

Mondo Convenienza

Storia e valori di una grande azienda

Lealtà, Responsabilità e Spirito d'Iniziativa: questi i valori su cui si è sempre fondato il gruppo Mondo Convenienza.

Azienda italiana leader nella Grande Distribuzione Organizzata di mobili e complementi d'arredo ad un costo competitivo e accessibile a tutti, in soli 25 anni di attività si è attestata tra i primi distributori specializzati nell'arredamento per la casa.

La storia di Mondo Convenienza è quella di un uomo, che con tenacia, partendo da zero e credendo in un grande progetto, è approdato alla guida di una delle aziende leader in Italia nella Grande Distribuzione Organizzata del Mobile.

E' infatti il 1981 quando Giovan Battista Carosi, futuro fondatore di Mondo Convenienza, si trasferisce da Viterbo a Civitavecchia per lavorare come commesso in un negozio di arredamento. Da allora, i punti vendita aperti sono cresciuti di anno in anno, fino a contare 28 stores, costruendo un impero da 466 milioni di Euro di fatturato, che dal Lazio, alla Toscana e all'Abruzzo estende il proprio raggio d'azione al Nord Italia, in Veneto, Piemonte e Lombardia.

Verso il futuro

Oggi il gruppo conta **28 stores dislocati tra Abruzzo, Lazio, Lombardia, Toscana, Piemonte, Umbria, e Veneto e su un punto vendita virtuale per gli acquisti on-line.**

Risultati raggiunti non perdendo mai di vista i propri **obiettivi**. Mondo Convenienza, infatti, ha sempre assunto a valore aziendale la ricerca e l'individuazione del **miglior rapporto qualità-prezzo**, divenendo così un indiscusso leader nel mercato della grande distribuzione organizzata.

Con circa **3.000 addetti** e un **fatturato 2009 pari a 466 milioni di Euro**, il gruppo Mondo Convenienza ha registrato nel **primo semestre 2010 una crescita pari al +20%**. Un anno, quindi, di grande vitalità e sviluppo, che ha visto in soli sette mesi l'apertura di tre nuovi stores.

Mondo Convenienza è una solida realtà destinata a crescere: **nei prossimi 5 anni il Piano di sviluppo prevede infatti l'apertura di ben 4 nuovi punti vendita all'anno per un totale di 20 nuovi stores**, che offrirà circa 2.000 posti di lavoro. Una squadra destinata quasi a raddoppiare, quindi, e il cui inserimento verrà seguito attraverso percorsi formativi e di crescita professionale, per continuare a preparare e motivare le proprie persone, fondamentale talento dell'azienda.

Numeri e risultati che, in un contesto di recessione economica mondiale, assumono un valore ancora più importante, dando grande prova di stabilità e capacità di gestione delle problematiche chiave della crisi. Grazie ad una conduzione consapevole dei costi da parte di tutte le funzioni aziendali e senza ricorrere a saldi o ad offerte promozionali, l'azienda ha continuato a contrastare la diminuzione del potere d'acquisto della moneta, **gestendo il fattore prezzo e trasformandolo in una vera parola d'ordine per ogni azione di sistema**. Altra scelta strategica è stata il continuare ad **aumentare quote di mercato tramite le aperture di nuove strutture commerciali** che, oltre generare effetti positivi su tutto l'indotto, ha garantito occupazione in un periodo in cui la disoccupazione è salita a livelli altissimi.

Il valore aggiunto Mondo Convenienza

Mondo Convenienza è in grado di **rispondere ai bisogni di una clientela eterogenea e attenta**, con un vasto catalogo di prodotti pensati per arredare con gusto e funzionalità tutti gli ambienti domestici, dal **soggiorno**, alle **camere** e **camerette**, fino alle **cucine** e all'arredo **bagno**, proposti nello stile **classico**, **moderno**, **etnico** e **arte povera**.

Gli oltre vent'anni di storia Mondo Convenienza, insieme allo spirito di intraprendenza e innovazione che caratterizzano il gruppo, si traducono in un'offerta al **miglior prezzo possibile pur garantendo la qualità della tradizione mobiliare italiana**. **Varietà e convenienza ma progettato su misura con trasporto e montaggio a casa**: questo un valore aggiunto che solo Mondo Convenienza può garantire.

Il **cliente è da sempre al centro** delle scelte e del modo di operare di Mondo Convenienza. Dal momento in cui entra in store, non viene mai lasciato solo. Gli addetti del punto vendita assistono i visitatori fin dalla fase di progettazione, tramite software dedicati che consentono di predisporre disegni e preventivi dettagliati.

Professionalità, rapidità e trasparenza sono infatti concetti fondamentali per l'azienda, che si concretizzano in proposte commerciali concrete e promesse mantenute.

Mondo Convenienza offre, ad esempio, il servizio di "**consegna entro quattro giorni lavorativi**", che consiste nell'impegno da parte dell'azienda di applicare uno sconto del 10% sull'importo dell'acquisto qualora la merce comperata non venga consegnata nei quattro giorni promessi.

Infine la **vicinanza**: non solo punti vendita fisici, distribuiti lungo tutto lo Stivale e in grado di dare visibilità all'ampia varietà dei prodotti offerti, ma anche un **negozio virtuale sul web**, che consente di visionare il catalogo completo e di acquistare da casa, comodamente e in tutta sicurezza.

Il servizio di e-commerce, attivo dal 2003, segna un ulteriore primato per Mondo Convenienza, che ha deciso, **per prima nel suo settore, di investire nella vendita on line**, registrando risultati incoraggianti e di successo, grazie alle centinaia di acquisti effettuati ogni giorno da tutta Italia.

Mondo Convenienza in numeri:

Punti vendita: **28**

Presenza sul territorio: **Lazio, Toscana, Umbria, Abruzzo, Piemonte, Lombardia, Veneto**

Fatturato 2009: **466.000.000 di Euro**

Numero addetti: circa **3.000**

Per informazioni stampa:

WEBER SHANDWICK ITALIA

Novella D'Incecco / Annamaria Acinapura

Tel. 0257378 503/459

ndincecco@webershandwick.com

aacinapura@webershandwick.com