono sicuramente dovuti a diversi fattori, tra i quali ci piace ricordare:

- Maggiore attenzione posta sull'attività di integrazione di tecnologie, alcune consolidate come la virtualizzazione, altre emergenti come l'unified communication o il digital signage.
- Incremento delle risorse dedicate a particolari aree di mercato (tra la fine del 2010 e l'inizio del 2011 la struttura si è arricchita di una decina di figure professionali dedicate all'ambito della security e alla realizzazione di applicativi specializzati).
- Attento controllo e presidio dei clienti consolidati.
- Maggiore integrazione e collaborazione con i principali brand rappresentati.
- Ricerca di alcune soluzioni di nicchia su mercati verticali (vedi RFID o integrazioni tra applicativi e apparati di campo).

Facendo tesoro di quanto sopra esposto per la Bellucci ci sono sicuramente tutti i presupposti per continuare a crescere anche in questo 2011, migliorando e ottimizzando la copertura sul parco clienti, continuando ad investire sulle risorse di pre e post vendita e cercare di ottenere anche un miglioramento delle performance economiche.

Credit FreeSystem: il leasing per i privati



Alberto Di Tanno e Laurent David

Lo scorso dicembre Alberto Di Tanno, presidente del gruppo Intergea e Laurent David, direttore generale della Findomestic hanno stipulato un accordo per il nuovo prodotto finanziario 'Credit FreeSystem'. All'evento hanno partecipato i titolari delle concessionarie partecipate dal gruppo Intergea, oltre l'intero consiglio di amministrazione composto da Alberto Di Tanno, Carlo Calvi, Esposito Catello, Angelo Alba ed Enrico Martinelli e tutti i responsabili delle sedi del gruppo. Credit FreeSystem è indicato per chi cambia l'auto ogni 4 o 5 anni e percorre in media 10-15 mila chilometri all'anno; in questi casi quando è ora di sostituirla, la valutazione dell'usato è bassa e quasi sempre insoddisfacente. «Noi - afferma Di Tanno - garantiamo da subito il valore dell'auto che la concessionaria riconoscerà allo scadere del contratto e quindi dopo 2 o 3 anni il valore dell'usato sarà sicuro, nessuna sorpresa e nessuna delusione». Tale intesa permetterà ai privati di acquistare l'automobile e prodotti finanziari con gli stessi vantaggi di una vendita all'ingrosso. Da parte di tanti clienti consente di acquistare servizi a prezzi molto concorrenziali e di questo ne possono beneficiare tutti i ns clienti: una rata minima comprensiva di tutti i servizi che consentirà al cliente di cambiare la propria autovettura ogni 24-36 mesi, pagando lo stesso canone.

Le due società leader nel mercato si pongono come obiettivo 500 contratti per il primo anno e oltre 8 milioni di fatturato.



Troppa mobilità verso il capoluogo

Secondo l'ex sindaco Nicola Pollari questo esodo verso altre strutture causa un grave danno economico all'Asl To3. Tutto questo, secondo Pollari, è da addebitare all'isolamento di Venaria, che ha pochi trasporti da e verso Rivoli

La grande fuga dei malati dall'ospedale di Venaria

Il 76% dei pazienti preferisce rivolgersi alle strutture di Torino e Ciriè

Inchiesta

GIANNI GIACOMINO

Lanzo

Quale futuro per il Mauriziano

Domani alle 21. nel salo-

composto da sei Comuni, in tutto circa 70 mila abitanti. Troppi per gravare su un ospedale vecchio come quello della Reale, nonostante, l'Asl To3, nell'ultimo periodo abbia investito