

Promo Project da 30 anni
opera sul mercato del regalo aziendale



Se non basta il pensiero...

Madre e figlia, Maria Terenzio e Gloria Danegoli, sono le "anime" di Promo Project, una piccola società attiva da oltre trent'anni nel settore della regalistica aziendale. «Ho la passione per il commercio nel DNA», afferma la signora Terenzio, milanese ma residente nella nostra città da 36 anni. «Quando ho iniziato questa attività - racconta - visitavo i clienti girando in autobus, perché non avevo la patente. Ma ho sempre lavorato con grande entusiasmo, anche se il primo impatto con i genovesi è stato, a essere sinceri, un po' shockante! Poi, le cose sono migliorate: io ho imparato a conoscerli e, allo stesso tempo, la città si è aperta, è cambiata».

La figlia Gloria ha il suo stesso carico di simpatia. Impiegata come addetto commerciale in un'azienda informatica, ha lasciato il "posto fisso" per affiancare la signora Terenzio in Promo Project. «Il passaggio da lavoratore dipendente a imprenditore non è stato facile - ricorda Gloria Danegoli - a cominciare dalla gestione del mio tempo: prima avevo un orario ben definito, ora ogni momento è buono

per scrivere a un cliente o fare una ricerca su internet». L'ingresso di Gloria in società, assicura la signora Terenzio, «ha portato una ventata di originalità, introducendo in catalogo proposte regalo particolarmente innovative. Fino a una decina di anni fa, i regali erano standard: calendari, agende, T-shirt, tutti prodotti a basso costo. Ora si presta molta più attenzione all'esclusività e alla qualità dei gadget, anche se il prezzo è meno popolare. Piuttosto se ne riduce la quantità». E il regalo, aggiunge Gloria Danegoli, «deve piacere soprattutto alle signore. Per evitare che venga messo in un angolo o riciclato, non deve essere scontato o anonimo, ma "pensato" per la persona che lo riceve. All'oggetto da ufficio magari si preferisce un capo di abbigliamento, una cravatta, un foulard. Qualcosa che più facilmente ricorda chi l'ha donato. In tutti i casi, non dobbiamo mai perdere di vista la funzione pubblicitaria del gadget, e quindi la personalizzazione del regalo con l'inserimento del marchio del cliente va seguita con molta cura».

Pur non mettendo da parte il più tra-

dizionale cesto alimentare o la cassetta di bottiglie di vino, per i quali Promo Project vanta fornitori di primissimo livello, Maria Terenzio e Gloria Danegoli visitano le maggiori fiere di settore per andare a scovare le novità "alla fonte". «Per essere competitivi sul piano dei costi, oltre che per l'originalità dell'oggetto - sottolinea la signora Terenzio -, dobbiamo cercare di ridurre al minimo i "passaggi" dal produttore al distributore. Ora va molto di moda il gadget tecnologico, come la chiavetta UBS, declinato nei modi più originali. Questo tipo di gadget, per esempio, non ha un prezzo a catalogo, perché viene importato ed è soggetto alle variazioni del cambio».

Promo Project non ha particolari velleità di crescita: a entrambe, Maria e Gloria, piace seguire personalmente i clienti, capirne i gusti e orientarli verso l'acquisto più adeguato.

«Con molti dei nostri clienti - conclude Gloria - il rapporto di lavoro è diventato un rapporto di amicizia, e finisce che ci si telefona anche solo per il piacere di fare due chiacchiere». ■ (PP)