

UN GROSSISTA PER AMICO

di Grazia Maria De Jacobis



AMPIEZZA DI GAMMA

Il Cash & Carry di Tito Scalo, in funzione già dal 2007 come sede logistica ma solo recentemente inaugurato nella versione di struttura commerciale self service, costituisce una delle realtà più significative nell'area meridionale sia per l'efficienza del servizio sia per l'ampiezza e la profondità di gamma, davvero inusuali. Con una superficie coperta di 5.000 mq e 15.000 referenze disponibili, la nuova struttura si rivolge a un articolato panel di clienti Retail: dalle cartolerie alle forniture ufficio, dalle tabaccherie ai supermercati



Settant'anni di storia e un forte radicamento sul territorio. Ma oggi Pisani Distribuzione guarda oltre i confini della Basilicata e con il nuovo, cash & carry di Tito Scalo si prepara ad allargare il bacino d'utenza

Distribuzione di cartoleria-cancelleria, forniture ufficio, gestione diretta di negozi al dettaglio. Sono i tre canali distinti attraverso cui **Pisani Distribuzione** sviluppa il suo business in Basilicata e aree limitrofe. Storicamente, la prima realizzazione importante dell'azienda, che vanta un background di oltre settant'anni, è stata il cash & car-

ry di Potenza, recentemente riorganizzato e destinato, con i suoi 1.500 mq di superficie, a coprire soprattutto le esigenze dell'ufficio. Oggi, il fiore all'occhiello è rappresentato però dal cash & carry di Tito Scalo, già funzionante dal 2007 come sede logistica ma inaugurato da poco nella sua versione di moderna struttura commerciale self service: una superficie di **5.000 mq** coperti, che con un assortimento di **15mila referenze** si rivolge a cartolerie, forniture ufficio, tabaccherie, copisterie, super-

CRESCERE NEL SUD

CHI È NICOLA PISANI

Una Laurea in Economia e un patrimonio di esperienza acquisito direttamente sul campo accanto al padre Rocco. Con questo background Nicola Pisani, 43 anni, dirige oggi l'azienda di famiglia. La moglie Angela è impegnata anch'essa in azienda, compatibilmente con la cura dei due figli Rocco Mattia e Giorgia. Sportivo appassionato, cerca anche di trovare il tempo per lo sci e soprattutto per il basket.



mercati, specialisti in prodotti informatici. Di recente sono stati infatti inseriti in assortimento consumabili e accessori che vanno ad arricchire la tradizionale specializzazione aziendale in carta e cancelleria.

Come competere con i più grandi

Per ampiezza e profondità di gamma, oltre che per qualità dei servizi, **il cash & carry di Tito Scalo è dunque una delle realtà più significative dell'area meridionale**, anche se nel contesto nazionale i numeri di un'utenza prevalentemente regionale, proveniente in massima parte dalle sole province di Potenza e Matera, possono apparire esigui.

L'obiettivo di oggi, infatti, è quello di espandersi verso regioni limitrofe, e le attività di marketing messe in campo hanno già prodotto numerose visite da parte di nuovi, potenziali clienti. "Sono pienamente convinto – spiega **Nicola Pisani**, Amministratore Delegato della società – che la specializzazione dell'assortimento, la competitività dei prezzi, l'efficienza dell'organizzazione, la funzionalità della struttura e dell'esposizione merceologica siano tutti plus in grado di costituire una valida attrattiva anche per clienti fuori area e di garantire un incremento dell'affluenza nonostante l'handicap di una posizione decentrata rispetto ad altre regioni".

I vantaggi della territorialità

D'altra parte, la dimensione ridotta di un'azienda distributiva non è necessariamente un limite allo sviluppo: rispetto alle prestazioni di grandi player nazionali e internazionali permette per esempio di **controllare capillarmente il territorio**, di conoscere in dettaglio l'orientamento al consumo dei clienti finali, di dare risposte rapide ed efficaci alle necessità dei rivenditori. E gli investimenti realizzati in questo senso hanno già consentito una significativa, progressiva crescita del fatturato aziendale nonostante la criticità della situazione congiunturale. "Ma soprattutto – insiste

PISANI, DAL 1938

Una regione che si affaccia su due mari ma si sviluppa quasi interamente in montagna, che conta meno di 600mila abitanti e solo dieci comuni con popolazione superiore ai diecimila residenti. È la Basilicata, e qui da oltre settant'anni opera Pisani Distribuzione, ingrosso di cartoleria-cancelleria nata nel lontano 1938 per rifornire il dettaglio tradizionale dell'epoca.

