Reggio Emilia: ecco come si è riconvertita la rete di vendita

REGGIO EMILIA — La figura del dettagliante vecchio stile impersonato dal droghiere che amministrava la sua bottega con parsimonia, senza infamia e senza lode, pesando molti involucri di carta insieme con l'etto di salame e confidando sui comportamenti abitudinari della stretta cerchia dei propri clienti, è consegnata definitivamente al passato. Viva il dettagliante-imprenditore, che associandosi con altri per farsi più forte sul mercato è in grado di offrire ad un'ampia clientela un servizio di vendita moderno, un ventaglio di prodotti di qualità a prezzi di convenienza, in negozi che nulla hanno da invidiare ai grandi supermarket, alle sfavillanti cattedrali della rete della grande distribuzione commerciale.

Spiegata in parole molto povere è questa la filosofia oggi imperante negli uffici della direzione del centro di distribuzione del Conad (Consorzio nazionale dettaglianti), che si traduce nella parola d'ordine: sviluppiamo la rete dei punti di vendita con il marchio del fiore a sei petali, contribuendo ad ammodernare l'intera rete della distribuzione commerciale, per molti versi obsoleta e improduttiva.

Di questa politica del cento fiori applicata al moderno commercio al dettaglio ci ha parlato Avio Bolondi, giovane responsabile del servizio di marketing del Conad di Reggio Emilia.

«Noi partiamo dal presupposto che è indispensabile rinnovare la rete di vendita del commercio al dettaglio. Ciò richiede innanzitutto alla nostra cooperativa una estesa capacità di intervento tecnico. Oggi siamo attrezzati per allestire, far funzionare e gestire supermarket di dimensione media, negozi — tanto per intenderci — da quattrocento metri quadrati di area di vendita e oltre.

«Questi punti di vendita sono gestiti da società di dettaglianti che decidono di mettere insieme risorse finanziarie e produttive, professionalità ed esperienze personali. È da questo incontro di fattori e persone diverse, ma comunque animate dall'intento di conseguire il successo dell'impresa comune, che nasce un modo diverso di fare commercio. In questo modo sono nati e funzionano 18 supermarket con una superficie complessiva di 10.000 metri quadrati in cui sono impiegati 133 soci Conad. L'operazione ha comportato la riconversione di una parte della rete di vendita con la chiusura di 37 negozi di tipo tradizionale.

«Da un punto di vista prettamente commerciale, il nostro principale obiettivo consiste nel caratterizzare e organizzare i punti di vendita Conad secondo i criteri dell'"assortimento selezionato" dei prodotti. Sui banchi di vendita e negli scaffali dei negozi Conad i nostri clienti devono trovare la più ampia e variegata gamma di prodotti contrassegnati da un marchio di qualità: dai beni di prima necessità ai prodotti per la pulizia della casa e della persona. Ai soci dettaglianti il Conad è in grado di fornire almeno seicento prodotti col proprio marchio. La politica delle vendite è finalizzata nei nostri negozi ad offrire prodotti a prezzi convenienti e comunque concorrenziali con quelli che si praticano nei supermarket di grandi dimensioni.

«L'ammodernamento della rete di distribuzione al dettaglio, come noi lo perseguiamo, garantisce inoltre una utilizzazione ottimale delle risorse umane, offrendo al dettagliante la possibilità di inserirsi in una moderna struttura commerciale fondata su criteri di imprenditorialità e creando spazi per nuova occupazione».

Ci hai fornito le dimensioni del quadro e la sua cornice, ora vorremmo il ritratto del moderno dettagliante imprenditore targato Conad.

«Teniamo a precisare, innanzitutto, che il Conad è un'associazione aperta. Riteniamo nello stesso tempo che oggi l'attività commerciale al dettaglio, perché sia fruttuosa, debba essere svolta secondo i criteri di efficienza produttiva cui prima accennavo. Chi si adegua a questi criteri di modernità trova piena cittadinanza nel Conad.

