

10 ANNI *di cover story*

2018

“
A noi interessa che il nostro prodotto venga scelto per i suoi contenuti, per questo motivo non puntiamo unicamente sul fattore estetico, ma sulle sue valenze tecnologiche. Sugli elementi che lo rendono una soluzione unica e qualificante agli occhi del progettista.”



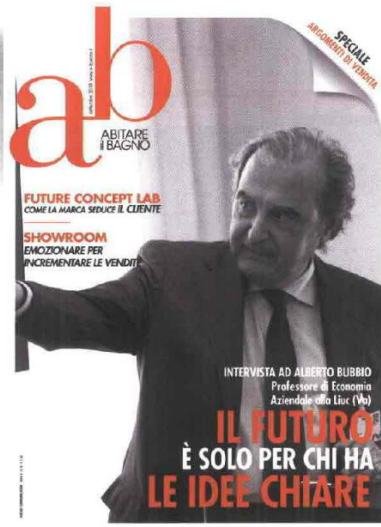
GUIDO CHECCHI
MANAGING DIRECTOR
DI DORNBRACHT ITALIA
MAGGIO/GIUGNO



GIUSEPPE PRESOTTO
TITOLARE DI **ARBLU**
LUGLIO/AGOSTO

“
Portando la nostra esperienza posso affermare che essere un'azienda italiana è un fattore vincente, ci certifica. Infatti, laddove la scelta premia gusto e classe, il cliente è portato a preferire un nostro prodotto, anche se la nostra mission è indirizzare il cliente ad apprezzare anche la qualità e la durabilità del prodotto.”

“
Non esiste più un mercato in cui i clienti chiedono tutti lo stesso prodotto. E con la scomparsa del mercato di massa sono scomparsi i volumi: un cambiamento strutturale profondo. Chi si illude di svolgere un ruolo economico legato agli ampi volumi di acquisto, con questo cambiamento strutturale del settore, si troverà in grande difficoltà...”



ALBERTO BUBBIO
PROFESSORE DI ECONOMIA AZIENDALE
ALLA LIUC (VA)
SETTEMBRE