



Tutti i vantaggi del B2B

Specializzato nei settori dell'arredobagno e della termoidraulica di completamento, Consorzio Intesa è fra le aggregazioni più esperte attive nell'Italia Centrale che punta sulle economie di scala e sulla qualità dei servizi

«**C**onsorzio Intesa opera da 25 anni nei territori della media costa adriatica - spiega il presidente Remo Casciaroli - e si occupa da sempre dell'erogazione di servizi agli associati, dalla stipula dei contratti con i fornitori alla gestione della piattaforma logistica centralizzata, fino alle diverse attività di supporto operativo alla vendita, all'amministrazione e alla formazione e aggiornamento del personale. Il Consorzio è specializzato nelle forniture per l'impiantistica d'interni (complementi per l'arredo bagno e l'idrotermosanitaria). Si tratta di categorie merceologiche ben precise, per le quali chiediamo agli associati di acquistare una quota consistente del proprio fabbisogno, lasciandoli liberi di scegliere i propri fornitori delle altre tipologie di prodotti come, ad esempio, le ceramiche per pavimenti e rivestimenti. Il consorzio è attivo da tempo ed è composto da realtà convinte che l'aggregazione sia la strada giusta

da percorrere per sviluppare le singole attività. Non sono mancati i momenti difficili, ma siamo sempre riusciti a superarli grazie soprattutto alla volontà e alle capacità dimostrate da tutti gli associati».

OTTIMIZZARE GLI ACQUISTI

Quali sono i requisiti per far parte del consorzio?

«In generale i nostri associati si distinguono per l'orientamento al pubblico, perciò si tratta di punti vendita non in diretta concorrenza fra loro, ben attrezzati per il servizio al pubblico, dotati di show room e che trattano prodotti di fascia medio-alta.

Altri aspetti determinanti sono la forte propensione al lavoro in team e l'assenza di forti differenze nel fatturato in quanto, per scelta strategica, il consorzio acquista i prodotti e li rivende agli associati realizzando delle economie di scala anche dal punto di vista logistico. Per questioni geografiche di vicinanza alla sede di Pedaso, i nostri associati sono prevalentemente



«Consorzio Intesa è uno fra i gruppi "storici" della distribuzione dei materiali edili per l'Italia centrale, composto da aziende convinte che l'aggregazione sia la strada giusta da percorrere per sviluppare le singole attività in un quadro di strategie sinergiche. Siamo estremamente attenti sia nella scelta degli associati, sia nella selezione dei nostri partner industriali, che sono realtà affidabili dal punto di vista tecnico e commerciale distinti da un brand conosciuto».

REMO CASCIAROLI
presidente
Consorzio Intesa

CONSORZIO INTESA IN SINTESI

Specializzato nel campo dell'arredo bagno e la termoidraulica di completamento, Consorzio Intesa offre ai distributori del settore edile numerosi e interessanti servizi, attraverso personale tecnico e commerciale preparato e costantemente aggiornato, sempre disponibile per risolvere problemi e necessità dei punti vendita associati. Fondato nel 1995, il consorzio svolge la propria attività in tutta Italia facendo base nella sede amministrativa e nella piattaforma logistico/distributiva situate a Pedaso (Fermo), dove circa il 60% degli articoli sono stoccati in pronta consegna, con spedizioni effettuate giornalmente a mezzo corriere, evitando agli associati sprechi di tempo e risorse - non ultimo il vantaggio di poter snellire le giacenze dei propri magazzini. L'ampia gamma di fornitori permette ai punti vendita associati di offrire sempre alla propria clientela il prodotto richiesto, grazie a contratti in esclusiva con i migliori fornitori del settore. Intesa mette a disposizione un'area "b2b" riservata che, in tempo reale, fornisce informazioni sulla disponibilità a magazzino, i prezzi, le offerte e le promozioni, i listini dei fornitori, il controllo degli ordini, la verifica di bolle e fatture, eccetera. Il consorzio conduce ricerche e selezioni di nuovi marchi e prodotti, promuovendo acquisti di gruppo, nonché statistiche dei consumi per fornitore e per articolo. A richiesta organizza meeting formativi per venditori e responsabili acquisti, in collaborazione con i produttori o con società di consulenza. Ecco l'elenco dei punti vendita associati distinti per regione.

