

—
CONSORZI



BEVERAGE NETWORK CRESCERE, IN OGNI CASO SEMPRE CRESCERE

È IL CLAIM DEL CONSORZIO BEVERAGE NETWORK CHE, CON 62 AZIENDE DISLOCATE SUL TERRITORIO NAZIONALE E 550 MILIONI DI FATTURATO PREVISTI NEL 2022, È UNA DELLE PIÙ IMPORTANTI REALTÀ NEL PANORAMA DELLA DISTRIBUZIONE HORECA IN ITALIA

DI MARIA ELENA DIPACE

Beverage Network nasce nel 1999 con 14 soci titolari di aziende di distribuzione nel settore horeca. Nel 2003 la prima innovazione per un Consorzio di distributori di bevande: l'acquisizione di una delle più importanti birrerie italiane, **Birra Castello**. Nel 2006 Castello acquisisce da Heineken **Birra Pedavena** e diventa il primo Gruppo nazionale di produzione

del settore. Un esempio virtuoso ancora oggi unico nel suo genere a livello europeo.

“Beverage Network è in continua espansione – spiega **Antonio Portaccio**, *Presidente del Consorzio* – Oggi abbiamo 62 aziende dislocate sul territorio nazionale, con una proiezione per il 2022 di oltre **500 milioni di euro di fatturato** di puro Horeca. Sottolineo questo aspetto perché



ANTONIO PORTACCIO,
PRESIDENTE DEL CONSORZIO
BEVERAGE NETWORK

l'attività di espansione non ha mai abbandonato il motivo dominante che ha portato alla costituzione del nostro Consorzio, ovvero aggregare aziende che presidino questo canale.

COME FUNZIONA IL LAVORO DEL CONSORZIO E QUALI BENEFICI HA PER I SOCI?

L'area commerciale è fondamentale: è punto di snodo focale fra accordi quadro con l'industria, meeting di negoziazione e confronto, piani di attività distributive, promozionali e d'incentivazione al trade o alla forza vendite; insomma, il cuore pulsante nell'economia del Gruppo. Da sempre, la struttura decisionale presidiata dal CdA affida alla commissione commerciale il ruolo strategico che, di anno in anno, in base a programmi rinnovati costantemente, si rende protagonista di interpretare dinamicamente le necessità di un mercato che risulta essere sempre più dinamico, complicato e affollato di nuovi protagonisti. Lavorare costantemente con aggiornamenti continui è di vitale importanza.

NEL 2019 AVETE FATTO NASCERE DUE NUOVE SOCIETÀ...

Nell'ottobre 2019 è stata costituita Egida Holding, società che il compito di raccogliere e armonizzare capitali da investire nella creazione di nuove aziende sia nel mondo della produzione che nel mondo della commercializzazione e della distribuzione. La prima creatura di Egida Holding è Beer Gravity nata nel novembre 2019, società di importazione e commercializzazione di birre speciali provenienti da tutto il mondo.



PIETRO FLACCADORI,
DIRETTORE COMMERCIALE DEL
CONSORZIO

PARLIAMO DEI PRODOTTI A MARCHIO...

Oltre a Birra Castello e a Birra Pedavena, abbiamo tre linee di vini spumanti ad alta rotazione e una serie di concentrati per cocktail per i barman più esigenti (spiega il *Direttore Commerciale Pietro Flaccadori*). Nel 2020 abbiamo aggiunto anche uno Champagne di alta qualità e sviluppato una linea - denominata "di vino Essenziale" - per la quale abbiamo selezionato aziende vitivinicole con l'esclusiva della distribuzione localizzata per aree. Oggi possiamo vantare una carta dei vini completa e moderna che soddisfa le necessità di ogni tipologia di punto vendita.

COME STATE AFFRONTANDO LA CONTINGENZA E COSA STATE CHIEDENDO ALL'INDUSTRIA?

Per chi come me lavora nel settore alimentare dagli anni '80, un periodo come quello vissuto nell'ultimo biennio era impensabile fino a quando non ci siamo trovati dentro. Il claim - da allora - è sempre stato lo stesso (anche se con alternanze più o meno marcate): crescere,

in ogni caso sempre crescere. La pandemia ha portato a una evoluzione accelerata anticipando di un decennio quello che sarebbe successo normalmente: penso al delivery, all'evoluzione delle catene della ristorazione, alla digitalizzazione e, soprattutto, al PNRR, che coinvolge strutturalmente tutte le imprese italiane dovendo attuare innovazione e progettualità, per avere accesso alle risorse stanziati dall'Unione Europea. Ora, con l'invasione dell'Ucraina da parte della Russia, oltre agli orrori della guerra, vivremo scenari nuovi sul fronte aumenti, disponibilità delle materie e dei consumi. Alcuni di questi argomenti sono temi che abbiamo recentemente affrontato al 1° tavolo tecnico di concertazione istituito della nostra Federazione Italgrob che, a tal proposito, ha convocato tutti gli attori che compongono la filiera, dalla produzione alla distribuzione, al fine di condividere soluzioni alle diagnosi preoccupanti che si prospettano. Le soluzioni non certo risolveranno completamente i problemi, ma sicuramente danno un grande contributo a un settore che merita un'attenzione diversa anche da parte delle Istituzioni.

QUAL È LA VOSTRA POSIZIONE RISPETTO ALLA



ALCUNI SOCI DEL CONSORZIO BEVERAGE NETWORK
IN OCCASIONE DI UN MEETING



RICCARDO MARINONI,
DIRETTORE AMMINISTRATIVO DI
BEVERAGE NETWORK

DIGITALIZZAZIONE DELLE IMPRESE?

Beverage Network ha iniziato sin dal 2008 ad attribuire importanza alla digitalizzazione, con particolare riguardo alla raccolta dei dati commerciali degli associati (commenta il Direttore Amministrativo **Riccardo Marinoni**). Ad oggi, tutte le aziende associate a Beverage Network, sono in grado di fornire i dati di acquisto e di vendita giornalieri alla Centrale. Per raggiungere questo obiettivo, è stato necessario attivare cambiamenti interni presso gli associati che hanno fatto crescere complessivamente il grado di percezione dell'importanza della digitalizzazione. Una esigenza questa che sta portando la Centrale ad approfondire la possibilità di mettere loro a disposizione una suite di applicazioni che vada a coprire buona parte delle necessità e che sia da stimolo per gli altri associati. Una soluzione che permetta a tutti di avere a disposizione gli stessi strumenti, indipendentemente dalla dimensione aziendale, in linea con la filosofia di Beverage Network.