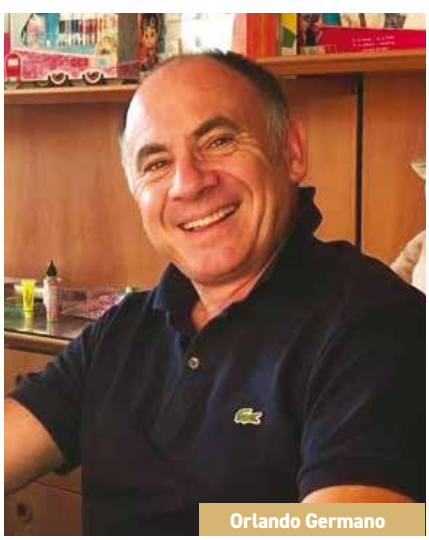
a cura di Roberta Fedeli

TOP QUALITY CARTA D'IDENTITÀ	
Anno di fondazione	**1996**
Sede	**Via Wenner 22, Salerno**
Presidente	**Pietro Clerici**
Coordinatore Generale	**Orlando Germano**
Segretaria/Marketing	**Manuela Branco**
Acquisti/Amministrazione	**Tiziana Formisano**
Aziende Associate	**13**
Copertura territorio	**Nazionale**
Canali serviti	**Cartolerie e tabaccherie**
Agenti totali	**circa 90**
Fornitori convenzionati	**85**
Volume d'affari complessivo	**71 milioni di €**
Cataloghi	**Generale prodotti a marchio, Maxi e quaderni, Scuola, Natale, Ufficio**
Prodotti a marchio	**830 referenze tra prodotti a marchio Top Quality, Coloreassortito, Task, Quadra, Pix, Walky, nuovi prodotti a marchio ColorXYou**
Sito web	**www.gruppotopquality.it**
Presenza Social	**Facebook, Instagram**

TOP QUALITY, L'UNIONE PRODUCE EFFICIENZA E COMPETITIVITÀ

Il Gruppo Top Quality, sempre alla ricerca delle migliori modalità per supportare i propri Soci, punta tutto sulla condivisione delle informazioni e sulla collaborazione operativa


Orlando Germano

La combinazione di competenze e professionalità eccellenti rende il **Gruppo Top Quality** una realtà forte ed in continua evoluzione, in grado di rendere i propri Associati altamente concorrenziali. Il Coordinatore Generale, **Orlando Germano**, spiega quali sono i punti di forza della "squadra", le sue peculiarità gestionali, le iniziative online e offline riservate ai Soci e le nuove tendenze assortimentali, anche per quanto concerne la private label.

Dal 1996 ad oggi, quali sono i driver che hanno determinato il successo del vostro Gruppo?
Ciò che ha reso Top Quality un gruppo vincente è sicuramente la coesione tra i suoi membri, e ciò sia sul piano professionale sia a livello umano. Prima di essere imprenditori siamo persone, che, pur provenendo da contesti geografici e aziendali differenti, hanno sempre cercato di condividere idee, iniziative e progetti di crescita. L'unione ci ha consentito di considerare punti di vista diversi e variegati sul mondo della Cartoleria, mantenendoci sempre al passo con un Settore in continua evoluzione. Un altro nostro pillar strategico è l'insieme delle solide relazioni con i Fornitori che abbiamo saputo costruire nel tempo.

Rispetto ai mutamenti dei consumi, come si è evoluta la vostra proposta?
Sicuramente riscontriamo l'avanzata dei prodotti ecosostenibili: in tale ottica, abbiamo provveduto a lanciare una gamma di righe e squadre in materiale compostabile, ridurre la plastica negli imballi e scegliere fornitori partner nazionali, così da abbassare il livello di emissioni causate dai trasporti. Per quanto riguarda i nostri articoli più performanti, anche in un momento complesso come quello della pandemia, segnalerei certamente la cartotecnica Coloreassortito, che nel 2021 ha registrato una crescita davvero

