

UNIREC



In quattro per un nuovo modello distributivo

Forte propensione al **marketing**, alla **formazione** e uno **studio costante del settore** consentono a questo gruppo, nato nel Lazio nel 2004, di attraversare la crisi con spirito sereno.

Alessandro Bini

Il Consorzio Unirec (Unione rivenditori edili consorziati) è un gruppo commerciale che opera attraverso quattro punti vendita, appartenenti ad altrettante aziende – Edilcimini, Pierucci, Edilceramiche, Edilmarket – e sette showroom dislocati nella provincia di Roma. Le unità commerciali dispongono di circa 6.000 metri quadrati coperti e 380 mila scoperti, ma possono contare anche su 45 automezzi appartenenti ai singoli soci e diversi autotreni per lo scarico della merce nei punti vendita o direttamente nei cantieri dei clienti. Questo rende gli associati autonomi nell'approvvigionamento del materiale, grazie alla rete di trasportatori interni, che ritirano personalmente il materiale ed effettuano le consegne.

La sede legale e amministrativa sono situate a Roma. Unirec è un consorzio nato nel Lazio nel 2004 da rivenditori del settore edile, con lo scopo di ottimizzare le metodologie del commercio di questo mondo, attraverso rapporti di compravendita con fornitori e clienti, sfruttando le giuste sinergie tra gli stessi. Unirec è organizzato attraverso un sistema informativo e di comunicazione che permette di velocizzare gli ordini e il loro smistamento. Grazie alla collaborazione dei soci, alla collocazione sul territorio, alla velocità delle transazioni riesce a snellire le procedure, ottimizzando al meglio il servizio per il cliente finale, riuscendo a

UNIREC: LO STAFF



**Presidente:
Doriano Pennacchi**

**Vicepresidente:
Paolo Cimini**



**Responsabile marketing:
Angelo Mastropiero**



LA PRESENZA TERRITORIALE

Edilcimini Services

Via Dei Sette Metri
42/44
00118 Morena (Rm)

Edilceramiche

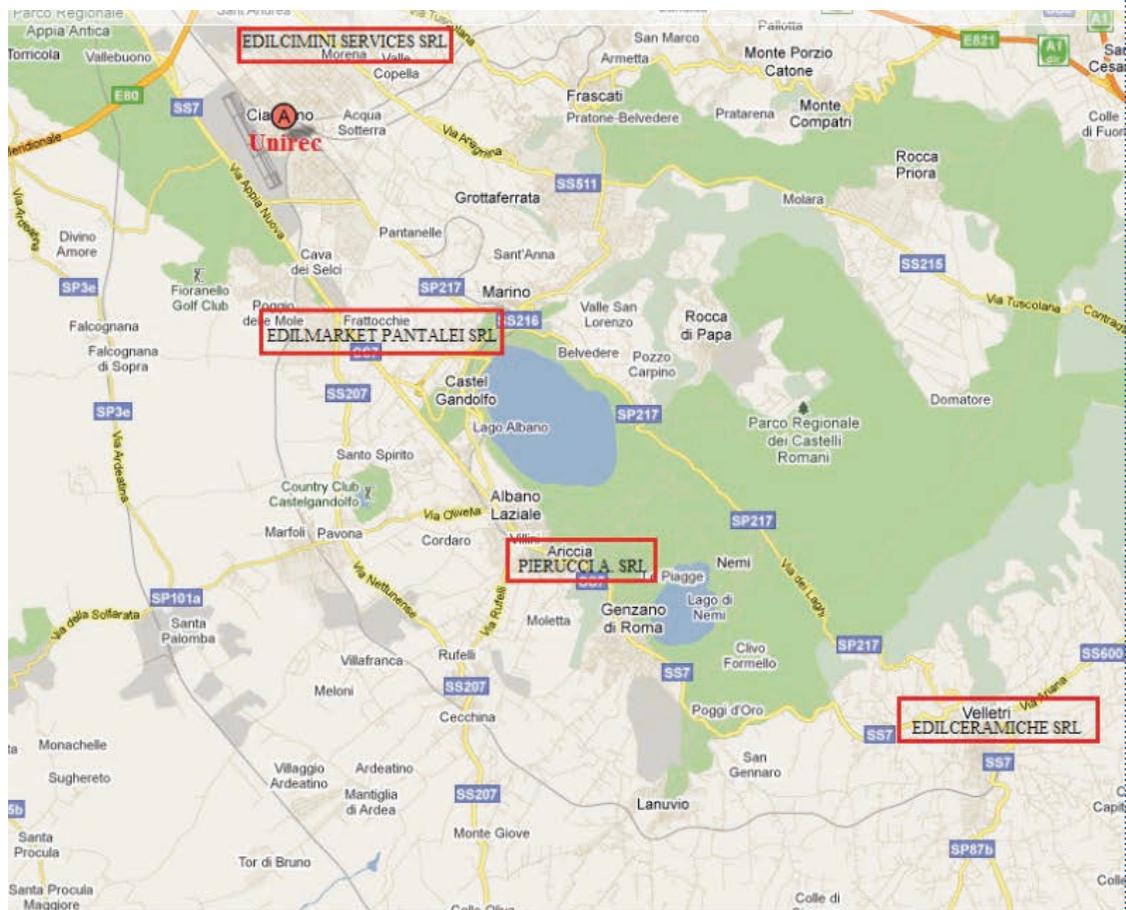
Via Fontana Della
Rosa 96/97
00049 Velletri (Rm)

Pierucci A.

