

GIOCO DI SQUADRA

Una rete di imprese della distribuzione sul territorio, un Consorzio nato con l'idea che lo scambio e l'integrazione delle singole esperienze imprenditoriali possa far crescere quella che viene definita cultura d'impresa.



CONOSCERSI PER CRESCERE

«In questo particolare momento storico non bastano gli obiettivi per crescere veramente. È fondamentale conoscere le esperienze, le motivazioni, gli errori e le giuste soluzioni da adottare da chi opera a certi livelli già da tempo».

DORIANO PENNACCHI
presidente Consorzio Unirec

Consorzio Unirec (Unione Rivenditori Edili Consorziati) è un gruppo commerciale del centro Italia nato nel 2004 dalla volontà di Dorian Pennacchi e Paolo Cimini, insieme ad altri imprenditori della distribuzione edile che operavano nel settore delle costruzioni già da diversi anni, con lo scopo di creare una realtà nella quale i rivenditori aderenti possano godere di **vantaggi che nascono** mediante lo **scambio** e l'**integrazione** delle singole **esperienze imprenditoriali**.

Abbiamo incontrato il presidente Dorian Pennacchi, per capire le reali opportunità che un rivenditore acquisisce scegliendo di far parte del consorzio laziale.

Quali sono i vantaggi per un imprenditore della distribuzione edile che aderisce al consorzio?

«Le **opportunità** che offriamo ai nostri consorziati vanno oltre la semplice definizione del maggiore potere di acquisto e **si basano su esperienza, consulenza, servizio, formazione e capacità di lavorare in gruppo**.

L'accesso alle stesse condizioni di acquisto, indipendentemente dalle proprie caratteristiche dimensionali e la possibilità di **scegliere i prodotti migliori** potendo usufruire non soltanto di prezzi competitivi ma anche di **servizi professionali** di elevata qualità, sono condizioni fondamentali di estrema importanza.

Tutti insieme capiamo il giusto valore delle economie di scala, della concentrazione e del nuovo modello distributivo che mette



UN VENTAGLIO DI SERVIZI

Sono diversi i servizi che vedono Unirec una realtà edile pronta ad **ascoltare** le **esigenze** di **imprenditori della distribuzione** come possibili affiliati. Il Consorzio opera attraverso un **ufficio acquisti centralizzato** che gestisce direttamente gli ordini e i rapporti con i fornitori con **un'unica fatturazione**, facilitando e **snellendo** le **registrazioni contabili** e i **pagamenti**.

Dispone inoltre di **mezzi propri per il rifornimento di materiali**, in particolare gli inerti, da sempre causa di contestazioni legate al peso del materiale. Può contare anche su un ampliamento degli articoli vendibili attraverso lo **scambio dei prodotti disponibili** presso ogni singolo associato in modo da non appesantire il magazzino con materiali a scarso indice di rotazione.



Il parco di autotreni di cui dispone il Consorzio Unirec permette di offrire un buon servizio di consegne in cantiere

i nostri depositi a disposizione di tutta la rete Unirec partner, con evidenti benefici derivanti da una **corretta e razionale gestione delle scorte**, senza costi aggiuntivi».

Unirec si propone perciò di creare sul territorio una rete di aziende ponendo massima attenzione alle loro esigenze. In quale modo riuscite a soddisfarle e attraverso quali servizi?

«A molti distributori edili che aderiscono sfugge che l'**obiettivo non è l'affermazione del proprio punto vendita**, ma del **marchio del gruppo al quale si appartiene**.

Il consorzio Unirec **ottimizza le metodologie commerciali** del settore edile attraverso rapporti di compravendita con fornitori e clienti, sfruttando le giuste sinergie tra gli stessi. È organizzato attraverso un **sistema informativo e di comunicazione** che permette di **velocizzare gli ordini e gli smistamenti**. Grazie alla collaborazione dei soci, alla posizione strategica sul territorio, alla velocità delle transazioni si riesce a **snellire le procedure, ottimizzando il servizio per il cliente finale**».

State adottando particolari strategie d'impresa in questo delicato momento di sofferenza del settore? In che modo state rispondendo alla crisi economica?

«Abbiamo constatato che la crisi che stiamo attraversando ha dato un forte contraccolpo alla tenuta produttiva e occupazionale, riducendo la spesa generale. Conducendo **un'analisi più**

MARKETING TERRITORIALE

Attualmente Unirec è composto da **4 punti vendita: Edilcimini, Pierucci A, Edilceramiche, Edilmarket Pantalei** e **5 showroom** dislocati nella provincia di Roma. La sede legale e amministrativa è a Ciampino, mentre la sede operativa a Velletri. Una vera e propria operazione di marketing territoriale a vantaggio dell'economia dei singoli: **diffusione del proprio marchio aziendale** sul territorio e **scambio di informazioni** commerciali grazie a una **banca dati interna per la tutela del credito**.

www.consorziounirec.it

dettagliata sul nostro settore, vediamo come la crisi ha colpito maggiormente le nuove costruzioni, lasciando **più spazio alla ristrutturazione**. La trasformazione dei prodotti in servizi e le politiche di comunicazione basate sull'assistenza, sono solo alcune delle proposte che Unirec fornisce al settore per raggiungere un benessere duraturo e un equilibrio dinamico per tutelare e garantire la prosperità delle aziende.

Stiamo puntando anche sulla bilateralità per supportare i momenti di crisi, favorendo un **sostegno economico e processi di formazione e riconversione professionale dei nostri collaboratori**. Occorrerebbe però individuare un quadro generale, nazionale e sistematico con il quale delineare un intervento a sostegno delle aziende, dando **maggiore spinta agli investimenti nel settore**».

Quali sono i prossimi passi del Consorzio e i progetti per il futuro?

«L'obiettivo principale a breve-medio termine è affrontare al meglio la crisi di settore, in particolare **seguendo l'evoluzione del mercato attraverso nuovi strumenti di comunicazione**. È un mercato nel quale si stanno modificando le tematiche e le tempistiche di pagamento, per questo Unirec, è pronto all'apertura verso nuovi affiliati propensi ad affrontare i cambiamenti e pronti a portare nuove idee e nuovi stimoli al mercato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA