



Soddisfazione del cliente, varietà dell'offerta e qualità del servizio sono i driver per lo sviluppo del business targato Di-Cart, il grossista siciliano che in quasi tre decenni di attività ha fatto leva su politiche distributive premianti e collezionato tanti successi



Calogero Lacola, Lillo Castrogiovanni, Domenico Monterosso

TOP QUALITY PRESENTA DI-CART, UN GROSSISTA IN ESPANSIONE



IL TRIS VINCENTE

Un magazzino, un Cash & Carry e una cartolibreria. Sono queste le tre strutture distributive gestite da Di-Cart. Il magazzino ha una superficie di 700 mq e rappresenta il "cuore" dell'attività dell'Azienda. Si sviluppa invece su 1.200 mq il moderno Cash & Carry, una formula commerciale molto apprezzata dalla clientela. E dal 1987 Di-Cart è presente anche nel corso principale di Canicattì con una cartolibreria, specializzata nella vendita di prodotti per la scuola e di testi scolastici.

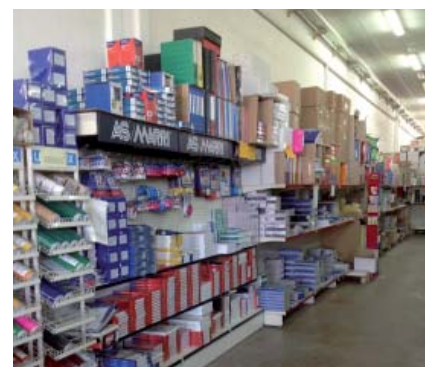
Era il 1984 quando a Canicattì, in provincia di Agrigento, nasceva **Di-Cart**, una dinamica realtà imprenditoriale specializzata nella distribuzione di item del settore Cartoleria, Cancelleria, Ufficio. Da sempre, l'Azienda associata al Gruppo **Top Quality** ha operato sul mercato con tanta passione, mettendo in campo validi progetti di sviluppo. Insieme al Signor **Lillo Castrogiovanni**, uno dei Titolari, abbiamo tracciato un quadro dettagliato delle strategie di oggi e di domani della Società, pronta a diversificare e arricchire il suo già ampio assortimento.

A livello organizzativo e distributivo come è strutturata Di-Cart?

L'Azienda è guidata da tre Soci: il sottoscritto, Amministratore e Responsabile Acquisti; **Calogero Lacola**, Coordinatore delle attività di magazzino; e il Direttore Vendite **Domenico Monterosso**. Avevamo poco più di 20 anni quando, dopo aver maturato un'esperienza significativa nel canale Ingrosso, abbiamo deciso di dare vita a Di-Cart, che oggi è arrivata a contare 10 validi collaboratori, tra magazzinieri, impiegati, Agenti e commessi. Quotidianamente, con la nostra attività presidiamo il centro e la fascia costiera sud della Sicilia e ci rivolgiamo a un bacino d'utenza di circa 1 milione di abitanti. La nostra clientela è costituita per oltre il 90% da Cartolibrerie e Dettaglio Tradizionale. A questi si aggiunge la Grande Distribuzione Organizzata locale. Sul fronte della logistica siamo in grado di effettuare con mezzi propri gran parte delle consegne, circa l'85%. Per il resto ci avvaliamo di un rapido ed efficiente servizio di spedizioni. I nostri Agenti di zona, inoltre, supportano le attività distributive, facendosi carico degli approvvigionamenti giornalieri di ridotti quantitativi di merce.

Come state performando nel 2013?

Nell'anno in corso stiamo registrando un trend interessante e in linea con il 2012, che abbiamo chiuso con giro d'affari complessivo di quasi 3 milioni di euro. Tra le merceologie trattate più di una sta performando particolarmente bene. Mi riferisco al biglietto augurale – un "classico" che non passa mai di moda – e al gadget per il target baby. E meritano una nota a parte i sell out degli articoli per Scrittura firmati dai big player e delle referenze Ufficio "usa e getta", come le cartelline. Parlando invece di fenomeni consumer, nel 2013 rileviamo un rafforzamento di un mood che ha iniziato a prendere piede negli ultimi anni e che vede bambini e teenager più propensi a spendere per acquistare articoli e accessori di Information Technology invece di referenze "voluttuo-



se” di cartoleria, come possono essere il temperino o la gomma dalle forme originali e con colori stravaganti. Per arginare questo trend, a mio avviso, sarebbe molto utile l'intervento diretto dei docenti della scuola primaria e secondaria, che potrebbero fornire maggiori input agli alunni per incentivarli a entrare in Cartoleria.

Quali sono i programmi futuri di Di-Cart?

L'innovazione e la politica di espansione fanno parte del nostro DNA e continueremo a investire su questi fronti. In assortimento siamo intenzionati a introdurre nuove merceologie, come il giocattolo didattico, prodotto in Italia e a norma CE. È infatti nostra convinzione che le proposte ludiche abbiano ottime possibilità di sviluppo in Cartoleria. Nel medio-lungo periodo vogliamo mantenere solidi rapporti di cooperazione con i Fornitori partner e i Clienti e mettere a punto efficaci attività di marketing e comunicazione, veicolate attraverso il sito web, la stampa locale – soprattutto in occasione delle campagne di vendita più importanti dell'anno – e alla realizzazione di volantini.

Di-Cart è Socio di Top Quality: quali sono i vantaggi della collaborazione?

Il nostro ingresso nel Gruppo risale al 2008. Da allora i benefici che abbiamo tratto da questa scelta sono stati veramente tanti e hanno interessato diversi ambiti della nostra attività. Dal punto di vista della crescita professionale e umana abbiamo la possibilità di confrontarci apertamente e con la massima trasparenza con altri Professionisti del settore. Prima che un Gruppo di Grossisti siamo un gruppo di amici appassionati del proprio lavoro. L'appartenenza a Top Quality si traduce anche in significative riduzioni di prezzo sugli approvvigionamenti dei Fornitori di primo livello con cui lavoriamo. Riduzioni che trasmettiamo prontamente alla nostra clientela. Senza contare i vantaggi delle campagne marketing predisposte da Top Quality e il valore aggiunto, in termini di esclusività, che le private label Top Quality assicurano alla nostra offerta. Basti pensare al successo riscontrato dalla nuova gamma Limited Edition firmata Coloreassortito e ai simpatici gadget abbinati, che hanno subito catturato l'attenzione del parco clienti. Un'appartenenza che ci consente d'essere sempre presenti presso i nostri clienti con prodotti di qualità, costantemente migliorati e ampliati nel loro assortimento. Un'ultima novità, non per ordine di importanza, è il nuovo catalogo generale Top Quality, in distribuzione proprio in questi giorni; un imprescindibile strumento di vendita che racchiude tutta la qualità e la praticità dei prodotti Top Quality. □

IL GRUPPO TOP QUALITY

Fornire ai clienti – per la maggior parte punti vendita al dettaglio selezionati – servizi commerciali e di marketing proficui ed esclusivi è mission dichiarata di Top Quality che da quando è nato – nel 1996 – a oggi, ne ha fatta veramente tanta di strada, arrivando a contare 13 Associazioni operativi in tutta la Penisola.

- 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