In Abruzzo: Emmepi Perrozzi (Vasto - Chieti); Orsini Comm. (Turrivalignani Scafa - Pescara); Rodi (Mosciano Sant'Angelo - Teramo).

In Emilia Romagna: Meinardi (Faenza - Ravenna); Rossi Abitare (Cesena e Forlì - Forlì Cesena).

Nelle Marche: Casciaroli (Santa Vittoria in Matenano e Lido di Fermo - Fermo); Durazzi Ceramiche (Villa Fastiggi - Pesaro Urbino); Edilcasa Caccamo (Civitanova Marche e Serrapertona - Macerata); Edilizia Galli (Ostra Vetere - Ancona); Gagliardini (S. Apollinare di Monte Roberto (Ancona); Gostoli Giusto (Fermignano - Ascoli Piceno); Gruppo F.lli Secchiaroli (Orciano di Pesaro - Pesaro Urbino); Il Quadrato (Macerata).

1. Prodotti qualificati e un servizio totale (progettazione, posa in opera, assistenza post vendita) rendono Durazzi Ceramiche leader del mercato pesarese
2. Edilcasa Caccamo vanta oltre 50 anni di attività,

alla continua ricerca della qualità per riuscire ad offrire un servizio altamente qualificato alla clientela
3. Emmepi Perrozzi è il partner ideale nella fornitura e nell'assistenza alla scelta dei materiali e delle modalità di intervento

concentrati nelle Marche, ma appartengono al gruppo anche interessanti realtà abruzzesi e romagnole. Ovviamente sono i nostri associati a indirizzarci verso le aziende produttrici a loro più gradite. Nel tempo il consorzio ha selezionato fornitori affidabili, spesso distinti da un brand conosciuto, che riteniamo i migliori del mercato dal duplice punto di vista tecnico e commerciale. Indicativamente riusciamo a soddisfare circa il 70% del totale degli ordini. I soci si riuniscono periodicamente per confrontarsi sull'andamento del mercato, decidere le linee strategiche, valutare le partnership commerciali, eccetera. Le decisioni sono poi sottoposte a tutti gli associati, chiamati anche a proporre eventuali alternative. Uno dei nostri obiettivi è garantire continuità ai distributori. In generale ogni nuovo fornitore sostiene un anno di prova: se l'esito è positivo, il contratto è poi rinnovato per i successivi due o tre anni. Vantiamo collaborazioni consolidate, alcune da decine di anni, perciò da questo punto di vista riteniamo di aver svolto un buon lavoro».



4. Gagliardini crede nella cultura della ricerca e nel valore della sperimentazione, per promuovere quella progettualità, viva e innovativa, che aiuta a vivere bene

5. Meinardi si propone come partner per studi tecnici e imprese, in grado di fornire consulenze su nuovi materiali, supporto alla progettazione, installazione e vendita

STABILITÀ E CAMBIAMENTO

Qual è la situazione del mercato nell'area geografica interessata?

«La prolungata crisi dell'edilizia ha duramente colpito il nostro settore almeno quanto la conseguente diminuzione della propensione ai consumi. Il mercato è sostanzialmente stabile, in quanto le fluttuazioni che registriamo non sono di entità tale da modificare in maniera significativa il quadro generale. Inoltre le Marche soffrono ancora dei danni sociali ed economico causati dal recente terremoto. Il fatturato si aggira da qualche anno attorno a 4 milioni di euro, con una crescita lenta ma costante a partire dal 2013, che per noi ha costituito l'annata peggiore. L'anno scorso le prospettive erano senz'altro più confortanti, mentre gli ultimi dati disponibili indicano un sostanziale mantenimento delle posizioni, almeno nel brevissimo termine. Personalmente ritengo che il principale svantaggio dell'attuale congiuntura economica risieda nella difficoltà a intraprendere progetti innovativi. Un esempio può essere la ricerca di alternative rispetto alla distribuzione tradizionale, per trovare nuovi sbocchi a una realtà imprenditoriale che vuole giustamente crescere. Il nostro Direttore generale Massimo Tudisco, ad esempio, ha analizzato le necessità delle nuove realtà della distribuzione che operano esclusivamente via web. Anche in questo caso si tratta di andare incontro a un cambiamento che si manifesterà appieno nei prossimi anni e modificherà ulteriormente il quadro di riferimento».