«A noi interessa guidare l'ingresso nel commercio di persone che interpretino la loro attività con rinnovato spirito di iniziativa, che puntino a massimizzare il loro reddito di impresa, affidandosi non più ai margini di evasione fiscale, o a rendite di posizione, ma all'efficienza e a una gestione trasparente dei punti di vendita.

«Il Conad eroga i suoi servizi a questi tipi di dettagliante, con l'intento di esaltarne le capacità di imprenditori commerciali, attraverso iniziative decise e perseguite di comune accordo».

Com'è organizzato il Conad per soddisfare le richieste e le esigenze dei suoi soci?

«Qui al centro di distribuzione Conad di Cadelbosco Sopra, il lavoro direttivo è suddiviso per sezioni: marketing, che ha il compito di tenere i rapporti con la base sociale e include un ufficio addetto alla progettazione, allestimento o ammodernamento e ristrutturazione dei punti vendita (si sono rinnovati negli ultimi anni 260 negozi); la sezione gestione dei punti di vendita che si preoccupa di controllare il buon andamento dell'attività dei negozi Conad e SuperConad; la sezione commerciale cui fa capo il servizio di rifornimento dei prodotti alla nostra rete commerciale e la gestione dei piani di iniziativa promozionale verso i consumatori; la sezione servizi logistici, che si preoccupa di coordinare tempi e modi di movimentazione degli stock di merci, della consegna dei prodotti e della loro ripartizione tra i punti di vendita.

«È con questa organizzazione alle spalle che ci apprestiamo ad aprire, solo a Reggio, diversi supermarket di cui due all'interno di altrettanti centri commerciali. A Pappagnocca, a sud-est di Reggio, prevediamo un SuperConad di 1.600 metri quadrati complessivi con un'area di vendita di 800 metri quadrati. A Villa Sesso, a nord-est della città, ne apriremo un altro con un'area di vendita di 350 metri quadrati su 500 metri quadrati di superficie».

Giuseppe Guidetti

Quasi nozze d'argento fra Conad e gruppo Giglio

Forse non tutti sanno che la Giglio Gruppo Lattiero Caseario Italiano (ex Latterie Cooperative Riunite) di Reggio Emilia, proprietaria del famoso marchio Giglio, fornisce da tempo al Gruppo d'Acquisto Conad l'apporto della propria pluriennale esperienza nel settore lattiero-caseario confezionando i prodotti della linea Prativerdi.

La Giglio, infatti, con questo marchio, produce e confeziona già da tempo, per conto del gruppo Conad, una gamma di referenze che va dal latte (nei tipi intero, P.S., scremato) al burro, alla panna da cucina, ai formaggini fusi. L'inizio del rapporto commerciale Giglio-Conad si colloca nel 1961. Giusto 4 anni fa ricorreva il ventesimo anniversario di questo importante evento che è andato sempre più evolvendosi e rafforzandosi tanto che, dall'abbozzo di un primo accordo, si è passati ad una collaborazione molto più stretta e costante. Possiamo dire che la crescita delle due aziende è stata concomitante. Si sono rinsaldati i reciproci rapporti e, contemporaneamente le singole aziende sono andate affermandosi sul mercato sino ai traguardi odierni.

Nulla meglio delle cifre puo rendere l'idea dell'importanza e del peso del binomio Giglio-Conad: 15 miliardi di fatturato realizzato nel 1984 sulla scia di un trend in continuo incremento testimoniano la fiducia accordata dal Gruppo Conad alla professionalità ed alla avanzatissima tecnologia dell'azienda di Reggio Emilia, la cui sintesi è un'indiscussa qualità della materia lavorata.

Tutto ciò che la Giglio pone al servizio dei propri utenti, tra cui il Gruppo Conad, è il frutto di una realtà dalle solide radici che però guarda al mercato ed alle novità tecnologiche con occhio vigile e sensibile.