Da allora, tre generazioni si sono succedute alla guida, adeguando progressivamente le politiche e le strutture aziendali all'evoluzione del sistema socio-economico. Oggi, il timone è nelle mani di Nicola Pisani, Amministratore Delegato e socio di maggioranza. A ricoprire la carica di Presidente del Consiglio d'Amministrazione è il padre di Nicola, Dottor Rocco Pisani, che a 78 anni, pur avendo abbandonato il controllo della gestione operativa, continua dall'alto della sua esperienza ad essere ispiratore e supervisore delle politiche aziendali e strategiche dell'azienda.

Pisani – hanno posto le basi per un ulteriore sviluppo da realizzare attraverso un'estensione verso aree del Sud non ancora coperte dalla rete di affiliazione/fidelizzazione che fa capo al **Gruppo CIAC**, cui siamo associati dal 1997".

Informatizzazione ad alto livello

Determinante per il raggiungimento dell'obiettivo è il potenziamento della rete di vendita, al momento costituita da otto **agenti impegnati sul territorio in Basilicata, Calabria e parte della Puglia**. Ben formati e altamente professionali, seguono i clienti

Politiche di Gruppo con CIAC

Sul fronte dei consumi, nell'area coperta da Pisani Distribuzione le tendenze indicano una crescita dei prodotti continuativi a fronte di un calo degli stagionali e di quelli mass market, soggetti alla sfida della grande distribuzione. Le strategie per rimanere competitivi, secondo Nicola Pisani, passano dunque attraverso la possibilità di proporre prodotti sempre attuali e concorrenziali, assicurare un valido supporto tecnico-commerciale al cliente, fornire un'adeguata formazione professionale ai collaboratori.

Strategie che trovano un sostegno importante nel Gruppo CIAC: prodotti esclusivi a marchio, campagne promozionali e, soprattutto, l'attività di affiliazione al circuito Cartoshop, sono stati infatti fattori determinanti nell'espansione sul territorio dell'azienda, che oggi conta una rete di 85 affiliati.





CUSTOMER ORIENTED

Tra i punti di forza di Pisani Distribuzione vi sono la capacità di dare risposte rapide ed efficaci alle necessità dei rivenditori e di conoscere con precisione gli orientamenti al consumo dei clienti finali.

Un risultato che è anche il frutto di ingenti investimenti per dotarsi di un sistema informatico sofisticato che consentisse il rapido controllo e l'aggiornamento simultaneo delle informazioni nelle diverse sedi.

E, sempre in tema di innovazione tecnologica, grazie a una totale copertura wireless l'attività logistica viene svolta interamente mediante l'impiego di palmari



attraverso metodi tradizionali basati sul rapporto interpersonale, pronti però a mettere in campo sistemi tecnologicamente evoluti laddove le condizioni lo permettano. La filiera del settore si caratterizza infatti per una scarsa corrispondenza degli interlocutori "a valle" rispetto alle esigenze di modernizzazione avanzate da Produttori e Distributori. E che molte cartolerie siano restie a informatizzarsi – non solo in Basilicata – è un dato di fatto, anche se possono oggi trovare una giustificazione nelle difficoltà economiche del momento, come viene riconosciuto dallo stesso Nicola Pisani la cui azienda vanta **un sistema altamente informatizzato** che permette la gestione dei diversi punti operativi in un unico centro elaborazione dati, l'aggiornamento simultaneo delle informazioni nelle diverse sedi collegate, la completa copertura wireless per lo svolgimento dell'attività logistica attraverso l'utilizzo di palmari.

Il servizio on line di telemarketing, gestito da un call center di operatrici adeguatamente formate a livello professionale, consente inoltre di ottimizzare i rapporti con la clientela migliorando qualità e velocità di risposta. "Sono fermamente convinto – conclude Pisa-

L'azienda in cifre

Fatturato	4 mlm €
Numero dipendenti	14
Numero agenti	8
Superficie commerciale	5.000 mq (cash Tito Scalo) 1.500 mq (cash Potenza)

Referenze

In assortimento	15.000
Numero affiliati	85

ni – che per un'azienda di queste dimensioni, in uno scenario competitivo come quello in cui ci troviamo, la politica aziendale da perseguire sia quella di **soddisfare sempre tutte le esigenze del cliente**.

Solo così si creano le basi per sviluppare un rapporto di fiducia che possa consolidarsi nel tempo in un duraturo rapporto di fidelizzazione". □

