



TOP Quality

catalogo  
scuola

2013

## UN DIALOGO COSTANTE CON IL CONSUMATORE

Comunicare apertamente con l'utente finale è la chiave di volta per poter conoscere davvero i gusti e le esigenze delle persone a cui i prodotti in assortimento sono destinati. Un processo ben noto a Top Quality che sin dalla sua nascita, nel 1996, ha sempre dato enorme rilievo al rapporto diretto con il proprio rivenditore cercando di arrivare, attraverso quest'ultimo, sino al consumatore finale.

Un dialogo proficuo e gestito sempre al meglio, che nel tempo si è cercato di tradurre in business sia per il distributore che per il proprio cliente partner.

"I social network – spiega Clerici – sono senz'altro un facile spazio di interazione con il Cliente, un modo rapido e diretto per tenerli sempre aggiornati sulle nostre novità ma soprattutto per avere un primo riscontro sulle loro preferenze, grazie al feedback reso possibile da questi nuovi canali di comunicazione".

Attualmente il Gruppo è presente anche su Facebook con una pagina dedicata, curata giorno per giorno e in tempo reale dalla Segreteria. E sempre sul fronte del world wide web, grande considerazione viene riservata anche al sito istituzionale [www.gruppotopquality.it](http://www.gruppotopquality.it), aggiornato e reso sempre più fruibile, con sezioni che presentano l'attività del Gruppo a 360°.

"Il sito web – conclude Clerici – può e deve fungere quale vetrina ufficiale per la presentazione dei nostri prodotti e della nostra realtà aziendale, ma è solo affiancando a questo il forte potenziale comunicativo dei social network che è possibile avviare un dialogo continuo, con il Cliente potenziale e acquisito, rinforzando i legami già consolidati e agganciando nuovi possibili fruitori".



Pietro Clerici

# TOP QUALITY, PIANIFICAZIONE IN TEMPO REALE

Grazie all'approfondita conoscenza del mercato e del consumatore moderno, Top Quality si propone come un prezioso e autentico partner dei Retailer, offrendo servizio, consulenza e massima efficienza

### TOP QUALITY: I SOCI

- **Alessandri Srl** - Parma
- **Bocci Carta di Bocci Massimo** - Cuneo
- **Cauduro Maurizio Srl** - Treviso
- **Cavallaro Pino Srl** - Rovigo
- **Di-Cart Snc** - Agrigento
- **Fratelli Bazzocchi Srl** - Forlì
- **Fratelli Clerici SpA** - Como
- **German Cart Srl** - Salerno
- **La Cartotecnica Pavese Srl** - Pavia
- **Maruelli G & C Sas** - Torino
- **Medicart Srl** - Messina
- **Sacar Sas** - Livorno
- **Scipioni Srl** - Roma

TOP Quality

**N**ell'attuale scenario economico è facile scorgere due possibili approcci: subire passivamente il momento avverso o sfruttare le attuali difficoltà congiunturali quali occasioni di slancio, mirando, attraverso le stesse, al recupero della propria centralità".

Con queste parole, **Pietro Clerici**, Presidente di **Top Quality**, riassume, in un'intervista rilasciata alla Redazione di **COMMERCIO Cartoleria & Cancelleria**, il segreto del successo del Gruppo: un approccio determinato a cogliere gli elementi positivi in ogni situazione. "Una filosofia – ci tiene a precisare Clerici – che anche il cartolaio può cercare di far sua, se solo volesse proporsi come valido interlocutore del nuovo modello di consumatore". L'informazione propagata dai mezzi di comunicazione in maniera massiva e ripetitiva ha creato nel tempo un consumatore "distratto" e incline all'acquisto d'impulso promosso dal messaggio più impattante.

"L'attuale scarsità di liquidità e la conseguente ristrettezza economica – spiega Clerici – stanno riconsegnando al mercato un consumatore più oculato, cauto ed esigente nell'acquisto: un fruitore più vigile, attento alla convenienza e incline a una forma

d'acquisto last minute. Ecco quindi la nuova mission del Cartolaio: proporsi come esaustivo interlocutore di questa nuova Clientela. Alta professionalità, rapporto diretto con il Cliente e ampia offerta di prodotti di qualità a giusto prezzo sono le carte vincenti di questa preziosa figura per il nostro settore”.