Basti pensare che nel corso dell'esercizio 1984 sono stati investiti ben 3 miliardi in innovazioni tecnologiche che, tra le altre cose, hanno interessato l'ambito di produzione della referenza yogourt. Infatti la Giglio attualmente possiede un impianto, unico in Italia, in grado di confezionare, in stato di assoluta asetticità, ben 24 mila vasetti di prodotto all'ora, termoformandoli sull'istante.

Nel corso dell'esercizio 1986, poi, la Giglio punterà sull'informatizzazione della propria rete di vendita, costituita da circa 120 centri di distribuzione dislocati sull'intero territorio nazionale, per poter acquisire, in tempo reale, il maggior numero possibile di informazioni inerenti il mercato e poter così conseguentemente migliorare il proprio servizio ed ottimizzare le proprie risorse sia umane che tecnologiche.

Il rapporto intercorrente tra Giglio e Conad non coinvolge solo i prodotti confezionati per conto, ma anche tutta la gamma della linea Giglio. La distribuzione dei prodotti che escono dalla Giglio, in direzione delle sedi periferiche Conad, viene gestita o direttamente dalla sede di Reggio Emilia, o, in modo decentrato, per il tramite della propria rete distributiva, grazie ad una serie di accordi definiti «convenzioni esterne».

I vantaggi dei detersivi garantiti da Detercoop

Nel campo dei detersivi liquidi il Conad è presente con 3 prodotti per 5 referenze: candeggine da 2 litri e da 1 litro; piatti da 2 litri e da 1 litro; ammorbidente da 2 litri. Da anni, esiste un consolidato accordo fra il Conad nazionale di Bologna e la Detercoop per la produzione a marchio di questi prodotti.

La Detercoop è un'azienda cooperativa produttrice di detersivi liquidi che, di recente, si è trasferita a Bagnacavallo di Ravenna, in un nuovissimo e moderno stabilimento: oltre 6 mila mq di coperto su di un'area di 25 mila mq.

Il suo marchio «Lughesina» gode di un'immagine prestigiosa, proprio per la cura e la serietà con cui vengono prodotti i detersivi. «Lughesina» è presente, ovviamente, anche in tutti i punti di vendita d'Italia del Conad, assieme al marchio esclusivo «Sane piatti» in confezione risparmio.

La Detercoop si è ultimamente caratterizzata a motivo della dinamicità della sua politica commerciale e di marketing. Il felice slogan «Sempre sulla cresta dell'onda in fatto di pulizia» è significativamente rappresentativo della credibilità che i prodotti «Lughesina» stanno riscuotendo su tutto il mercato nazionale.

Sue iniziative sono state particolarmente apprezzate dai consumatori. Quella dell'eliminazione dei fosfati da tutti i detersivi liquidi, ad esempio, ha contribuito a sensibilizzare l'opinione pubblica sul grave problema dell'eutrofizzazione del mare Adriatico.

In campo commerciale, c'è da registrare il buon successo del «Lavalana lughesina», detersivo per il lavaggio di lana e delicati, a mano e in lavatrice, la cui qualità è garantita anche dal marchio «Pura lana vergine».

A giorni uscirà un nuovissimo e moderno prodotto per il lavaggio delle stoviglie, il «Lughesina piatti», e entro l'anno è prevista l'immissione sul mercato, sempre a marchio «Lughesina», di un detersivo liquido per lavatrice completamente privo di fosfati e di N.T.A., un «naturale» sostituto dei fosfati il cui uso viene messo in discussione da alcuni ricercatori di fama mondiale.

La «Detercoop», dunque, è un'azienda moderna, tecnologicamente avanzata: proprio per questo il Conad ha ritenuto di intensificare i rapporti di collaborazione a livello di ricerca dei suoi prodotti a marchio, e anche di commercializzazione di prodotti a marchio «Lughesina». I consumatori si sentono veramente garantiti: oltre tutto sono anche certi che il rapporto qualità-prezzo è decisamente favorevole.

