

VENDITE ONLINE LE AZIENDE CHE DECOLLANO

E-commerce boom Cena di lusso omaggio a tutti i dipendenti

“Viadurini” di Santarcangelo vende prodotti di design di alta qualità in tutto il mondo e fattura tre milioni e mezzo di euro. Ai lavoratori regala una serata al Ristorante Magnolia

**SANTARCANGELO
NICOLA STRAZZACAPA**

Se il colosso dell'e-commerce che in un giorno consegna gli acquisti in tutto il mondo è sbarcato all'ombra del Campione da qualche mese, loro il mondo dell'e-commerce lo stanno colonizzando con un percorso inverso: partendo proprio da Santarcangelo e servendo una nazione dopo l'altra con prodotti di qualità nell'universo del design made in Italy. Loro sono il presidente di “Viadurini” Giuliano Cranchi e gli amministratori delegati Gianni Gozzi e Giovanni Cranchi. Tre generazioni di imprenditori – padre e figlio hanno 78 e 38 anni e il terzo socio 51 – che sono sbarcati nel 2015 al civico 21 di via del Pino e stanno chiudendo il quarto anno di attività con qualcosa come 3 milioni e mezzo di euro di fatturato.

«Abbiamo scelto questo nome perché via Durini è la famosa via dell'arredamento di lusso di Milano e il nostro obiettivo iniziale è stato stravolgere lo shopping portando l'arredamento di design italiano in tutto il mondo e non più il mondo in un'unica via» rivela il presidente. Ma in Viadurini non ci si crogiola sugli allori e si guarda già al futuro, a un 2020 che si colorerà di ulteriori novità e in cui l'obiettivo sarà abbattere addirittura il muro dei 5 milioni di euro: «La situazione economica italiana e anche europea non è certamente ottimale per raggiungere risultati positivi, ma la mentalità di Viadurini che opera fondamentalmente sulle persone e sulla qualità dei prodotti fa sì che anche nel 2019 abbiamo aumentato il fatturato del 20%. Nel prossimo anno apriremo nuovi segmenti di prodotti affiancando al Design il Food e il Tessile e Tavola e amplieremo inoltre nuovi mercati: dopo la Russia, sarà la volta del Giappone e a seguire dell'Australia e di altri Paesi» fa eco l'amministratore Fabio Gozzi. «E per riuscirci si applicherà in modo sostanziale l'investimento tramite campagne pubblicitarie mirate» con-

ferma il responsabile web marketing Giovanni Cranchi.

Sbarco al Magnolia

A illustrare l'originale cadeau di fine anno è poi di nuovo il presidente: «Il marketing e l'ambiente di lavoro sono due capisaldi della nostra mission: quando l'ambiente è sano e positivo si lavora meglio e si produce di più. E' quindi fondamentale far star bene i propri dipendenti e visto che loro si distinguono per grande passione e abnegazione come pensiero di Natale abbiamo donato a ciascuno dei diciassette un coupon per due persone al Ristorante Magnolia di Cesenatico. Non li portiamo a cena per la canonica festa aziendale, regaliamo una cena con una persona cara nell'unico due stelle della Romagna entro la fine di gennaio» rivela ancora il presidente Cranchi.

Amazon, niente concorrenza

«Non abbiamo risentito minimamente dell'apertura della sede logistica di Santarcangelo, perché abbiamo target di pubblico e mercato completamente differenti. La nostra scelta è stata infatti affidarci a piccoli artigiani di ogni regione italiana per poi metterli sotto il marchio Viadurini Collection con prodotti esclusivi. Abbiamo inserito anche qualche

**NESSUNA CONCORRENZA
CON AMAZON**

«Non abbiamo risentito minimamente dell'apertura della sede logistica di Santarcangelo»

**DIPENDENTI
MADRELINGUA**

Relazioni in diretta in tante lingue. «Abbiamo una struttura on line con tutti i Paesi grazie a un gruppo di persone madrelingua»

brand importante, mantenendo però per il 70% del fatturato con il nostro brand. Oggi abbiamo una vetrina di oltre 50.000 prodotti con uno scontrino medio di 1000 euro ad acquisto» rivela Cranchi, che con il suo “Viadurini” può vantare fra i propri clienti veri e propri pezzi da novanta.

Linea diretta

In diretta col mondo, consegne e montaggio in casa. La costante “linea diretta” con il mondo e le consegne sono gli altri punti di forza e il presidente Cranchi li illustra con orgoglio. «Abbiamo una struttura commerciale on line con tutti i Paesi grazie a un gruppo di persone madrelingua che parlano e scrivono in inglese, francese, tedesco, spagnolo, italiano, portoghese, polacco e russo rispondendo alle richieste in tempo reale. I contatti sono di tre tipi, in chat, per telefono o mail. Operiamo in tutta Europa, ma anche con gli Stati Uniti, il Messico, la Russia e stiamo aprendo Australia, Canada, Indonesia, Cile, Portogallo, Brasile. Abbiamo un'addetta specializzata in social network che fa post in tutte le lingue. Giovanni cura la parte web marketing e in base ai click, perché ogni nazione cerca prodotti diversi, di colori diversi» entra nel merito, per poi chiosare appunto con la parte relativa alla consegna, altro elemento che fa la differenza: «E' un altro dei punti chiave: non si possono acquistare articoli da migliaia di euro e vedersi consegnare in strada da un corriere. In ogni Paese abbiamo quindi creato un network, che ci consente di consegnare con corriere specializzato direttamente in casa e non al piano strada e di completare l'offerta con il montaggio completo in tutto il mondo».



© RIPRODUZIONE RISERVATA

I titolari di Viadurini e il coupon donato ai dipendenti

La fila dei clienti alle casse del negozio Oliviero