



Varato un anno fa il progetto Idroexpert **“Passato il Rubicone”** **Cesare Franchi marcia spedito alla conquista dell’Italia**

LAVORO DI SQUADRA

Cesare Franchi, al vertice di Idroexpert che, ad oggi, conta oltre 100 magazzini affiliati e la copertura di oltre il 70 per cento del territorio nazionale

Cesare Franchi, un anno dopo. È nei nuovissimi uffici di Idroexpert, l’azienda che ha creato insieme al team che ha deciso di seguirlo nella sua nuova avventura.

Lo rifarebbe?

“Oggi più che mai”.

E il passato?

“Un bel viaggio, ora dimenticato”.

Siete riusciti a fare ciò che vi prefiggevate?

“Sì, con partner liberi da impegni in altre squadre. Abbiamo realizzato con Log Service Europe di Bressana Bottarone (PV) la logistica centralizzata che è operativa dal mese di giugno, con costi in linea con gli standard europei e quindi più competitivi rispetto alle gestioni tradizionali. Abbiamo allocato oltre 200 autotreni di merce (dalla minuteria ad articoli più ingombranti), abbiamo codificato 130mila articoli; ogni prodotto è stato accuratamente pesato, misurato e sistemato, pronto per il picking. È un’impresa che di solito può richiedere tra i 12 e i 24 mesi per essere realizzata, il nostro team insieme a Log Service l’ha organizzata in tre mesi. Oggi possiamo dire che a prima richiesta i nostri affiliati ottengono l’85-86 per cento delle merci ordinate, il residuo arriva nei tempi normali, puntiamo al 95 per cento del servizio e quindi dobbiamo ancora migliorare”.

Come va la copertura del territorio?

“Questo era l’altro obiettivo: un alto numero di affiliati non iscritti ad altri gruppi non solo per raggiungere i risultati, ma per coprire Italia intera”.

E dunque il risultato a dicembre 2006 quale è?

“Oltre 100 magazzini affiliati che coprono il 70 per cento del territorio nazionale”.

È stato difficile?

“Tutti ci conoscono e da quando siamo partiti registriamo un affiliato al giorno, Il mercato cambia e quindi sarà sempre più opportuno lavorare in squadra piuttosto che per conto proprio”.

Come è cambiato il mercato?

“Da circa dieci anni non c’è più inflazione ed in alcuni casi (come per le caldaie) è presente una deflazione. Questo ha portato le aziende a cercare una maggiore efficienza gestionale che portasse ad una riduzione dei costi”.

Come cambierà in futuro?

“Se facciamo una proiezione, i primi dieci nomi della distribuzione che oggi valgono il 14 per cento del mercato entro un decennio raggiungeranno il 55-60 per cento. Chi resterà fuori da questa massa critica diventerà uno specialista oppure dovrà organizzarsi per abbassare i propri costi: come primo obiettivo sotto il 15 per cento e poi sotto il 10 per cento. Idroexpert nasce con questa mission: prestare, ai propri affiliati, servizi che portino ad efficienza gestionale e quindi ad una forte riduzione dei costi”.

Com’è possibile che ci siano ancora aziende non coinvolte in gruppi?

“Probabilmente per la mancanza di proposte; o di proposte chiare”.

E voi cosa avete fatto in questo senso? Cosa avete proposto?

“Raddoppio delle rotazioni di magazzino, raddoppio degli articoli trattati senza fare magazzino, catalogo a prezzi bloccati per sei mesi, una assicurazione che garantisce l’RCT per cinque sulla manodopera fatta dall’installatore, compresa nel prezzo e altro”.

Tutto semplice?

“No, è chiaro che le perplessità su Idroexpert sono anche di altro tipo”.

Appunto: chi comanda? Come è composto il capitale?

“Idroexpert ha un capitale aperto ai propri associati, che a partire dal

2007 avranno la possibilità di sottoscriverlo e quindi potrebbe diventare una public-company. Altri dubbi che i grossisti hanno nei confronti del progetto riguardano il timore di perdere il rapporto con i produttori e il numero degli affiliati confinanti. A questo proposito abbiamo organizzato, il 27 settembre, un convegno con gli agenti dei produttori che sono all'interno del catalogo "Non solo idraulica" dal titolo: L'evoluzione dell'agente nella trasformazione in atto. Lì sono stati ribaditi, con concetti chiari, i ruoli di produttore, agente, distributori. E ancora: dove viene amplificata la figura dell'affiliato, che può distribuire con pari dignità nei confronti della concorrenza di zona".

A proposito, diamo un'occhiata alla cartina?

"Siamo ben presenti in Emilia, Romagna e Toscana. Abbiamo qualche punto affiliato in Piemonte e Triveneto; per la Lombardia abbiamo altri piani in evoluzione. Andiamo bene in Abruzzo e Sardegna. Al Sud i grandi gruppi sono rari, mentre noi siamo presenti a macchia di leopardo un po' ovunque. Nessun affiliato per ora in Calabria, Liguria e Molise".

