



Edilizia e non solo nel futuro dei multipoint

La recente acquisizione di un'importante catena di punti vendita ha rafforzato la presenza di Centroedile Milano nel mercato lombardo dei materiali da costruzione: approfondiamo l'attuale realtà di questo gruppo in espansione

Il Gruppo Centroedile è fra le più importanti realtà nazionali specializzate nella vendita di materiali per nuove costruzioni, ristrutturazioni, finiture e il fai da te: «Centroedile è una società solida - afferma l'Amministratore delegato Andrea Santini - che dal 2012 è di proprietà di un pool di imprenditori provenienti da settori diversi, portatori di una consolidata esperienza manageriale e di una gestione strategica».

Qual è la vostra filosofia?

«La qualità del servizio al cliente è un aspetto davvero fondamentale, che si concretizza in velocità delle forniture, assortimento ampio e profondo, presenza capillare sul territorio e miglior prezzo in rapporto alla qualità dei prodotti e dei servizi offerti. Investiamo molte

energie anche a livello di motivazione, formazione e aggiornamento del nostro personale».

FIDUCIA NELLA CRESCITA

Quali risultati sono stati ottenuti dal gruppo l'anno scorso?

«L'andamento delle vendite del 2020 è stato influenzato negativamente dall'emergenza pandemica, perciò non è significativo delle reali potenzialità di Centroedile. Grazie a un generale contenimento dei costi e un'attenta gestione dei margini e dei crediti commerciali, il gruppo è riuscito a compensare in parte gli effetti negativi. Tali azioni ci hanno permesso di conseguire un risultato positivo, considerando un aumento percentuale della



«L'azienda è solida e sta vivendo una fase di espansione e crescita, anche attraverso importanti acquisizioni e le potenzialità delle tecnologie digitali. Parallelamente, abbiamo messo in campo nuove iniziative mirate a incrementare la presenza e la penetrazione nel mercato, puntando sia a una chiara differenziazione dell'offerta sul territorio nazionale, sia alla promozione delle eccellenze delle Pmi italiane mediante showroom all'estero»

ANDREA SANTINI
Amministratore delegato di Centroedile

CENTROEDILE MILANO IN SINTESI

Il Gruppo Centroedile opera da oltre 40 anni nel commercio dei materiali da costruzione e delle finiture, con 17 punti vendita e 4 showroom dislocati strategicamente nella città metropolitana di Milano e nelle provincie di Como, Lecco e Monza-Brianza. Nel 2019 Centroedile Milano ha fatto registrare risultati

positivi, con un fatturato che si è attestato oltre i 38 milioni, confermando la tendenza alla crescita registrata negli anni precedenti. Nel dicembre 2020 è stata ufficializzata l'acquisizione di Spaberg, importante realtà milanese della distribuzione dei materiali edili e delle finiture per la casa, attiva dagli anni '90.

I progetti futuri sono rivolti allo sviluppo dell'attività sia all'estero, con la catena di showroom Idalia, sia in Italia, con l'apertura di nuove sedi e con l'ampliamento della gamma dei prodotti commercializzati, prestando sempre una grandissima attenzione alla cura del cliente e alla qualità del servizio offerto.



marginalità delle vendite. Con la graduale riapertura delle attività economiche e l'allentamento delle misure restrittive, confidiamo nell'ulteriore aumento della domanda e nell'incremento dei volumi del fatturato. Al termine dell'esercizio in corso, auspichiamo di raggiungere un fatturato superiore ai 50 milioni di euro».

SCENARI E POTENZIALITÀ

Quale visione del mercato dei materiali edili orienta l'azione del gruppo?

«Oggi la prima aspettativa è legata alla rapida conclusione della pandemia, affinché l'intero settore delle costruzioni possa guardare al futuro con fiducia. Solo così potremmo andare incontro ai nuovi scenari resi possibili dagli incentivi fiscali, con nuove politiche e nuove risorse, con nuovi attori e nuovi modelli operativi che entreranno in campo.

Non dimentichiamo però che interi altri settori di atti-

vità (turismo, alberghiero, ristorazione, trasporti aerei, cultura) sono stati drammaticamente colpiti dal crollo della domanda. La crescente digitalizzazione e il lavoro a casa stanno ridisegnando i modelli organizzativi specie nel terziario, ad esempio per quanto riguarda il rapporto tra superfici e numero di addetti.

Gli incentivi attivati con il Superbonus 110% hanno sulla carta potenziali enormi, ma per il 2020 hanno in realtà posticipato le attività di riqualificazione del patrimonio esistente, a causa dei tempi necessari per l'attivazione dei diversi interventi. La vera scommessa per l'anno in corso consisterà nel cosa, nel come e nel quanto di quel potenziale diventerà mercato nel 2021».

UN SALTO DI QUALITÀ

Quali potrebbero essere le possibili criticità?

