

# UN PREMIO SPECIALE ALLE STELLE DI MOBILTURI

PREMIO SPECIALE PROMOTION EDITOR'S CHOICE AL 15° PRESS, OUTDOOR & PROMOTION AWARD PER LA CAMPAGNA 'VINCI PREMI STELLATI' DI MOBILTURI, MARCHIO STORICO DEL GRUPPO TURI, AZIENDA CHE ANNOVERA TRA I SUOI BRAND ANCHE NETCUCINE ED EVO CUCINE.



**LA CAMPAGNA 'VINCI PREMI STELLATI' IDEATA DALL'AGENZIA PROMEDIA PER MOBILTURI, MARCHIO DI PUNTA DEL 'GRUPPO TURI' VINCE IL PREMIO SPECIALE PROMOTION EDITOR'S CHOICE ALL'EDIZIONE 2018 DEL 'PRESS, OUTDOOR & PROMOTION KEY AWARD'.**

A raccontarci la storia di quest'azienda, nata più di 30 anni fa in Puglia e arrivata, oggi, sul palco degli award di Media Key, è Vito Turi, Presidente del Gruppo Turi.

**VITO, CON OLTRE 500 CUCINE PRODOTTE AL GIORNO, POTETE DIRE DI ESSERE TRA LE PRIME AZIENDE PRODUTTRICI DI CUCINE IN ITALIA. MA COM'È NATO IL GRUPPO TURI?**

Tutto è nato negli anni Sessanta nella bottega artigianale di mio padre, Pasquale Turi. La trasformazione da bottega ad azienda è avvenuta successivamente, quando io e miei cinque fratelli abbiamo unito le forze e creato la Mobilturi. Da allora abbiamo lavorato con passione e soprattutto con tenacia, perché siamo consapevoli che questo nostro territorio, bellissimo per tanti versi, non supporta chi deve confrontarsi con un mercato pieno di insidie. Queste difficoltà però non ci hanno scoraggiato, anzi ci hanno rafforzato nella determinazione di

investire in tecnologie sempre più innovative. E i risultati hanno confermato il coraggio delle nostre decisioni.

**IL GRUPPO TURI COMPRENDE DIVERSI MARCHI, DI CUI IL PIÙ IMPORTANTE È MOBILTURI. QUALI SONO GLI ALTRI BRAND E QUALI I TARGET AI QUALI SI RIVOLGONO?**

Oltre il brand Mobilturi, il Gruppo comprende Netcucine ed Evo Cucine. Mobilturi è il nostro marchio storico, caratterizzato da un prodotto interamente made in Italy di ottima qualità che, grazie all'estrema versatilità degli allestimenti, è adatto a tutti i tipi di target e a tutte le tasche. Netcucine invece offre un prodotto di fascia economica, pensato per chi ha l'esigenza di avere una cucina funzionale e resistente. Evo Cucine, infine, è il nostro brand più ricercato, dedicato a chi ama il design e le rifiniture di altissimo pregio, naturalmente made in Italy.

**QUAL È IL SEGRETO DEL SUCCESSO DEL GRUPPO TURI E QUALI LE STRATEGIE ADOTTATE PER ARRIVARE AI RISULTATI DI OGGI?**

Come dicevo poco fa, il Sud ci ha insegnato a essere più bravi degli altri: per emergere in un territorio che non offre infrastrutture, devi

lavorare sodo, investire in tecnologia e puntare sulla qualità delle materie prime e delle persone che lavorano con te. Queste scelte ci hanno permesso di crescere negli anni floridi e di mantenere saldo il nostro posizionamento anche oggi, quando i rivenditori, nostri clienti diretti, esigono la qualità a cui oramai sono abituati, a un prezzo competitivo. La nostra strategia è stata questa sin dall'inizio: offrire un prodotto eccellente, in tempi brevi e a prezzi contenuti.

Questo risultato lo abbiamo ottenuto anche specializzando i nostri stabilimenti produttivi: lo stabilimento pugliese, che dà lavoro a 210 persone, è stato dedicato alla produzione delle linee di cucine di fascia alta, che necessitano di manodopera qualificata e di macchinari tecnologicamente avanzati. Invece nello stabilimento serbo, che oggi conta 90 dipendenti, abbiamo concentrato la produzione delle linee di fascia economica con un prodotto standard.

