

# C'è posta per tutti

**ITALIA DISTRIBUZIONI** - IL MAGGIOR OPERATORE NAZIONALE DI RECAPITO PORTA A PORTA DI MATERIALE INFORMATIVO PROMOZIONALE CONSOLIDA LA PRESENZA IN REGIONE E TRACCIA I FUTURI SCENARI DI SVILUPPO



Massimiliano Conte

Nell'epoca delle e-mail e della comunicazione informatica, la consegna fisica di materiali informativi e commerciali è rimasta comunque importante e strategica per molti operatori economici. Da qui la crescita negli ultimi anni di aziende per il recapito 'porta a porta', seguendo un fenomeno che in altri Paesi d'Europa si è sviluppato almeno due decenni fa. Tra loro, leader nazionale è Italia Distribuzioni, con quartier generale in Lombardia e una presenza capillare, anche in Friuli Venezia Giulia, come spiega il direttore operativo **Massimiliano Conte**.

**Come sta andando il vostro settore e, in particolare, la vostra azienda?**

"Il nostro settore non rappresenta un'eccezione rispetto al macro-scenario economico attuale e ha sicuramente risentito della crisi economica: alcuni clienti hanno ridimensionato le quantità da recapitare, altri hanno ridotto le frequenze delle promozioni. Nonostante questo, Italia Distribuzioni è riuscita a incrementare il proprio volume d'affari grazie all'acquisizione di nuovi e importanti clienti. Noi continuiamo a puntare sulla qualità del servizio, sostenibile attraverso un modello organizzativo di tipo industriale, e non sulla semplice guerra dei prezzi, che è potenzialmente dannosa soprattutto per il cliente. Non è certo un percorso agevole in un mercato ancora estremamente frammentato, caratterizzato da centinaia di piccoli operatori locali, ma crediamo che la nostra strategia alla lun-



ga ci compenserà degli sforzi che stiamo compiendo".

**Quali sono i prodotti più adatti per questo canale distributivo?**

"A partire dal 2009, parallelamente al servizio tradizionale, abbiamo introdotto un modello di recapito 'schedulato', già in uso da diversi anni nei Paesi europei più evoluti da questo punto di vista. Le consegne vengono concentrate in due 'finestre' settimanali, ottimizzando anche le attività di controllo del servizio. Questo genere di prodotto permette al cliente di risparmiare sul recapito, pur garantendo una qualità molto elevata. Inoltre, questo modello ci permette di offrire ai clienti la cellophanatura dei depliant, servizio a oggi attivo a Milano, Roma e Torino, promuovendo anche una migliore immagine della consegna, oltre che venendo incontro ai bisogni espressi dal consumatore finale, che preferisce ricevere materiali confezionati e 1-2 volte alla settimana".

**La conformazione urbanistica del Friuli è particolare: quali sono i vantaggi e gli svantaggi?**

"La scarsa densità abitativa è chiaramente un fattore che non favorisce il recapito 'door to door'. Le numerose frazioni che connotano molti comuni e le notevoli distanze che spesso li separano ci costringono a mettere in campo non solo mezzi affidabili, ma soprattutto personale con una profonda conoscenza del territorio. In questa prospettiva la nostra filiale diretta di Udine ci permette di disporre di quel

grado di 'localizzazione' necessario per poter effettuare al meglio il nostro lavoro. Sia il capo filiale di Udine, sia gli operation planner vantano un'esperienza decennale nel settore. A rafforzare ancora di più la forte presenza locale, tutti i componenti dello staff, compresi i postini, sono residenti all'interno della regione. Inoltre, cambiando prospettiva, la peculiare conformazione urbanistica del Friuli Venezia Giulia può diventare un vantaggio per il cliente che riesce a identificare un partner affidabile. Infatti, la scarsa percentuale di grandi condomini fa sì che il depliant venga consegnato direttamente nella cassetta postale privata delle singole unità abitative, aumentando così l'efficacia della comunicazione".

**Quale evoluzione può avere nei prossimi anni questo settore?**

"Non è esagerato affermare che in Italia nel nostro settore siamo indietro di vent'anni rispetto ai nostri partner Europei. Quando nel 2009 siamo partiti con il modello industriale, molti ci consideravano quasi visionari; oggi non sono pochi i tentativi di imitazione del nostro modello distributivo. Noi siamo certi che il futuro di questo settore sia strettamente legato alla concentrazione di volumi, con un conseguente aumento dell'efficienza per l'intero sistema e con una riduzione dei costi per i clienti. A dimostrazione di questa tendenza, molti operatori del settore ci stanno contattando per diventare nostri partner. La richiesta è elevata al punto che abbiamo deciso di avviare un progetto di affiliazione, in linea con il nostro orientamento strategico".