Via Di Vallericcia 114
00040 Ariccia (Rm)

Edilmarket Pantalei

Via Appia Nuova Km
19,1000
00040 Frattocchie
(Rm)



entrare con le sue strategie in mercati dove il classico magazzino edile non avrebbe accesso. Oggi, attraverso le sue principali aree funzionali – contabilità, amministrazione, convenzioni e marketing – è in grado di assolvere al meglio compiti di assistenza pre e post vendita, consulenza, customer care, tintometraggio, servizi via internet, e-commerce e web marketing,

Gli obiettivi di Unirec

“In primo luogo – spiega il presidente Dorian Pennacchi – la crescita professionale, così come l'impegno nella realizzazione dei servizi per il mercato e il cliente. Perseguiamo questi obiettivi attraverso una cultura di marketing, quindi basata sul cliente e sull'aggregazione. Oggi il gruppo Unirec si identifica nelle scelte condivise, frutto di confronto, di collaborazione e di crescita. I rivenditori edili Unirec, attuano una politica aggregativa che funziona e che sta fornendo buoni risultati. La crescita quantitativa è sorretta da quella qualitativa, una crescita migliorata dai prodotti e progetti del gruppo, e dalla condivisione e sostegno dei punti vendita aggregati, che contribuiscono in modo sostanziale alla crescita della professionalità degli imprenditori della distribuzione. Qualità definita anche dalla professionalità manifestata nei rapporti fra colleghi-soci, nella relazione con il cliente, nel confronto con il mercato e nelle scelte e nelle conseguenti strategie commerciali. Sono queste le strade principali che portano a uno sviluppo marketing interno, tra i soci, ed esterno nei confronti del cliente”.

L'obiettivo principale a breve-medio termine del consorzio è come affrontare l'evoluzione del mercato, che vede nuovi strumenti di comunicazione come la crescita esponenziale del Web, un'evoluzione che rende fisiologico l'adozione di nuovi strumenti – e in questo Unirec si è fatta trovare più che pronta – alla riduzione dei fidi a favore della moneta contante: pagamenti virtuali o cartacei poco importa, per sopravvivere a questa nuova realtà è fondamentale non dar vita a crediti.

Circa l'aspetto più strettamente commerciale Unirec si sta organizzando per aprire le porte all'estero,





attraverso attività di import-export che a breve lo renderà protagonista nell'offerta ai propri clienti di novità mondiali, acquisite in maniera autonoma, senza intermediari.

La formazione

Un consorzio edile è sinonimo di specializzazione, una specializzazione che nasce dalla formazione proposta a tutti i propri soci e distributori, con l'obiettivo di veicolare una forte cultura d'impresa e di rafforzare il rapporto con i propri clienti. Unirec si è quindi dotato di una vera e propria scuola di formazione, che risponde alle esigenze dei distributori appartenenti al gruppo, ma che procede anche attraverso la formazione impartita dai fornitori partner per conoscere l'utilizzo corretto dei prodotti e sistemi.

Unirec attua ormai da anni piani studio, attraverso i quali esperti della materia e docenti espongono e illustrano suggerimenti e tutto quanto serve per lo svolgimento del lavoro nei singoli punti vendita. Dunque, programmi di studio relativi al marketing, all'amministrazione e contabilità, all'uso dei prodotti rivenduti, corsi, in quest'ultimo caso, svolti spesso delle aziende produttrici. "La formazione del rivenditore è tutto – interviene Pennacchi – e si basa sulla capacità di interazione e dialogo con i fornitori, sulla capacità di interagire con un mercato in continua evoluzione, che dà forza a chi basandosi sull'esperienza progetta il futuro. L'obiettivo formativo del consorzio è quello di veicolare la cultura d'impresa verso nuovi mercati, per dotare le rivendite di tutti gli strumenti necessari per essere competitivi nel nostro settore di riferimento".