**IL 2018 HA RAPPRESENTATO UNA SVOLTA PER IL BRAND MOBILTURI CHE, PER LA PRIMA VOLTA, SI È PRESENTATO IN TV. COSA HA FATTO NASCERE QUESTA ESIGENZA E QUALI SONO LE STRATEGIE PER IL FUTURO?**

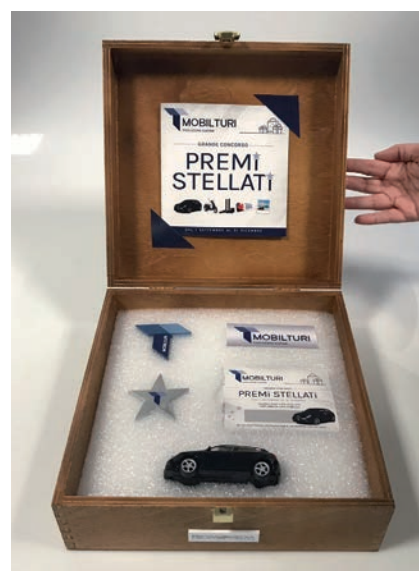
L'esigenza di presentare Mobilturi al pubblico dei clienti finali deriva proprio da una espresa richiesta dei nostri rivenditori che, da tempo ci chiedevano il sostegno di una campagna pubblicitaria e devo ammettere che, quando finalmente ci siamo decisi, l'impatto è stato emozionante e ci ha fatto sentire fieri del lavoro fatto in tutti questi anni.

**UNO DEI PUNTI NEVRALGICI PER UN'AZIENDA COME MOBILTURI È LA FIDELIZZAZIONE DEL SUO CLIENTE PIÙ IMPORTANTE, OVVERO LA RETE VENDITA. COSA FA IL GRUPPO TURI PER INCENTIVARE I SUOI RIVENDITORI?**

I rivenditori sono il nostro primo cliente, è vero. Il Gruppo Turi è presente sul mercato con 100 punti vendita diretti, i Mobilturi Point e con 2.000 rivenditori distribuiti in tutta Italia. Ma è su questi ultimi che investiamo di più in termini d'incentivazione che per noi significa si-



IN ALTO, I MATERIALI LEGATI AL CONCORSO ESPOSTI IN UN PUNTO VENDITA. A LATO, UN KIT DI PRESENTAZIONE DI 'VINCI PREMI STELLATI' PER I RIVENDITORI.



curamente assegnare dei premi sul fatturato annuale, ma anche studiare iniziative più innovative capaci di far sentire i rivenditori

parte di una famiglia e quindi privilegiati. Il concorso che ci ha portati oggi su questo palcoscenico va proprio in questa direzione.

**IL CONCORSO È STATA UNA SCELTA INNOVATIVA E CORAGGIOSA PER IL VOSTRO SETTORE. QUALI SONO GLI OBIETTIVI CHE VI SIETE POSTI E QUALI I RISULTATI?**

Questo concorso è stato una vera sfida. L'obiettivo che ci eravamo posti per questo 2018 era duplice: da un lato dovevamo aumentare la notorietà del brand Mobilturi presso il target dei consumatori finali; dall'altro volevamo fidelizzare la rete dei nostri rivenditori.

Il concorso mira a raggiungere un duplice obiettivo grazie a una doppia meccanica che, da un lato stuzzica l'interesse dei consumatori finali con un montepremi ricco e dall'altra stimola la proattività dei rivenditori la cui vincita non è affidata solo alla fortuna. Il punto vendita premiato, infatti, può veder raddoppiato il suo premio se l'allestimento del punto di vendita dovesse risultare in linea con lo stile comunicativo da noi consigliato.

Il concorso non è ancora terminato e a breve ci vedrete nuovamente in Tv con una telepromozione dedicata anche a questa iniziativa. Posso dire che l'operazione ci ha portato grandi soddisfazioni, sia in termini di acquisizione di nuovi rivenditori sia per la notorietà del brand espressa dal cliente finale che sempre più richiede le cucine Mobilturi, anche presso i punti di vendita plurimarca.

E per il 2019 siamo già al lavoro, carichi di entusiasmo.

**MK**



NELLA FOTO, VITO TURI, PRESIDENTE DEL GRUPPO TURI.