

Da Tlc a Eldo



Percorso di lettura suggerito:

www.largoconsumo.info/052009/PL-0509-003.pdf (*Informatica ed elettronica di consumo*)

Dalla fine di luglio Tlc Spa ha cambiato denominazione sociale in Eldo Italia Spa. Un passo importante per un'azienda che intende confermare la propria identità e la propria mission. Il cambio di denominazione è solo il segno più evidente di un processo di riorganizzazione che si prefigge il rafforzamento dell'identità dell'azienda e la valorizzazione del proprio ruolo anche nei confronti delle istituzioni, del mercato e della comunità finanziaria.

Eldo Italia con i suoi megastore di elettronica, informatica, fotografia, audio, video, telefonia, game, ufficio, elettrodomestici, climatizzatori è presente in 12 regioni. In tutto vanta una rete di 36 punti di vendita e impiega circa 1.200 dipendenti. Eldo, primo marchio interamente italiano nella distribuzione al dettaglio di elettronica di consumo, nasce a Roma nei lontani anni Settanta. I punti di vendita sono ubicati in tutte le principali città d'Italia con superfici medie di oltre 2.000 mq. Il punto di forza della catena è l'offerta di elettronica e l'information technology. ■

Intesa tra Mercatone Uno e G.A.R.H.



Percorso di lettura suggerito:

www.largoconsumo.info/042009/PL-0409-005.pdf (*Mobili e arredamento*)

Mercatone Uno ha siglato un importante accordo con G.A.R.H., il gruppo d'acquisto che comprende l'Associazione Albergatori di Rimini e la società cooperativa Promozione Alberghiera. Mercatone Uno metterà a disposizione dell'associazione una serie di servizi di progettazione, assistenza tecnica e realizzazione. Saranno anche siglate delle facilitazioni di pagamento per quanto riguarda l'allestimento di interni per strutture alberghiere e ricettive. Mercatone Uno è una delle più importanti realtà italiane nel settore della Grande Distribuzione non-food, leader nella vendita di mobili e complementi d'arredo, con vasto assortimento di prodotti per la casa.

Dall'anno della sua nascita (1983) ad oggi, Mercatone Uno ha esteso capillarmente la propria rete di Punti Vendita su quasi tutto il territorio na-

zionale e la crescita non si è ancora arrestata. Grazie ad oculate scelte manageriali, il Gruppo è riuscito a mantenere la propria posizione di assoluto protagonista sul mercato, rispondendo con la forza delle sue offerte alle esigenze della clientela e alla sempre maggiore competitività delle grandi catene multinazionali. ■