«Il "meccanismo" che sta alla base degli incentivi richiede e richiederà sempre di più agli operatori dell'in-

1. La sede centrale di Centroedile ad Agrate Brianza (Milano)
2. Centroedile punta su velocità delle forniture, ampio assortimento, presenza capillare e rapporto qualità/prezzo

SPAZIO AL FAI DA TE

Con 200 metri quadrati complessivi di esposizione, metà dei quali con vetrina, e con 650 metri quadrati di piazzale coperto, per accogliere fino a 240 bancali e una comoda area parcheggio per i clienti, la filiale a insegna Creatu inaugurata nel luglio 2020 è una vera boutique specializzata nel Diy (do it yourself). La profondità delle referenze, tutte accuratamente accorpate in aree tematiche (utensili manuali, viti e chiodi, giardinaggio, elettricità,

articoli per la casa, ecc.), i numerosi servizi (duplicazione chiavi e radiocomandi, tintometria, ecc.) e la costante disponibilità di personale tecnico altamente competente offrono un servizio di prossimità particolarmente funzionale alla zona residenziale circostante. Il nuovo punto vendita propone anche prodotti ad alta rotazione in pronta consegna, per l'edilizia e le finiture, e tutti i servizi offerti in ogni filiale del gruppo.



3



4

tera filiera nuove competenze e nuove capacità operative. Dovremo fare un salto qualitativo, anche nei risultati e nella dimostrazione dei risultati, e la parte finanziaria e contrattuale attrarrà nuovi operatori. Già da parecchi mesi, a livello di gruppo, stiamo analizzando in maniera molto seria e continuativa questo nuovo scenario, in modo da organizzarci con strutture tecniche specifiche interne. Queste continue e approfondite sessioni di analisi e studio ci hanno dato l'opportunità di divenire un punto di riferimento per tanti clienti, indipendentemente che siano professionisti, clienti privati od imprese.

In sintesi, prevediamo un 2021 complesso ma che, se ben interpretato e affrontato con la mentalità e la struttura corretta, potrà essere ricco di opportunità e soddisfazioni».

INSEGNE SPECIALIZZATE

Quali sono le più recenti iniziative di maggiore successo realizzate dal gruppo?

«Centroedile sta vivendo una fase di espansione e di crescita: le nuove iniziative sono numerose, sono rivolte a più fronti (nazionale e internazionale) e siamo contenti e orgogliosi di poter affermare che si stanno tutte dimostrando efficaci e di successo.

Nell'ambito dell'offerta al mercato italiano, nel 2019 abbiamo acquistato Caracalla, storico negozio di design per il bagno con sede nel cuore di Milano, mentre nel 2020 abbiamo deciso di riorganizzare la nostra proposta commerciale secondo delle vere e proprie divisioni specializzate, distinguendo perciò tra:

- la proposta di materiali e servizi edili rivolta alle imprese di costruzione, sotto l'insegna "Centroedile Milano";
- le attività dedicate al mondo delle finiture e agli studi di architettura, chiamate "Centroedile Home";
- i prodotti e i servizi per il bricolage e il fai da te, accomunate da "Centroedile Creatu".

Proprio nell'estate 2020 abbiamo inaugurato un nuovo punto vendita Creatu, che ha subito avuto un riscontro estremamente positivo da parte del pubblico e che, nonostante il periodo difficile per via delle limitazioni di vendita, ci sta dando grandi soddisfazioni.

Lo scorso autunno abbiamo reso operativa una nuova Centroedile App dedicata agli acquisti da remoto, che semplifica e velocizza le operazioni online, per offrire un ulteriore servizio ai nostri clienti particolarmente utile in questo periodo di mobilità limitata.

Infine, nel dicembre 2020 abbiamo concretizzato l'ac-



3. Nel novembre 2020 è stato inaugurato il nuovo punto vendita con insegna Creatu, il format dedicato ai fai da te

4. Motivazione, formazione e aggiornamento del nostro personale sono un aspetto fondamentale della strategia aziendale

5. L'ingresso al nuovo showroom Idalia a San Paolo, prima tappa del progetto di internazionalizzazione

6. Idalia promuove le Pmi italiane d'eccellenza nel settore della produzione delle finiture e dell'arredo per la casa

7. Centroedile App mette a disposizione dei clienti business un comodo strumento online da usare tramite smartphone

8. Gli showroom con insegna Centroedile Home sono dedicati al mondo delle finiture e agli studi di architettura

quisizione di Spaberg Spa, aggiungendo così altri 3 punti vendita al nostro gruppo, tutti nell'area della città metropolitana di Milano che, per noi, rappresenta una zona assolutamente strategica».

LOCALE E GLOBALE

A quali strategie e a quali obiettivi state lavorando?

«In Italia desideriamo rafforzare sempre più la nostra leadership, partendo dalle Lombardia per estendere progressivamente la nostra presenza. La recente acquisizione di Spaberg si inserisce in questa strategia e sicuramente non smetteremo di cercare e valutare altre opportunità di mercato.

Sul fronte estero, il nostro obiettivo è promuovere nel mondo i migliori prodotti italiani, nel segmento delle

finiture e del design. Il design italiano è riconosciuto a livello globale come il punto di riferimento nei settori dell'alta moda, del buon gusto e del lusso.

Il progetto Idalia, che abbiamo inaugurato a marzo 2020 con l'apertura del nostro primo showroom in Brasile, nasce proprio dalla volontà di farci promotori dell'eccellenza del "Made in Italy" nell'ambito delle finiture di pregio e di lusso. Vogliamo perciò diventare uno dei player di riferimento nella promozione all'estero delle piccole e medie imprese italiane del settore. Stiamo già da tempo valutando aperture anche in altri paesi. Lo sviluppo è stato purtroppo rallentato dalla pandemia in corso, ma siamo assolutamente fiduciosi di poter riprendere al più presto il nostro progetto di espansione internazionale».◆