



Franchi illustra la sua formula per fronteggiare il mercato

Costi e stock sotto controllo

È il patron di Idroexpert Cesare Franchi, a tracciare il punto della situazione in merito al suo progetto. Dallo 'status quo', che lo vede al timone di una flotta di 163 punti vendita associati, sparsi in tutto il territorio nazionale, ai piani futuri che delineano una sicura rotta di navigazione nel tempestoso mercato its.

Tra un paio di mesi produttori, distributori ed esperti del mercato passeranno tra le palme di Milano Marittima per dare vita alla quinta convention del Gruppo Idroexpert. La data è già fissata per la terza settimana di giugno. E lì, a fare gli onori di casa ma soprattutto ad essere al centro dell'attenzione sarà ancora lui, la mente di questo ambizioso e rivoluzionario progetto: Cesare Franchi.

Come è iniziato questo 2008 per il commercio idrotermosanitario?

“Qualcuno dice che si è partiti in gennaio già in caduta e che i segnali negativi c'erano già in settembre e ottobre. Il tutto a dispetto dei primi otto mesi precedenti che erano invece stati tutto sommato positivi

con incrementi di un certo tipo, anche a due cifre. Alla fine dell'anno molti si sono mangiati gli incrementi dei primi mesi. E così i numeri sono infine stati gli stessi del 2006 con pochi casi di crescita”.

Che cosa sta succedendo?

“Ci sono troppe case, in più la gente ha paura, troppi appartamenti restano sfitti, e addirittura ci sono troppi alloggi nuovi già da aggiornare; se volessimo fare una cosa nuova bisognerebbe inventarsi la ristrutturazione delle case nuove mai abitate”.

Quale è il dubbio più attuale per i commercianti del settore?

“Molto semplice: quale contratto fare con i produttori e come saranno pagati dai rispettivi clienti”.

Non sembra una questione di poco conto: è un bell'argomento da dibattere!

“Sì, ma noi dobbiamo cercare di risolvere questo tipo di problemi. I contratti sono legati alle quantità e alla qualità del mix; in base a queste abbiamo gli sconti, i premi di periodo, i canvas e i premi di fine anno.

Se io propongo a un produttore un contratto inferiore del venti per cento rispetto all'anno precedente nasce un problema; perchè sicu-

ramente ci proporrà delle condizioni inferiori, anche solo di qualche punto. E tutto questo significherà, per i grossisti, perdere un sacco di soldi. Diventa così difficile prendere impegni al buio. Idroexpert già nei primi due mesi ha una crescita superiore al trenta per cento per i prodotti presenti nella guida agli acquisti, potremo usare questo incremento come 'ombrello' che metta d'accordo la produzione e i nostri associati".

Perché questo "ombrello" dovrebbe piacere agli associati?

"Perché dà sicurezza e permette loro di non fare magazzino: lo facciamo già noi per loro. Questo farà sì che già dal 2008 potranno cambiare prodotti e produttori a favore di quelli presenti nella nostra logistica centralizzata, piuttosto che fare impegni onerosi al buio. Se però nel 2008 ci sarà un calo difficile da quantificare saremo costretti a prenderne atto ricordandoci che la merce 'a terra', comprata a debito, tra rotture, obsolescenze, spazio occupato, costa fino al dieci per cento. Se saranno tagliate le scorte del cinquanta per cento è presumibile che si avranno risparmi sul totale del fatturato superiori al sei per cento. E' evidente che a questo punto cambieranno impegni, filosofia, metodo di acquisto delle merci e meccanismi".

Parliamo della sua creatura Idroexpert. Con che programma si presenta nel 2008?

