

## CANDY PUNTA SU HOOVER

**Candy** si prepara al dopo crisi e affila le armi sui suoi brand, che spaziano dall'incasso al free standing: Iberna e Zerowatt soddisfano le fasce più basse della richiesta, mentre Hoover occupa con sempre maggiore profitto gli spazi riservati al top di gamma. Ed è proprio su quest'ultimo che l'azienda spinge in modo particolare, con nuovi investimenti in ricerca e sviluppo, comunicazione, nuovi prodotti e una nuova dirigenza.

«È un marchio strategico perché ci consente di avere un posizionamento completo» dice Stefano Caironi, neodirettore commerciale per i marchi Hoover, Zerowatt e Iberna. Oggi Hoover vale il 45% del fatturato del gruppo che nel 2008 è stato di oltre 1,1 miliardi di euro. «Ma puntiamo a crescere ulteriormente» conclude Caironi. (e.m.c.)