

Het complete verhaal wordt voorwaarde voor Formani

28-06-2010 02:00

Formani ontwikkelde zich van agenturenhuis van klinkende merken tot een eigen merk. Volgens directeur Pim Aarts matchten vraag en aanbod niet meer. “Te veel bedrijven richten zich op de grijze middenmoot. Steeds vaker kiezen mensen jou als leverancier omdat je iets anders dan anderen levert. Dát is onze toekomst.”

Marc Nelissen