"Noi quest'anno abbiamo programmato una politica di promozione totale per tutto l'anno su tutti i prodotti della Guida agli Acquisti. E poi offriamo come innovazione, a tutti i nostri associati, il computer, i programmi gestionali, il travaso dei dati, l'aggiornamento costante l'assistenza e la garanzia per i prossimi cinque anni. Perché anche in questo caso il settore è da aggiornare e rinnovare. Il programma gestionale che abbiamo scelto si chiama Sirio ed è già utilizzato da grossisti con fatturati importanti anche oltre i 100 milioni di euro. Il solo miglioramento ed ottimizzazione della gestione informatica può portare risparmi e tagli di costi occulti molto importanti, proprio per questo abbiamo deciso di aggiungere al pacchetto Idroexpert che diamo ai nostri soci tutto l'impianto informatico, a costi vicino allo zero, se non gratuito".

Guardiamo la vostra cartina geografica, con 163 bandierine. Come giudica lo status quo?

"Siamo presenti in tutta Italia con pochissime zone da coprire. Abbiamo messo in campo grandi professionisti e quindi investito sul capitale umano per completare in modo adeguato la copertura di tutte le regioni".

e solo clienti affidabili

Attuando questa strategia è certo che il produttore avrà dei benefici?

"Gli garantiamo un incremento sui dati storici dei nostri associati del trenta per cento rispetto all'anno precedente e presumibilmente per i prossimi anni".

Evidentemente si potrebbe prospettare, o forse sta già accadendo, un momento non positivo per la distribuzione. Da navigatore di lungo corso di questi mari, quale ritiene sia la rotta ideale per i distributori?

"Avere un magazzino basso che possa ruotare anche oltre otto volte; costi finanziari intorno all'un per cento, costi del personale sotto il nove per cento, affitti o mutui sotto il due per cento, un margine medio intorno al venti-trenta per cento, vendere solo a clienti affidabili a basso rischio ma soprattutto non avere impegni di destoccaggio a fine anno per raggiungere premi.

Lavorando così a livello gestionale, risolvo il problema dello stock e servo il cliente solo se sono sicuro che pagherà.

Consiglio dunque di non avere stock alti per poter scegliere i soli clienti affidabili".

In ogni caso è soddisfatto della vostra presenza sul territorio?

"Il bilancio parla di 163 punti vendita associati. In testa ci sono Sardegna e Toscana con 18 punti, ultimo il Trentino, con un solo associato. La crescita ovviamente continua e crediamo che entro l'anno raggiungeremo quota duecento. E magari la supereremo".

Vi differenziate da altri gruppi perché siete "leggerissimi" sulle condizioni di adesione. Continuerete a non mettere paletti per gli associati?

"Siamo una famiglia e oggi ci sono tante forme di famiglia; ma comunque tutti i giorni bisogna conquistare l'altra parte. Sul nostro carro non costa niente salirci, stare, scendere. Nonostante la nostra breve storia è già successo che imprenditori siano entrati, usciti e ritornati. E ci ha fatto un gran piacere rivederli. No. Non metterò paletti, l'imprenditore è un uomo libero".

Parliamo di organizzazione del commercio in Italia, confrontandola con il resto d'Europa.

"I big d'Europa, sono dei giganti rispetto a quelli d'Italia e sono in grado di coprire intere produzioni; con la loro forza possono cambiare in qualsiasi momento buona parte dei fornitori. In Italia è completamen-



L'EMPORIO DELLE PASSIONI

La sede che ospiterà la quinta convention del Gruppo Idroexpert: l'Emporio delle Passioni a Cervia

te diverso e noi ne siamo l'esempio, ben vengano soluzioni simili alla nostra".

Franchi, lei aveva promesso di ridurre i costi fino a otto punti. Ha mantenuto l'impegno?

"Il nostro associato che ha tagliato notevolmente le scorte, utilizzando i servizi del Gruppo Idroexpert, secondo me ne ha risparmiati tanti. E' un po' come la dieta: se la segui alla perfezione è matematico che dimagrisci".

Parliamo di prodotti, cosa proporrete?

