



Accordo sul money transfer

 Sull'argomento trattato in questa notizia vedi anche *"Alfonso Grassopoulos è il Migliore manager del settore del Money Transfer"* su <http://tinyurl.com/LC44311>

Accordo strategico tra **Coinstar Money Transfer** e **Chefinanziaria**. Consentirà alla compagnia di money transfer, una delle maggiori al mondo, presente in 150 Paesi, di raddoppiare il proprio network in Italia, potendo infatti disporre, oltre che delle proprie agenzie, della rete di vendita attiva sull'intero territorio nazionale, con oltre 1.100 sportelli, messa a disposizione da Chefinanziaria, realtà specializzata nell'intermediazione creditizia verso privati e aziende.

L'obiettivo di Coinstar Money Transfer è arrivare a posizionarsi come una delle proposte più economiche per inviare denaro nel nostro Paese ma soprattutto dall'Italia, dove, secondo gli ultimi dati ufficiali (2008), si sono registrate rimesse per un importo superiore ai 6,3 miliardi di euro, con una crescita del 5,5% nonostante la crisi.

Un grande 2009 per La Linea Verde

 Percorso di lettura suggerito: www.largoconsumo.info/092008/PL-0908-004.pdf (*Orticoltura*)

La Linea Verde ha chiuso bene il 2009, con un fatturato di 170 milioni di euro corrispondenti a un +5% sull'anno precedente, performance che **Massimo Bragotto**, direttore commerciale e logistica del gruppo, ha così commentato: «abbiamo lavorato per consolidare i risultati già molto positivi del 2008, perseguendo le medesime linee guida: freschezza, qualità e innovazione del prodotto. Un approccio che anche quest'anno ci ha consentito di riscuotere grande successo sul mercato e di aumentare la nostra quota di market share».

A incidere in particolare sull'eccellente andamento delle vendite 2009 le due novità a marchio **Dimmidisì**: il frullato fresco di frutta e il purè di patate fresco. Quanto alla distribuzione dei prodotti, sia a marchio Dimmidisì sia con i marchi della gd, è stata portata avanti l'azione di consolidamento del rapporto con il trade, mentre misure di controllo dei costi e di ottimizzazione dei processi in tutti i reparti sono in atto fin dall'inizio della crisi. In crescita anche il trend sul fronte internazionale, con esportazioni in incremento costante in Europa, specie in Austria, Slovenia e Croazia. ■