

UN CONSORZIO CHE VANTA UN PRESIDIO TERRITORIALE NAZIONALE CAPILLARE E MULTICANALE

# In. Prof. persegue la visibilità di gruppo e adotta un'insegna comune

Laura Seguso

In. Prof. nasce a Roma nel gennaio 1986 dall'aggregazione di alcuni imprenditori che mirano a ottimizzare la produttività delle rispettive imprese, riducendo costi di approvvigiona-

1. Si pone l'obiettivo di creare linee di prodotti a marchio, nuovi format di negozio e carte di fedeltà
2. Per dare un servizio ai soci

mento e di distribuzione delle merci, e all'incremento delle vendite. L'evoluzione del mercato porta allo sviluppo di negozi al dettaglio tra cui superfici specializzate nella profumeria alcolica e tipologie "miste", negozi moderni caratterizzati da assortimenti di prodotti mass market che coniugano i principi del libero servizio con la presenza di personale di vendita qualificato. Nel 2003 In. Prof. sigla un accordo di affiliazione con Sisa, sodalizio proseguito anche dopo

lo scioglimento di Mecades e l'ingresso di Coralis. In. Prof. Servizi srl è la controllata di Consorzio In. Prof. costituita nel gennaio 2007 con la missione di erogare servizi ai soci: creazione e gestione di linee di prodotti a marchio, progettazione e realizzazione del nuovo format di negozio e insegna unici, lancio di carte di fedeltà.

## IL PRESIDIO TERRITORIALE

La base associativa di In. Prof. continua a crescere: da gennaio 2009 sono 7 le nuove ragioni sociali che hanno aderito al consorzio portando a quota 97 il totale associati. In. Prof. vanta un presidio territoriale nazionale (con le uniche eccezioni di Abruzzo e Molise, Friuli-Venezia Giulia e Valle d'Aosta) caratterizzato da una diffusione capillare oltre che dalla multicanalità (ingrosso, dettaglio specializzato "drugs" e profumerie). La distribuzione dei soci per area geografica vede una significativa concentrazione in Sicilia (25 ragioni sociali), Campania (18) e Veneto (10), cui fanno seguito Lazio e Puglia (entrambi con 9 ragioni sociali) e Lombardia (8). La rete di vendita gestita dai soci di In. Prof. consta attualmente di 816 negozi, dei quali 588 misti e i restanti 228 specializzati in toiletries. Nell'ultimo quinquennio la struttura di In. Prof. si è trasformata attraverso un



La razionalizzazione è alla base del processo di trasformazione di In. Prof.

processo di modernizzazione e razionalizzazione. Il business del consorzio ha progressivamente assunto un peso significativo a livello nazionale per i fornitori, che riconoscono alla struttura il merito di una maggiore reattività ed efficienza nelle attività di lancio di nuovi prodotti e di iniziative promozionali. Lo scenario attuale del comparto "drug" presenta un potenziale di crescita inesperto da cogliere: punto critico di In. Prof. nei confronti dell'industria è la visibilità limitata, derivante dalla disomogeneità dei negozi e delle insegne. La strategia perseguita con l'obiettivo di acquisire una maggiore visibilità si basa su tre elementi: sviluppo e lancio dei prodotti a marchio, sviluppo e adozione di un'insegna di gruppo, integrazione della comunicazione.

## IL PRODOTTO A MARCHIO

L'offerta messa a punto da In. Prof. a oltre un anno dal lancio dei prodotti a marchio, consta oggi di nove gamme per circa 200 referenze, caratterizzate da ele-

vata marginalità e da significativa capacità di uscire dallo scaffale, grazie al presidio di categorie a forte rotazione. La messa a punto di un assortimento completo, costituito da più linee a marchio di fantasia affiancati dal logo In. Prof., rappresenta uno degli step nel più ampio processo di adozione dell'immagine di gruppo, il marchio-insegna che da quest'anno contrassegnerà i nuovi negozi realizzati dai soci.

## IN. PROF. IN CIFRE

340 mio di €	il fatturato 2008
97	i soci
816	i punti di vendita



- Diffusione capillare
- Multicanalità



- Disomogeneità dei negozi e delle insegne

## Le strategie di In. Prof.

- Sviluppo e lancio delle linee a marchio per il toiletries
- Sviluppo e adozione di un'insegna coniugata per il canale toiletries
- Comunicazione specifica di canale