"Proporremo la terza 'Guida agli Acquisti' con gli aggiornamenti di prodotto, di prezzo, e un listino che durerà fino all'anno prossimo. E' chiaro che per bloccare i prezzi occorre il polmone del magazzino centrale e la forza economica per sostenerlo, così facendo prevediamo le variazioni e le gestiamo, programmando anche gli acquisti alla produzione".

E rispetto alle proposte dei prodotti?

"Ci sarà un cambiamento nel fotovoltaico, perchè per gli elettricisti e ancora di più per gli idraulici i margini sono assottigliati: oggi sappiamo che chiunque può mettersi a lavorare in questo campo, mentre, daremo spazio alla condensazione con l'abbinamento al solare".

Non solo idraulica: che cosa è esattamente?

"Qualcuno potrebbe erroneamente chiamarlo listino o catalogo, per noi all'interno di questo strumento vi è la politica commerciale. Il nostro Gruppo di lavoro ha la capacità di prevedere l'assortimento da stoccare, diviso per i mesi dell'anno, interpretare le filosofie e le politiche commerciali dei vari comparti, pensando e mixando per tutte le regioni d'Italia, prezzi, convenzioni, canvas, con un prezzo finale alla signora Maria bloccato per dodici mesi, come fanno già le grandi organizzazioni commerciali europee, salvo stravolgimenti del mercato non prevedibili.

Tutto questo è possibile solo con una logistica centralizzata, dove sca-

ricare ordini e merci, che fa da ammortizzatore tra il prezzo che il mercato richiede e quello che il produttore applica in quel momento; data la nostra conoscenza delle politiche commerciali, di tutto il territorio nazionale, comunque quelle di valutare e applicare le condizioni che si possono fare all'interno di una logica commerciale.

Dunque che cosa è "Non solo Idraulica"?

"E' un elenco di fornitori, è un catalogo generale, è un listino generale rielaborato in modo tale che si possa applicare una politica commerciale a livello nazionale; e lavorare con tutta la filiera dei clienti che come noto sono: privati, imprese, idraulici, enti, industrie, e altro. Facendo in modo che il margine finale sia abbastanza coeso con quelli che sono gli obiettivi del nostro associato e del produttore".

Quale deve essere il margine medio?

"Dipende: la vendita può essere all'ingrosso, al dettaglio oppure attraverso lo show room. Comunque varia tra il venti e il trenta per cento".

In giugno ci sarà la quinta convention. Che dirà alla sua gente?

"Faremo un riassunto della nostra breve storia e di tutto quello che abbiamo messo sul tavolo per gli associati. Confesseremo gli errori commessi, prima di tutto quello di non aver pensato che un progetto nuovo ha dei logici tempi di maturazione. Perché bisogna superare le abitudini e i tempi dei nostri associati, che fra l'altro non erano iscritti a nessun gruppo e quindi erano totalmente digiuni di alcune logiche. In questo momento, va detto, tutti ci chiedono tempo".

Quanti hanno capito subito?

"Oggi abbastanza e nei prossimi due anni la maggior parte dei nostri associati, spinti dal mercato e convinti dalla bontà del nostro progetto, ne sapranno cogliere il valore aggiunto e allora noi e loro raggiungeremo tutti gli obiettivi".

Alla convention avrete come al solito presenze eccellenti?

"Visto che tutti dicono che è un anno di crisi, inviteremo le associazioni di categoria, della produzione, degli installatori, dei costruttori, degli ingegneri, insomma, chi governa il settore dell'edilizia. Ci saranno poi importanti personaggi con qualche sorpresa nei vari settori tra cui l'informatica e del marketing strategico".

A che punto è del suo disegno?

"Siamo dove volevamo essere. Siamo andati al settanta per cento della potenziale velocità, un po' sopra il limite, ma non esageratamente. In un mercato confuso servono toni pacati, soluzioni mirate, bisogna ragionare prima di agire, dunque una corsa, ma con il cardiofrequenzimetro sott'occhio per non far sballare il cuore, che non vorrebbe avere limiti". ■