



TOY'S ISLAND, UN CASH&CARRY PER DUE

Una partnership imprenditoriale, fra due soci del Gruppo Top Quality, ha portato a risultati importanti che indicano come la strada da seguire sia quella della collaborazione e delle sinergie

UNA PARTNERSHIP STRATEGICA

In alto a destra: Daniele, Roberto e Andrea Carducci. Qui sopra: l'entrata di Toy's Island, l'ingrosso nato dalla collaborazione tra la Scipioni Srl e la Sacar Sas. Sotto: Marco, Aurelio e Giulio Scipioni



Tra la famiglia **Scipioni** e la famiglia **Carducci** l'amicizia è di lunga data, iniziata praticamente con la nascita stessa del **Gruppo Top Quality** a cui entrambe le loro attività aderiscono (Scipioni si colloca tra i Soci Fondatori, Carducci vi entrerà poco dopo). Negli anni, le loro imprese di Ingrosso Cartoleria, la **Scipioni Srl** e la **Sacar Sas**, si sono gradualmente sviluppate, acquistando forza dalle politiche di gruppo, ma anche avvantaggiandosi di specifici accordi di collaborazione che le due società sono riuscite a realizzare su vari fronti, non solo scambiandosi dati e informazioni relativi ad aspetti commerciali, informatici o logistici, ma arrivando anche a costruire vere e proprie integrazioni operative di reciproco vantaggio. Per esempio, ognuno dei due partner dispone di un proprio magazzino – uno dalle parti di Roma, l'altro dalle parti di Livorno – a cui entrambi possono accedere scegliendo di volta in volta quello più vicino al cliente da servire. Ognuno dei due, inoltre, può effettuare la consegna per conto dell'altro. “La nostra speranza – spiega Giulio Scipioni – è che la modalità da noi adottata possa incoraggiare altri soci del Gruppo a seguirci su questa strada. Siamo sicuri infatti che tutti potrebbero raggiungere in questo modo migliori risultati”. I dati di Scipioni e Sacar parlano chiaro: insieme contano oggi 36 dipendenti e 24 agenti, dispongono di un magazzino di 6.000 mq con 30.000 articoli, fatturano 18 milioni di euro. E negli ultimi due anni hanno registrato una crescita che ha superato il 50%, mentre per l'anno in corso si prevede un incremento del 10%.

La diversità diventa complementarietà

Il livello massimo di integrazione e della possibile sinergia fra le due aziende si è raggiunto però con la creazione, attraverso la **Scipioni&Carducci Srl**, di **Toy's Island**, cash&carry di giocattoli e articoli estivi nato nel 2014. Una struttura di 1.500 mq, con tre dipendenti e una previsione di fatturato di 2,5 milioni di euro per il primo anno. Ubicato davanti al cash&carry di Scipioni, permette a tutti i clienti dell'area di riassortirsi contemporaneamente dall'uno e dall'altro



REALTA' SOLIDE E STRUTTURATE

In queste immagini, in alto: una veduta esterna della sede di Sacar Sas, situata a Campiglia Marittima in provincia di Livorno e, a sinistra, uno scorcio del grande magazzino di stoccaggio.

Sotto: l'esteso e moderno complesso della Scipioni Srl a Ciampino (RM).



sfruttando i rispettivi punti di forza, che sono quelli del presidio territoriale da parte di Scipioni e della specializzazione di offerta da parte di Sacar. Scipioni infatti ha una vasta clientela nel Centro Italia, mentre Sacar vanta un'ottima esperienza nella distribuzione di giocattoli e articoli estivi, con un'offerta che comprende 8.000 referenze e i più importanti marchi del settore: da *Legò* a *Mattel*, da *Hasbro* a *Clementoni* e *Giochi Preziosi*. Agli articoli di gran marca, si aggiungono poi, in esclusiva, quelli a marchio proprio della linea *Summer Forever*. “Grazie al fatto di poter contare su un unico riferimento per i loro acquisti – precisa quindi Daniele Carducci, di Sacar – e grazie all'offerta articolata e allettante, molti clienti che non trattavano il giocattolo hanno inserito in assortimento anche questa categoria”.

Dal negozio tradizionale all'e-commerce

La collaborazione riguarda in generale tutta l'area servizi, privilegiando le rispettive, specifiche competenze. È Scipioni ad esempio a occuparsi delle consegne di cartoleria, ed è Sacar a effettuare quelle del giocattolo. Il magazzino generale di Sacar, in ogni caso, è sempre pronto a fronteggiare eventuali rotture di stock del cash&carry con consegne entro le 24 ore.

È stato attivato inoltre un comune canale di comunicazione con i clienti, presidiato da una rete di dodici agenti che promuovono le novità sia in modo tradizionale sia attraverso un'attività di mailing. “In questa prima fase – chiarisce Scipioni – ci sta aiutando molto il passa-parola, ovvero il ritorno pubblicitario che otteniamo da clienti soddisfatti del nostro servizio. Ma sia come Scipioni sia come Sacar siamo presenti anche

nell'e-commerce, attraverso cui abbiamo registrato un flusso di 90mila ordini. Anche Toy's Island, quindi, sarà a breve dotato di un canale on line”. Al di là delle politiche di canale, tuttavia, è l'assortimento a determinare in larga misura il successo di un punto vendita. E le due categorie di punta di Scipioni e Sacar – rispettivamente la scuola e l'estivo – presidiano due diversi momenti dell'anno integrando ognuno i momenti di debolezza dell'altro. “Puntando su questa sinergia fra le due aziende – afferma dunque Carducci – entrambe possono puntare a un raddoppio delle referenze fin qui distribuite”.

L'impegno e la forza del Gruppo

Alle spalle dei due protagonisti si colloca comunque, con la forza dei suoi numeri e della sua politica, il Gruppo Top Quality. Le linee a marchio proprio rappresentano per entrambi un successo permanente, e un particolare consenso è stato ottenuto quest'anno dal nuovo espositore in legno per la cartoleria.

“Ma il vantaggio principale offerto dal Gruppo – conclude Carducci – è quello di offrire agli associati una certa sicurezza, e soprattutto un'area in cui potersi confrontare sulle problematiche del mercato attuale. Su questo fronte s'impegnano il nostro Presidente **Pietro Clerici** e il nostro Socio e Coordinatore **Orlando Germano**. Nel tempo, inoltre, abbiamo avuto modo di conoscere bene tutti i soci, e in ognuno di essi abbiamo trovato qualcosa da imparare. È questo il primo vantaggio di essere in un Gruppo, un vantaggio sicuramente più importante del beneficio economico legato alle strategie adottate sul piano commerciale”. □