

Il tessuto distributivo italiano sta vivendo una fase congiunturale complessa, che vede in crisi da un lato molte piccole realtà, dall'altro le grandi centrali, di cui sono messe in discussione le competenze e il ruolo stesso, in un contesto che vedrà premiate strutture commerciali snelle, dinamiche e capaci di coniugare ottimizzazione dei costi e grande efficacia commerciale.

In questa direzione muove da sempre il Consorzio Comas, fondato nel 1992 da Alessandro Perlangeli nelle vesti di direttore commerciale, affiancato dal 2006 da Alessandro Rossi, presidente del consiglio di amministrazione.

Il Consorzio riunisce circa 100 piccole e medie imprese associate, operanti nei settori food e non food. Storicamente, la peculiarità di Comas sta nell'aver riunito società specializzate nel canale corto e lungo, attive sia in ambito food, sia nel non alimentare: dall'ingrosso al cash and carry, dal piccolo dettaglio ai supermercati, dalle catene specializzate nella profumeria e toilettries (fondamento storico del gruppo), fino ai prodotti freschi. All'insegna dello slogan "Insieme per crescere", Comas opera per sviluppare i servizi di acquisto, supportare le imprese associate nelle attività di marketing e comunicazione, vendita e logistica, responsabilizzando ogni socio sull'importanza del proprio ruolo nei confronti di fornitori e consumatori finali.

Molto importante per Comas è la private label a marchio Finex: una gamma di prodotti per l'home e il personal care, che uniscono qualità e convenienza.

La nuova scommessa, a fronte della difficile situazione in cui versa la grande distribuzione organizzata, è stimolare la creazione di consorzi periferici, promuovendo aggregazioni territoriali fra i soci Comas. «I gruppi d'acqui-

COMAS

Il successo di Duesse e Duepiù dimostra l'efficacia dei consorzi periferici tra piccole imprese retail



La mappa dei punti di vendita Duesse e Duepiù

Sicilia	75	Sardegna	28
Calabria	56	Piemonte	8
Campania	47	Lombardia	5
Puglia	43	Abruzzo e Molise	4
Veneto	102	Totale	368

L'AZIENDA

Il Consorzio Comas, fondato nel 1992 da Alessandro Perlangeli, riunisce su tutto il territorio nazionale circa cento piccole e medie imprese distributive operanti nei settori food e non food, specializzate nel canale corto e lungo e caratterizzate da un forte dinamismo commerciale.

LA SOLUZIONE

La nuova scommessa del Consorzio è quella di stimolare la creazione dei consorzi periferici, promuovendo aggregazioni tra i soci Comas. Due prime realtà molto ben strutturate sono i Consorzi Duesse e Duepiù, operanti in dieci Regioni.

I VANTAGGI

L'obiettivo di questa nuova "architettura" distributiva è quello di integrare gli accordi-quadro stipulati da Comas a livello nazionale con accordi periferici che consentano - attraverso una migliore organizzazione e gestione delle attività promozionali e marketing in collaborazione con le aziende - di colmare il gap con i gruppi distributivi più importanti.

sto - afferma Alessandro Perlangeli - sono destinati a tramontare, hanno perso il ruolo che avevano anni fa, sempre più gravati dai costi. Allo stesso tempo, credo sia sotto gli occhi di tutti che oggi da soli si muore: soprattutto le realtà medio-piccole rischiano di mettere a repentaglio la loro stessa esistenza. Ecco perché, forte di vent'anni di esperienza come dirigente e imprenditore direttamente impegnato nel retail, ho in-

ventato un concetto nuovo, il consorzio periferico, che riunisce piccoli imprenditori locali per dare loro maggiore forza innanzitutto contrattuale». Il meccanismo è semplice: si tratta di implementare una doppia negoziazione, a livello nazionale e periferico. La peculiarità è che entrambe sono condotte presso il Consorzio Comas, all'insegna di ottimizzazione della gestione e forte miglioramento delle condizioni e dei risul-

tati anche per i partner periferici.

Due esperienze molto positive

Due primi esempi di successo sono senza dubbio rappresentati da Duesse e Duepiù, realtà che hanno già superato i trecento punti di vendita sparsi in dieci Regioni (vedi la tabella). I Consorzi Duesse e Duepiù, infatti, rappresentano il fiore all'occhiello della strategia di Comas, che «si propone di unire gli sforzi dei piccoli-medi distributori, già aderenti al Consorzio e operanti nel canale corto, per garantire il raggiungimento di un importante obiettivo: integrare le condizioni contrattuali di acquisto Comas, operanti a livello nazionale, tramite una contrattazione commerciale di secondo livello in periferia, puntando sul potenziale totale dei punti di vendita di proprietà e/o in affiliazione». Infatti, per sostenere le piccole e medie attività commerciali, è importante integrare gli accordi-quadro stipulati da Comas a livello nazionale con accordi periferici che consentano, attraverso una migliore organizzazione e gestione delle attività promozionali e marketing in collaborazione con le aziende, di colmare il gap con i gruppi distributivi più importanti. I risultati a oggi sono eccellenti: la crescita del fatturato è a due cifre. «Quello che proponiamo alle piccole realtà periferiche - conclude Perlangeli - è di "non perdere l'ultimo treno": da soli si è inevitabilmente più deboli e si ottengono risultati assai meno soddisfacenti».



Consorzio Comas
Centro Direzionale Milano Oltre
Palazzo Cimabue
20090 Segrate (MI)
Tel. 02.26923340
Fax 02.26953034
www.consorziocomas.it