Associazione Nazionale Cooperative fra Dettaglianti

Via Chiana 38 - 00198 ROMA
Tel. 8442721-851419-867961

ANCD

L'A.N.C.D. (Associazione Nazionale Cooperative fra Dettaglianti) organizza
17.500 operatori commerciali.
15.000 nel settore alimentare;
2.500 nei settori elettrodomestici, tessile, abbigliamento, calzature, ferramenta e casalinghi

I 17.500 punti-vendita sono organizzati in 135 cooperative agli acquisti presenti su tutte le regioni.

Aderiscono, inoltre, alla A.N.C.D.
30 cooperative alle vendite e
7 cooperative e consorzi regionali di garanzia per il credito d'esercizio.
Le 135 cooperative agli acquisti si sono dotate di 5 strutture consortili nazionali.

3 di carattere commerciale per la contrattazione degli acquisti collettivi:
Conad: nel settore alimentare;
Eco Italia: nel settore elettrodomestici, hi-fi, etc.;
Cotan: nel settore tessile, abbigliamento e calzature.

(Tali strutture consortili hanno in questi anni, e in modo particolare nel settore alimentare, attivato e sviluppato un'attività commerciale con propri prodotti a marchio).

3 di servizio, per la contrattazione del credito e per la ristrutturazione della rete di vendita associata.

Conaf (Consorzio Nazionale Fidi),
Conarr (Consorzio Nazionale Ristrutturazione Rete),
Conad Invest (Società finanziaria per il leasing immobiliare nel settore).

Il giro d'affari delle cooperative, nel 1984, è stato di oltre 1.600 miliardi di lire.

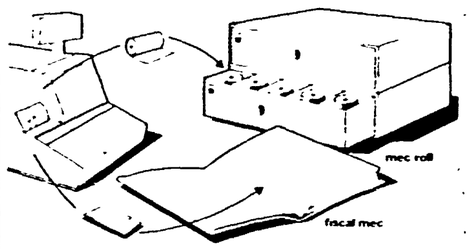
L'impegno dell'A.N.C.D., in direzione della ristrutturazione della rete di vendita associata, ha prodotto in questi anni:
200 supermercati;
500 superettes;
1200 punti di vendita moderni

lega

Per non andare a.....rotoli

mec roll & fiscal mec

l'archivio-registratore di cassa a prova di legge!



Un sistema modulare e protettivo studiato per crescere con le vostre esigenze di archiviazione

mec roll & fiscal mec
SONO DISTRIBUITI DA

Centro Forniture srl.

CARTA - CANCELLERIA - DIDATTICO

Forniture privilegiate per uffici enti - scuole - aziende cooperative

Convenzionato CONARR
Fornitore uffici CONAD

Via De Giovanni, 22/B
Telefono (051) 37.24.60
40129 BOLOGNA

idea Grafica

SWEDA PRESENTA 30/80: IL PRIMO COMPUTER DA NEGOZIO.

Pronti per la shop automation?

I negozi non sono più quelli di ieri.

Sono infinitamente più complicati da gestire. E i normali registratori di cassa non ce la fanno.

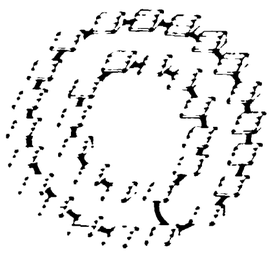
Ci vuole qualcosa di più intelligente. Dopo la office automation, ci vuole la shop automation.

Per questo Sweda ha fatto 30/80. Fino ad oggi, per avere un alto livello di gestione, era obbligatorio collegare il registratore di cassa a tanti complicati apparecchi e a un computer. Sweda 30/80, invece, fa le stesse cose da solo. Perché lavora come un registratore di cassa, ma pensa come un computer. Un computer per vendere.

Non dovrete adattarvi a 30/80, perché è 30/80 che si adatterà a voi.

