

PROFUMERIE INDIPENDENTI UNITE SOTTO UN UNICO TETTO PER ACCEDERE A SERVIZI E VANTAGGI

# Ethos Profumerie, il consorzio che fa crescere il punto di vendita

Elena Giordano

**E**thos Profumerie è un consorzio di profumerie indipendenti che si sono organizzate e hanno unito le risorse per fornire un servizio ancora più all'avanguardia. Le inse-

1. *Approccio legato alla cura del singolo cliente*
2. *Obiettivo primario la crescita sul territorio*

gne appartenenti a Ethos Group sono "storiche": da un lato sono profondamente legate al tessuto sociale in cui operano, dall'altro, grazie alla scelta consortile, riescono a esprimere un livello d'innovazione e di sviluppo di servizi e approcci al marketing significativo. Entrando nel consorzio, ciascun punto di vendita usufruisce di una serie di vantaggi che portano miglioramenti da un punto di vista

## Le strategie di Ethos Profumerie

- Ciascun punto di vendita usufruisce di una serie di vantaggi che portano miglioramenti di pricing, semplificazione di alcuni processi commerciali e, non ultimo, la possibilità di accedere a servizi di marketing strategico centralizzato gestito da un team di professionisti
- Tra i vantaggi: unica insegna, un sistema informatico trasversale a tutti gli associati e il rispetto dell'etica
- La mission è focalizzata su servizio, assistenza e consulenza professionale offerta ai clienti

di pricing, di semplificazione di alcuni processi commerciali e, non ultimo, la possibilità di accedere a servizi di marketing strategico centralizzato che viene gestito da un team di professionisti che hanno base a Verona e che operano nell'interesse dei 136 negozi. Di questi vantaggi l'associato inizia a usufruire non appena si allinea alle esigenze consortili che prevedono la presenza dell'insegna, un sistema informatico trasversale su tutti gli associati e il rispetto dell'etica. Fra gli obiettivi più importanti del 2009 vi è l'ampliamento della presenza sul territorio: verranno selezionati un parco di potenziali nuovi associati. Entro il 2009 Ethos Profumerie punta ad arrivare a 180 punti di vendita sul territorio, garantendo una presenza ancor più capillare, specie nel centro-sud. Il fatturato 2008 ha visto una crescita a valore del +2,37% e dello 0,34% a quantità. Un risultato positivo se si considera lo scenario di mercato. Complessivamente gli addetti che lavorano per Ethos Profumerie sul territorio sono 540.



Servizio, assistenza e consulenza professionale sono i punti focali di Ethos

## LA PARTICOLARITÀ DEL SINGOLO

Ciascun punto di vendita è strutturato in modo proprio, perché Ethos Profumerie non è una catena, ma un consorzio di imprenditori radicati sul territorio, con storie professionali diverse. I punti di vendita che appartengono al consorzio annoverano mediamente una superficie di 102 mq. Al loro interno la strutturazione delle merceologie prevede un 25% a libero servizio e un 75% a servizio assistito; per quanto riguarda la ripartizione della tipologia di prodotti, mediamente il fatturato è composto da un 60% effettuato con cosmetica e make up e da un 40% realizzato con il mercato delle fragranze. I punti di vendita si trovano principalmente nel centro storico, o comunque nel centro città. Questa è la discriminante principale: la centralità ovvero la vicinanza con le principali vie dello shopping cittadino. Vi sono poi requisiti quantitativi relativi a un livello minimo di fatturato e requisiti qualitativi: il punto di

vendita deve cioè distribuire almeno 8 delle prime 15 marche della cosmesi.

## SERVIZIO E RELAZIONE

Vi è un'estrema attenzione nei confronti del servizio e della relazione con il cliente. Lo scontrino medio nel 2008 è salito a 43 euro con un +7,8% di crescita, che testimonia la volontà di ricercare, anche in un momento di crisi generalizzata, prodotti cosmetici di qualità e di alta immagine. ■

## ETHOS PROFUMERIE IN CIFRE

|        |                          |
|--------|--------------------------|
| +2,37% | la crescita 2008 vs 2007 |
| 136    | i punti di vendita       |
| 540    | gli addetti              |



• **Massima libertà al singolo imprenditore**



• **Poca uniformità nel layout**