In tale prospettiva, il ruolo primario del Grossista diventa pertanto quello di incentivare e sostenere la rivitalizzazione del suo Retailer, facendosi supporto continuo e sicuro, sia con una logistica celere e certa, sia con la qualità e la convenienza della propria offerta merceologica.

“Questo approccio di servizio-consulenza al Cartolaio – precisa Clerici – è quello che cerchiamo di fare nostro all'interno del Gruppo Top Quality, attraverso una politica mirata alle migliori condizioni di acquisto e al costante confronto professionale”. La continua ricerca e offerta di prodotti esclusivi mira, nell'ottica del Gruppo, a creare un valore aggiunto al negoziante, consentendogli la massima differenziazione rispetto all'offerta proposta dal Mass Market.

“La caratteristica peculiare dei nostri Associati – prosegue Clerici – vuole essere l'unanime filosofia del proporsi non come mero anello della filiera, ma quale punto di riferimento per il Cartolaio. Il mercato schizofrenico, fatto di continui momenti di emergenza, rende l'efficienza del Grossista la chiave di volta per poter fronteggiare ritmi frenetici e imprevisi che sono ormai una costante della nostra quotidianità. In buona sostanza: pianificazione in tempo reale”.

### Un altro anno in crescita

La notevole determinazione di Top Quality ha consentito al Gruppo non solo di mantenere invariato il volume d'affari, ma anche di registrare un trend in crescita. “I numeri – afferma il Presidente – confermano ciò in cui abbiamo sempre creduto: è nei momenti di crisi che bisogna sperimentarsi, per avanzare senza cedere mai il passo al timore dell'insuccesso”.

Lentusiasmo e il dinamismo della Società, che sarà presentata a **Big Buyer 2013**, uniti ad azioni mirate di sviluppo commerciale e a investimenti in specifiche professionalità, sono gli elementi fondamentali che, sinergicamente correlati, hanno determinato l'elevata efficienza di Top Quality.

“Nei prossimi anni – anticipa Clerici alla nostra Redazione – intendiamo confermare e continuare a sperimentare quelle che si sono rivelate le carte vincenti del 2013. In particolar modo, sarà incessante il lavoro di coordinamento svolto dalla segreteria centralizzata, cabina di regia indispensabile per la gestione e l'armonizzazione delle numerose e intense partnership del Gruppo, nazionali ed estere”.

La Società, inoltre, continuerà a puntare su comunicazione e marketing, sfruttando al meglio il rilancio che la collaborazione con il nuovo Ufficio Marketing ha messo in atto nel 2013, con iniziative promozionali già in fieri e importanti novità nell'assortimento e nel restyling della private label.

“Partendo dal clamoroso successo ottenuto dalla nostra linea Coloreassortito, di cui nell'anno in corso abbiamo ampliato ulteriormente la gamma, saremo presto sul mercato con altre novità, non solo in versione Limited Edition ma anche con collezioni permanenti. Novità commerciali alle quali seguiranno correlate attività promozionali”, racconta Clerici. Il rapporto con la marca industriale, invece, secondo Top Quality deve essere adeguato



alla situazione attuale. “Quello che chiediamo ai nostri Fornitori partner – afferma Clerici – è maggior servizio ed elasticità commerciale: qualsiasi forma di rigidità rischia di estromettere qualunque Operatore dal mercato. Anche il Fornitore dovrà adeguarsi a uno scenario sempre più veloce”.

Tra le iniziative per il prossimo anno, rimane sempre aperta l'eventualità di nuove associazioni. “Siamo sempre ricettivi – spiega Clerici – all'eventualità di nuovi possibili Associati che siano pronti a sposare la nostra filosofia commerciale, con particolare attenzione per le aree ancora scoperte. Un eventuale nuovo ingresso sarebbe, non solo un'espansione societaria, ma soprattutto un'ulteriore possibilità di crescita, confronto e arricchimento professionale e umano”. Massima serietà e spirito di gruppo rimangono da sempre i principali requisiti richiesti a potenziali nuovi membri di Top Quality. □