Niente corsi o lunghe installazioni: Sweda 30/80 è facilissimo da usare e lavora fin dal primo giorno.

E grazie alla sua intelligenza distribuita, si trova bene in un negozio come nelle gigantesche reti di grande distribuzione, in un esercizio superspecializzato come in un supermarket. Quando crescerete, poi, 30/80 crescerà con voi.



Per la prima volta, potete collegare direttamente sino a 32 unità di cassa, e da ciascuna "leggere" e "comandare" tutte le altre

Date un taglio al passato. E ai vostri costi.

Con 30/80 potete fare tutto. Per esempio, formare reti di 30/80 su misura per voi. Oppure, avere più di 30 diversi rapporti di gestione. O collegarlo direttamente a un host computer. E un'infinità di cose ancora.

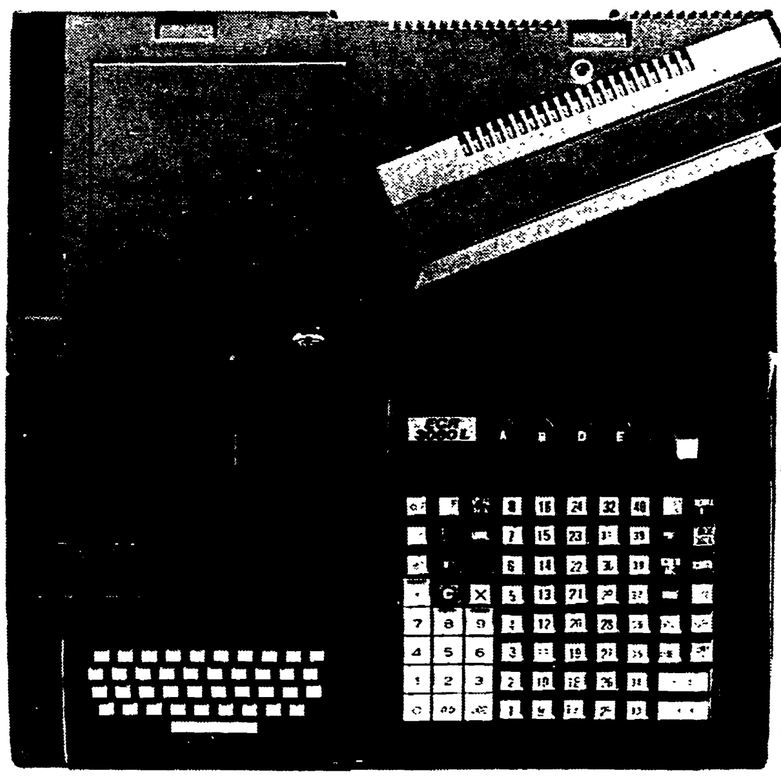
Il risultato? Un taglio netto ai costi in tempo, lavoro, denaro ed errori.

Uno strumento così rivoluzionario è naturale che sia firmato Sweda. Perchè Sweda è l'azienda numero uno in Italia - e fra le prime nel mondo - nei sistemi per la gestione dei negozi.

Non stupitevi per il suo nome nordico, quindi: Sweda 30/80 è tutto "made in Italy"

Volete vedere?

Se avete fretta di entrare nella **shop automation**, dovete saperne di più su 30/80. Sweda ha preparato una videocassetta che ve lo farà conoscere dal vivo. Per riceverla, basta spedire il coupon qui sotto a: D.P.E.S. Sweda spa. Via Leonardo da Vinci, 156 - 20090 Trezzano sul Naviglio, Milano.



"Approvato con Decreto Ministeriale n. 323154/85 del 2-8-85"

SWEDA
Registratori di cassa italiani.

Desidero ricevere la videocassetta su Sweda 30/80 nel formato:
☐ VHS ☐ BETAMAX ☐ 3/4 ☐

Nome _____
Cognome _____
Ditta _____
Indirizzo _____
Città _____