Il cambiamento è ormai la regola del mercato, anche di quello dei materiali da costruzione?

«Sono convinto che la curiosità sia una delle caratteristiche più importanti per un distributore. Quando approcciamo un potenziale associato, alle volte ci sentiamo rispondere che non è interessato perché l'aggregazione non è mai stata "nelle corde" della sua



4



5



6



7

6. Dal 1954, Giusto Gostoli è un punto di riferimento in termini di qualità, affidabilità e varietà per la fornitura di materiali per l'edilizia e finiture d'arredo

7. Dal 1966 Orsini è "al servizio dei clienti": seleziona materiali e articoli delle più solide e conosciute aziende italiane ed europee, facendone un tratto distintivo

8. Casciaroli è un'azienda rivolta a un mercato sempre più attento al design, che investe nella ricerca, nel servizio, nelle soluzioni progettuali



«Il mercato si mantiene su livelli stabili da anni senza offrire prospettive alla distribuzione tradizionale e, di conseguenza, alle aggregazioni. Esistono invece potenzialità di espansione attraverso da internet e i media più innovativi, rispetto alle quali le aggregazioni possono continuare a svolgere il loro consolidato ruolo di fornitori di servizi specialistici, ad esempio per la logistica, nei confronti delle nuove realtà emergenti».

MASSIMO TUDISCO

direttore generale
Consorzio Intesa

azienda. La mia risposta è: ci hai mai provato? Ogni imprenditore è libero di decidere se far parte di questo o di qualsiasi altro gruppo, come anche di continuare a lavorare da indipendente, ma prima di giudicare bisogna fare un'esperienza diretta. Solo così la decisione – qualsiasi essa sia – potrà dirsi fondata».

SERVIZI PER I DISTRIBUTORI

Quali sono i principali servizi offerti ai distributori?

«Sicuramente tutto quanto ha a che fare con la contrattualistica dei fornitori e con gli aspetti prettamente amministrativi, commerciali e logistici. Un esempio può essere il sistema messo a punto per la normalizzazione dei listini, che permette a ogni singolo distributore di visualizzare prezzi, schede tecniche e immagini dei prodotti sui diversi software gestionali. In generale il consorzio mantiene un profilo basso rispetto alle iniziative pubblicitarie e di marketing, preferendo che siano i nostri associati a decidere in autonomia se e come effettuarle. Abbiamo anche una linea di prodotto con marchio proprietario: si tratta di un'esperienza interessante, che stiamo portando avanti senza fretta e che, con ogni probabilità, potrà rivelarsi molto utile in futuro. Siamo invece più attivi per quanto riguarda la formazione e l'aggiornamento del personale interno e

dei punti vendita, in quanto i prodotti che trattiamo presentano un'elevata valenza sia per quanto riguarda l'aspetto tecnico, sia per l'innovazione delle gamme e dei modelli».

Com'è organizzata la struttura del consorzio?

«Escludendo le cariche di vertice, l'organigramma è molto snello per contenere al minimo i costi: in tutto si tratta di 5 persone che si occupano di amministrazione, logistica e aspetti commerciali. Sul fronte delle imprese associate distinguiamo fra i soci e gli associati, con questi ultimi che usufruiscono dei servizi senza partecipare al 100% al consorzio».

Come fronteggiate la grande distribuzione organizzata?

«La Gdo è relativamente poco presente nei territori dei nostri associati - conclude Remo Casciaroli. Si tratta comunque di realtà che normalmente trattano prodotti appartenenti a una fascia di mercato differente rispetto a quella dei nostri distributori. Da parte nostra siamo molto attenti alla loro offerta e, per quanto possibile, evitiamo di proporre gli stessi prodotti. Parallelamente i nostri distributori propongono un'ampia gamma di servizi rivolti ai loro clienti - dalla consulenza alla progettazione, dall'assistenza in cantiere al post-vendita, ecc. - che fino ad oggi continuano a fare la differenza rispetto alla Gdo». ♦



8