

LA SCELTA DI QUATTRO AZIENDE

Logistica e acquisti tutto in comune "E' la nostra strategia per crescere"

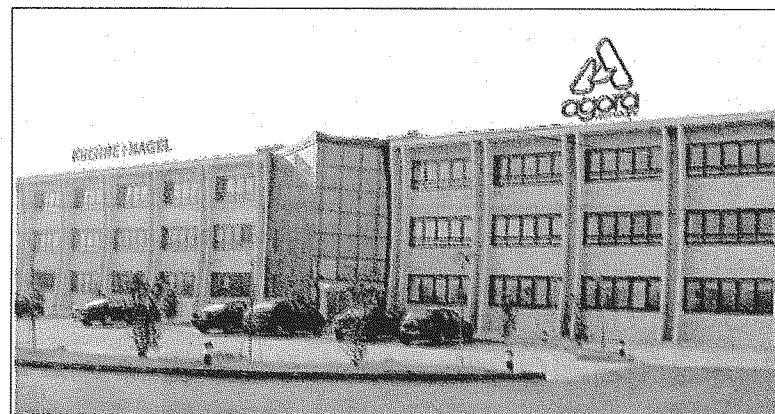
DONATELLA ALFONSO

Milano

Da soli non si cresce, è il concetto di fondo. Ed ecco che quattro "pesi medi" della grande distribuzione, forti sui territori di origine, dalla Liguria al Trentino, scelgono non solo di mettersi in rete, ma di creare una piattaforma logistica che centralizzi forniture e distribuzione, snellendo la filiera — e quindi agendo sui costi — garantendo un allargamento dei prodotti a catalogo e, quindi, nuove attrattive per il cliente. Si chiama Agorà Network, comprende il Gruppo Sogegross (marchi Basko, Ekom, Doro Centry), Tigros Supermercati-Gruppo Orrigoni, Comservice-Iperal (Iper-Sermark, Mar-market) e il Gruppo Poli (anche GM Regina). Una pattuglia di imprenditori quarantenni che, come racconta Marcello Poli, consigliere delegato di Agorà Network, si è resa conto che la collaborazione tra le diverse realtà, già avviata dal 1999, doveva fare un salto soprattutto sotto il profilo della centralizzazione degli acquisti e la conseguente distribuzione, per meglio

confrontarsi su un mercato dove i grandi marchi — specialmente stranieri — stanno rastrellando quote sempre maggiori. «Basti pensare a Carrefour che viaggia verso il 12% del mercato, ma anche ad Auchan, e ai tedeschi di Billa — spiega Poli — C'è poi la grande distribuzione italiana, da Esselunga al mondo cooperativo, quello dei consumatori come Coop Italia o di dettaglianti come Conad. E' chiaro che le realtà medie come le nostre hanno il vantaggio di essere snelle e vicine al territorio che rappresentano, capaci quindi di interpretare la domanda, nonché di proporre marchi di valenza regionale. Ma la nostra dimensione è anche un pericolo per il futuro. Ecco perché abbiamo scelto una via che consentisse a quattro aziende di essere indipendenti e mettere insieme attività che hanno numeri importanti».

Una precisazione chiave, quella dell'indipendenza: Agorà Network, che opera su 300 punti vendita in sette regioni (Genova, Sondrio, Trento e Varese le sedi operative dei gruppi),



conta sulla piattaforma distributiva di Milano, ma ribadisce che i suoi aderenti sono e restano imprese "single". «Diciamo di no a chi pensa a far crescere l'impresa solo per metterla sul mercato e a chi progetta franchising della gestione — precisa Marcello

**Agorà Network
servirà 300
punti vendita
in 7 regioni:
"Ma le imprese
restano single"**

Poli — il nostro approccio è diverso: stiamo riempiendo i magazzini, dalla prima settimana di febbraio vedremo al debutto le nuove strategie di acquisto e distribuzione. E' chiaro che per un fornitore è diverso raccogliere gli ordini di quattro diverse società e consegnare cinque bancali di prodotto qui e cinque là invece che un bilico ad un'unica sede». Razionalizzazione della logistica e velocizzazione della filiera acquisti/consegne, con un risparmio che dovrà essere av-

vertito anche dal consumatore finale che, tra l'altro, avrà la possibilità di accedere ad un numero maggiore di prodotti, anche di origine regionale, che non avrebbero mai raggiunto il suo market di fiducia.

«Si tratta di una società consortile, per cui il profitto va sulle reti di vendita — aggiunge il consigliere delegato — Ma sia chiaro, non siamo alla frutta, vogliamo prenderci un vantaggio che ci permette un posizionamento più concorrenziale. Agorà vuole essere una rete con altre aziende che abbiano una buona rete di vendita e radicamento sul territorio, che per noi è il requisito fondamentale. Restando autonomi, certo». L'esperienza della centrale acquisti e distribuzione, nelle intenzioni del network, avrà 12-18 mesi di tempo per affinarsi e misurarsi sul mercato.

La sede

Sono quattro "pesi medi" della Gdo le aziende che hanno deciso di creare una unica piattaforma logistica che centralizzi forniture e distribuzione. Nella foto, la sede di "Agorà Network"

Pag. 42

Data

29 GEN 2007

AFFARI & FINANZA

la Repubblica

Consulenza di direzione in Comunicazione d'Impresa



B&P

Barabino & Partners