Perché un commerciante dovrebbe stare con voi piuttosto che con un gruppo di acquisto?

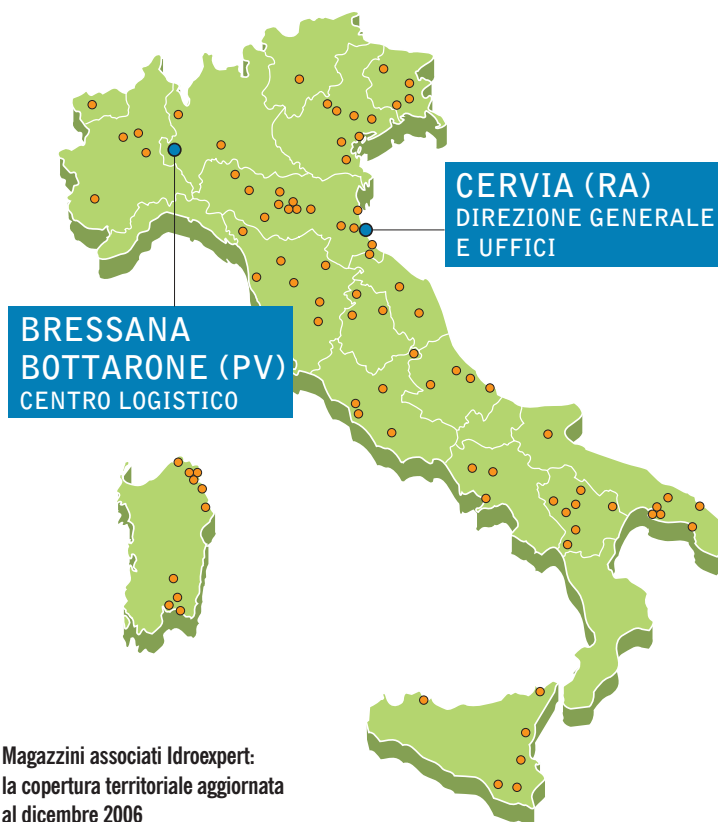
"Perché noi iniziamo dove finiscono loro. Quello che si ottiene dai produttori ormai è noto, noi lavoriamo per tagliare i costi".

Parliamo di novità ancora più clamorose. Si dice che state flirtando con il mondo elettrico...

"Prima di tutto penso che sia più facile per un elettricista dedicarsi all'idraulica che viceversa. Prodotti semplici sono condivisibili dai due fronti: parlo ad esempio di lampadine, interruttori, tubi corrugati. Ma non i cavi e i quadri, che richiedono una capacità specifica di operatività. I nostri associati, nel 2007, cominceranno a vendere prodotti elettrici ma non tutta la gamma. Probabilmente avremo un catalogo che si chiamerà "Non solo elettrico", che conterrà prodotti semplici, ma anche i prodotti con un marchio proprio. Abbiamo già delle possibili alleanze anche grazie alla logistica. Il contatto con il mondo elettrico ci permette di arrivare sui cantieri mesi prima del nostro mondo".

Finora non ha parlato di "transit point" che erano uno dei vostri cavalli di battaglia iniziali.

"Il concetto è quello di utilizzare un magazzino di secondo livello per distribuire anche al dettaglio con dei costi del 6-10 per cento attraverso i nostri associati. Transit point significa poter andare sul mercato con costi minori. E' chiaro che crea un problema a chi vuole tutto subito. Consente di prenotare la merce dalla logistica centralizzata con ordini chiusi ed evadibili e pronti per essere consegnati direttamente al cliente finale. Per ora c'è



**Magazzini associati Idroexpert:
la copertura territoriale aggiornata
al dicembre 2006**

diffidenza ma anche interesse, questa procedura ha successo con i clienti che hanno una certa familiarità con l'informatica e che ne sfruttano le grandi potenzialità. L'affiliato che attiva un Transit Point può incrementare i propri fatturati anche del 20 per cento".

Quale sforzo chiedete attualmente ai vostri affiliati?

"Che percepiscano e colgano tutte le opportunità del progetto anche modificando le loro abitudini.

Idroexpert nasce a metà anno e fino a dicembre lavoreremo per 'chiudere' le ultime affiliazioni e spiegare ai nostri associati tutte le procedure. Il 2007 sarà il vero anno di partenza anche se già quest'anno stiamo lavorando con buoni volumi".

Infine il franchising. Per caso ci avete pensato?

"No. Franchising era una parola di grande speranza negli anni '90. Va bene nell'abbigliamento e in genere funziona quando il cliente del franchisee paga per contanti; nel nostro settore il franchisee dovrebbe avere un affidamento di almeno un terzo del suo fatturato contrariamente non funziona".

Avete altre sorprese in serbo?

"Alcune: sconto bancario centralizzato, smaltimento delle obsolescenze dei prodotti a bassa rotazione dei magazzini associati, contabilità centralizzata, e altro".