

—  
CONSORZI



# OSIAMO CAMBIARE!

**23ESIMO MEETING DI.AL. ORGANIZZATO LO SCORSO DICEMBRE A COURMAYER. I PUNTI SALIENTI DELL'INCONTRO.**

DI MARIA ELENA DIPACE

Un traguardo importante quello raggiunto da uno dei **ConSORZI** più grandi del sud Italia lo scorso 1° dicembre: il **23esimo Meeting Di.AL.** Occasione centrale per tutti i distributori che ne fanno parte, per fare un bilancio e una analisi del mercato assieme ai partner dell'industria. Un bilancio che raccoglie una considerazione di **Alessandro Capuano**, *Direttore Di.AL.* - e protagonista della nostra intervista - che ci porta a riflettere su un aspetto preciso del ruolo del Consorzio: "nonostante

l'evoluzione del canale e, in generale, del grossista food&beverage, la nostra funzione credo resti sempre quello di **fare da cassa di risonanza**. Abbiamo il compito di dare voce alle differenti realtà periferiche, elemento questo che resta quindi il nostro primo focus ed è tutt'oggi un'attività trasversale e remunerativa".

**OPERATE IN UN CONTESTO MOLTO COMPLESSO MA ALTRETTANTO STRATEGICO PER L'INDUSTRIA.**

Il Consorzio Di.AL. nasce a metà degli anni Novanta dall'intuizione di un gruppo di



ALESSANDRO CAPUANO,  
DIRETTORE DI.AL

distributori della provincia di Caserta e Napoli supportati dal nostro primo direttore, Sergio Buonomo, il quale mise assieme idee e investimenti, con lo scopo di rappresentare una categoria emergente. In quegli anni c'era sicuramente l'esigenza di farsi riconoscere dalle industrie come unità integrata più che come singola 'meteora' imprenditoriale. Negli anni ci siamo evoluti passando da una realtà di provincia a un riconoscimento nazionale. Oggi il Consorzio è ben riconoscibile dagli addetti ai lavori, soprattutto grazie alla Presidenza di Vincenzo Caso, che ha rappresentato l'intera filiera nell'ultimo mandato anche come Presidente Italgrob.

#### **QUANTI SOCI FANNO PARTE DEL CONSORZIO?**

Attualmente la nostra base sociale è composta da 80 Associati dislocati per lo più nell'Area 4, con una forte presenza in Campania (su tutte le province), la Sicilia e la Basilicata. Da sempre siamo riconosciuti come il 'Consorzio del sud Italia' e i numeri non smentiscono affatto questo assioma, anche se negli anni abbiamo ottenuto buoni ingressi nelle Marche e nel Lazio cercando in ogni caso di restare ancorati a un discorso di filiera più ampio e strizzando un occhio al mercato nazionale, per poi confrontarlo con le evidenze più territoriali.

#### **COM'È STRUTTURATO IL CONSORZIO?**

La nostra attività primaria continua a essere quella di networking tra industria e distributori. Consideriamo il nostro ruolo come una sorta di 'contenitore di idee' messe nero su bianco attraverso gli accordi centralizzati che riserviamo agli Associati. Attualmente risulta difficile - e

comunque non è nei nostri piani - creare una piattaforma fisica di commercio, stile GDO, ma al tempo stesso ci stiamo strutturando per crearne una virtuale abbastanza complessa. Per quanto riguarda i prodotti a marchio, abbiamo inserito nel 2017 nel nostro portafoglio una linea di Prosecco che ci sta dando ottimi risultati e nel 2019 abbiamo invece avviato un progetto sui vini biologici. All'orizzonte ci sono altre private label che inseriremo in assortimento, come ad esempio qualche specialità birraia.

#### **QUALI SONO I VOSTRI PUNTI DI FORZA?**

Senza dubbio la conoscenza del territorio unita a una fortissima padronanza dei dati statistici interni. Gestiamo infatti un complesso sistema di Data Warehouse che ci permette di analizzare, predire e controllare il lavoro dei nostri Associati.

#### **23ESIMO CONVEGNO DI.AL.. COME NASCE QUESTO MEETING E COME SI È EVOLUTO NEL TEMPO?**

Il meeting è senza dubbio il momento chiave del business della nostra associazione. Da sempre creiamo questo momento di aggregazione nel mese di novembre/dicembre come rendicontazione dell'anno commerciale e per strutturare le basi per il nuovo. E la presenza attiva da parte dei manager dell'industria, oltre che degli amministratori delle aziende associate al Di.AL., ci stanno dando ragione.

#### **COM'È STATO COSTRUITO IL MEETING? CON QUALI OBIETTIVI E QUALE IL TEMA CENTRALE?**

Partiamo dal tema centrale che è poi il volano di tutto ciò che abbiamo presentato: "Osiamo Cambiare". Questo è

il claim che abbiamo scelto per raccontare il nostro percorso. Lo scenario economico/sociale che stiamo vivendo ci ha messo davanti a scelte che cambieranno, si spera in meglio, il mondo della distribuzione.

I principali Economics ci segnalano aumenti vertiginosi delle materie prime che porteranno al riconsiderare la spesa media delle famiglie italiane e, soprattutto nella prima parte dell'anno, assisteremo a un'inflazione senza precedenti. Questo ci porterà a rimettere in discussione tutte le politiche di distribuzione, come la logistica, il credito e, non ultimo, il roll-over degli acquisti in magazzino.

#### **ENTRIAMO NEL MERITO DEI DATI PRESENTATI. QUAL È LO STATO DI SALUTE DEL COMPARTO?**

Gli analisti continuano a individuare l'Italia come il paese che si riprenderà prima dalla pandemia. Per quel che riguarda il nostro comparto, nonostante Confcommercio abbia evidenziato una flessione dei consumi nel fuori casa, possiamo confermare che Distribuzione e Pdv hanno reagito molto bene nei periodi in cui non ci sono state grosse restrizioni. Riprendere i numeri a cui i PDV erano abituati e, di riflesso, anche a cui erano abituati i nostri distributori, è la sfida per il prossimo futuro.

#### **COME SONO I RAPPORTI CON L'INDUSTRIA E COSA AVETE CHIESTO LORO?**

Si lavora a quattro mani con l'industria per studiare insieme le giuste strategie. A loro chiediamo garanzie maggiori sulla gestione dei forecast di produzione e, soprattutto, di rivedere gli obiettivi di crescita in volume con relativi target.



Ci siamo trovati in difficoltà in alcuni periodi dell'anno per le differenti rotture di stock, che si sono amplificate in qualche caso per la mancanza di trasportatori. Inoltre, gli aumenti imminenti non potranno garantire un numero incrementale di volumi.

#### **BILANCIO DI QUESTO MEETING A COURMAYEUR?**

Abbiamo presentato diversi dati di mercato, rimarcando la questione degli aumenti imminenti ma abbiamo toccato anche punti molto delicati grazie al nostro partner Cribis D&B (società che fornisce servizi per la gestione del credito) che ha presentato un nuovo ed evolutivo corso che metteremo a disposizione dei nostri associati. Infine, ci stiamo strutturando per un nuovo progetto, molto ambizioso: una piattaforma di dropshipping, presentata ufficialmente per la prima volta durante il Meeting, che ci proietterà in una più moderna era distributiva. Dobbiamo viaggiare di pari passo con la tecnologia e cavalcare i cambiamenti che ne derivano. Solo in questo modo possiamo pensare di continuare la nostra attività rimanendo centrali nella scelta dei punti vendita Horeca.