L'OPINIONE DEL PRESIDENTE

"Ritengo che, all'interno della nostra filiera distributiva, la funzione dei Grossisti risulti ancora di vitale importanza – sottolinea **Pietro Clerici**, Presidente del Gruppo Top Quality – lo stoccaggio della merce e la possibilità di approvvigionare il Dettaglio con estrema tempestività rappresenta, oggi, un significativo punto di forza. Nel momento attuale, in cui soddisfare le esigenze di consegna in tempi brevi risulta estremamente complesso, l'Ingrosso può fungere da "polmone" per gli operatori del Retail. La maggiore criticità sta probabilmente nella rapidità con cui noi Grossisti riusciremo ad adeguarci ai cambiamenti repentini in atto e, dunque, ad implementare e velocizzare i nostri processi interni di ammodernamento e digitalizzazione". La partecipazione ad una compagine associativa come Top Quality costituisce un indubbio valore aggiunto. "Si tratta di un vantaggio che risiede, in primis, nelle relazioni interpersonali, nel prodotto a marchio, nella possibilità di effettuare acquisti centralizzati, nella condivisione delle informazioni, nelle importazioni, nella presenza di una logistica centralizzata – precisa Clerici – tuttavia, i criteri di ammissione di eventuali nuovi Soci sono attualmente molto selettivi. Per quanto concerne gli approvvigionamenti, la scelta dei Fornitori avviene con l'obiettivo prioritario di instaurare relazioni di partnership reciproca, andando di conseguenza a privilegiare le Aziende che palesano un atteggiamento collaborativo e che attuano politiche distributive coerenti e trasparenti. "In un'epoca in cui la comunicazione riveste un ruolo di primaria importanza – conclude Clerici – la puntualità delle informazioni scambiate tra il Fornitore e il Gruppo Top Quality è mai come oggi necessaria: affinché la partnership sia efficace e vantaggiosa per entrambe le parti, il flusso informativo deve essere sempre chiaro e tempestivo. A mio avviso, questo è un aspetto su cui occorre ancora lavorare: migliorare modalità/tempistiche e cercare di condividere in tempo reale strategie ed azioni commerciali".

Pietro Clerici

notevole, superando addirittura i livelli del periodo pre-Covid: ritengo che questo successo sia dovuto alla solida brand awareness, che spinge i Consumatori a scegliere le nostre proposte per familiarità e fiducia.

Come si stanno muovendo le private label all'interno dell'offerta complessiva?

I nostri brand ormai sono svariati: non più solo Top Quality, che resta comunque il nostro marchio istituzionale, ma un ampio ventaglio di private label, create nel corso degli anni, che identificano i diversi segmenti merceologici della nostra gamma ed ormai ci contraddistinguono agli occhi del Consumatore. I Clienti dei nostri Associati cercano i nostri prodotti a marchio, ne apprezzano la qualità, la costante ricerca d'innovazione e, ultimo ma non meno importante, il prezzo conveniente. Tutto ciò rappresenta per noi motivo di orgoglio.

Quali sono le attività che vi permettono di sostenere al meglio i vostri Associati?

Garantiamo un'assistenza a tutto tondo per quanto riguarda la vendita del prodotto a marchio ed i rapporti con i Fornitori partner. Il sottoscritto, in qualità di Coordinatore, e la nostra Segreteria, che svolge un ruolo di supporto, abbiamo cura di mantenere sempre attivo un canale di comunicazione con gli Associati. Forniamo loro tutto il materiale utile, come strumenti grafici di vendita, listini, cataloghi, ecc., con comunicazioni via e-mail e mediante un server dedicato; inoltre, utilizziamo un portale web per la gestione degli ordini dei prodotti a marchio. Senza dimenticare gli incontri periodici con tutti i Soci, che rappresentano importanti momenti di confronto, condivisione e supporto, oltre che di definizione di decisioni e progetti.

Quanto il digitale sta influendo sulle dinamiche distributive di canale?

Rappresenta senza dubbio la nuova frontiera del business. I negozi digitali non sono certo una novità, ma il loro trend è costantemente in crescita. In una realtà come la nostra, un Grossista che mette a disposizione del pubblico una piattaforma per l'e-Commerce ha modo di raggiungere un target di utenti più vasto e, al tempo stesso, di fidelizzare i propri Clienti, mettendo a loro disposizione uno strumento di approvvigionamento pratico, veloce e funzionale. □