I servizi

L'ottica dei fondatori, supera oggi il semplice, per quanto importante, dato economico-commerciale e devia l'attenzione su fattori molto più importanti. "A molti distributori edili che aderiscono alle insegne di aggregazioni – spiega Pennacchi – sfugge che l'obiettivo non è l'affermazione del proprio punto vendita ma quello del marchio del gruppo al quale si appartiene. Non bastano gli obiettivi per crescere veramente, è fondamentale conoscere le esperienze, le motivazioni, gli errori e le relative soluzioni adottate da chi opera a certi livelli già da tempo. Il mondo delle aggregazioni commerciali nel nostro Paese sta vivendo una fase di stasi. Dopo il boom degli inizi, quando un po' per la minaccia della presenza sul territorio di realtà estere, un po' per non sentirsi isolati, soprattutto per il miraggio di ottenere condizioni di acquisto più favorevoli, i rivenditori edili formarono gruppi, in modo sconsiderato, non furono capaci, in molti casi di focalizzare il vero valore di una aggregazione il cui ruolo è ben preciso all'interno della filiera. Al contrario, Unirec nasce con lo scopo di creare una realtà dove i rivenditori consorziati possano godere di tutti i vantaggi che si vengono a generare mediante lo scambio e l'integrazione delle singole esperienze imprenditoriali. Si propone di creare sul territorio una rete di aziende dove tutte possano accedere alle stesse condizioni di acquisto indipendentemente dalle proprie caratteristiche dimensionali. Si rivolge a chi pensa, che solo attraverso la collaborazione tra persone che svolgono il medesimo lavoro sia possibile far crescere quella che

viene definita cultura d'impresa. I vantaggi, nonché servizi che offriamo ai nostri consorziati vanno oltre la semplice definizione del maggiore potere di acquisto, e si basano su esperienze, consulenza, servizio, vantaggio economico, formazione e capacità di lavorare in gruppo dandosi sostegno a vicenda e risolvendo assieme eventuali problematiche settoriali. Inoltre, ci impegniamo a garantire la possibilità di scegliere i prodotti migliori potendo usufruire non soltanto di prezzi competitivi, ma anche di servizi professionali di elevata qualità e un'assistenza continua. Allo stesso modo, siamo impegnati a far comprendere il giusto valore delle economie di scala, della concentrazione e del nuovo modello distributivo che mette i nostri depositi a disposizione di tutta la rete, con evidenti benefici conseguenti a una corretta e razionale gestione delle scorte, naturalmente senza costi aggiuntivi”.

I fornitori

“Un elemento imprescindibile per la scelta dei fornitori – dice Pennacchi – è la loro propensione al dialogo, oggi in molti hanno perso questo principio, lasciando i propri clienti-rivenditori soli di fronte a molte tematiche. Unirec si affianca a fornitori che sono sempre presenti sul territorio, che organizzano corsi di formazione ed eventi, pronti a capire le nostre esigenze e ad agire di conseguenza, fornitori capaci di creare un dialogo con noi clienti, che si basi sulle esigenze del mercato e sulla soddisfazione del cliente finale. Per questo, il nostro fornitore ideale non deve rimanere dietro la scrivania, pensando di dettare le regole del mercato, e non lasciando libertà di interazione ai propri rappresentanti, che più delle volte vengono istruiti con una mentalità non conforme a ciò che noi vogliamo, ovvero il dialogo. Al contrario deve essere presente sul territorio partendo dagli stessi agenti che più di tutti ci conoscono, così come conosco il mercato e i clienti finali”.

Unirec si è data quasi un decalogo di ciò che deve o non deve essere un buon fornitore: pronto a capire di cosa i consorziati abbiano bisogno, senza imporre delle tabelle sistematiche e anarchiche. Il gruppo non apprezza fornitori che basandosi sul semplice principio di vendita, offrano un prodotto solo perché esclusivo o con qualità particolari, senza assistenza post-vendita.

Allo stesso modo, non apprezza chi ritiene di imporre regole di mercato basate sul solo raggiungimento di determinati budget, ma preferisce chi è capace di interagire a stretto contatto con gli associati, seguendo tutte le problematiche che possono incidere sui fatturati, prima durante e dopo l'atto dell'ordine, e perseguendo un ottica di utile comune, tra chi produce e chi commercializza.

“Unirec – conclude Pennacchi – si rifornisce da aziende pronte al dialogo, che mettono a disposizione i loro prodotti, ti seguono nella vendita finale al cliente-consumatore, scendendo in campo al nostro fianco per capire e soddisfare le esigenze del cliente finale, risolvendo tutte le problematiche direttamente nei cantieri. Un'altro aspetto importante per i nostri fornitori, e che partendo dalla

conoscenza del mercato, devono selezionare i loro clienti, devono decidere se proporre i loro prodotti attraverso noi rivenditori, direttamente a privati e imprese, o nella grande distribuzione; un canale quest'ultimo, che certamente possono scegliere in parallelo, ma con marchi diversi, senza creare competizioni a noi sfavorevole”. n

UNIREC

Sede centrale: Roma

Tipo: Consorzio Scrl

Anno di fondazione: 2004

Punti vendita: 4, più 7 showroom

Metri quadrati coperti: 6.000, scoperti: 38.000

Area servita: Lazio

Automezzi: 45

Funzioni centralizzate: contabilità, amministrazione, convenzioni, marketing, formazione

Servizi alla clientela: assistenza pre e postvendita, Customer care, consulenza tecnica, lavorazione conto terzi, tinto metro, servizi internet, e-commerce, web marketing