



Andrea Naggi.



Marco Mattanza.

CDU RADDOPPIA E CONSOLIDA UN FATTURATO DA 220 MILIONI DI EURO

Nuovo direttore generale alla guida di CDU Spa e nuovo coordinatore nel Consorzio Distribuzione Utensili, una duplice realtà sempre più consolidata e in crescita nel mercato italiano.

ALESSANDRA FRASCHINI

alessandra.fraschini@epesrl.it

Il gruppo CDU nasce con una configurazione consorziale nel 1992 grazie all'intuizione di 5 imprenditori nella rivendita di utensileria principalmente rivolti al mercato specialistico. Partendo dal principio che "l'unione fa la forza" nell'arco di breve tempo si sono aggregati altri 20 associati che, con pochissime variazioni, sono rimasti fino ad oggi creando, in questi 31 anni di attività, un gruppo molto coeso. CDU si rivolge sia al mercato specialistico sia a quello generico del mondo dell'utensileria con un fatturato totale che supera i 220 milioni di euro e copre tutta l'Italia. Nel 1994 nasce CDU Spa con l'obiettivo di allargare il business

anche a soggetti diversi e con modalità differenti rispetto al Consorzio e di conseguenza nasce l'esigenza di disporre di un magazzino proprio e fatturazioni dirette, con ordini centralizzati. Il costante miglioramento della distribuzione territoriale e la competenza tecnico commerciale (che i clienti degli associati riconoscono) rappresentano un grande motivo d'orgoglio per il gruppo.

Abbiamo incontrato i nuovi vertici del Consorzio, Andrea Naggi, direttore generale di CDU Spa e Marco Mattanza, coordinatore del Consorzio Distributori Utensili, per approfondire strategie e progetti di sviluppo nel mercato.

Complimenti per la vostra nomina, come saranno suddivisi ruoli e attività?

Andrea Naggi - Nel 2022 si è deciso di modificare ulteriormente gli statuti del Consorzio e del CDU Spa, creando due società nettamente distinte e con obiettivi diversi. Entrando nel dettaglio, il Centro Distribuzione Utensili Spa gestisce direttamente il catalogo CDU (2.000 pagine, 10 capitoli per oltre 30.000 articoli), il magazzino (con un fatturato 2022 di oltre 16 milioni di euro) ed i marchi privati (i brand TKN, Format, TKN Chem, TKN Mag-Line e Performa).

Marco Mattanza - Il Consorzio Distributori Utensili invece gestisce i consorziati attivi, si occupa della ricerca di nuovi consorziati e gestisce tutti gli accordi quadro con i fornitori partner.

Su quali strategie vi state concentrando nei primi mesi di incarico?

Andrea Naggi - Il termine strategia riporta ad un piano d'azione di lungo termine usato per impostare e coordinare azioni al fine di raggiungere un obiettivo

predeterminato. In questi primi mesi, il piano d'azione che ho definito contempla alcune attività: la conoscenza degli associati per comprenderne le esigenze e le priorità al fine di sviluppare al meglio il Centro Distribuzione con il suo magazzino; la conoscenza del catalogo, delle sue famiglie di prodotti e del mercato di riferimento coinvolto; l'organizzazione della Convention Nazionale che raggrupperà tutta la forza vendita di tutti gli associati per la presentazione del catalogo 2023-25.

Marco Mattanza - Come coordinatore mi sono concentrato principalmente sulla visita e conoscenza degli attuali associati, sulla definizione e chiusura dei contratti quadri con i fornitori e sulla visita di alcuni fornitori strategici. Il passo successivo a cui mi dedicherò è la conoscenza e l'analisi delle zone per valutare nuove aziende da contattare e inserire nel Consorzio.

CDU oggi, quale identità di gruppo rappresenta?

La "Forza" è sicuramente l'identità di gruppo che meglio ci rappresenta poiché quando l'identità personale è costruita soprattutto nei termini dell'appartenenza ad un gruppo, questo diventa una "Forza" unica nel suo genere. Il CDU ha la filosofia di un gruppo all'avanguardia, capace di esprimere un'elevata professionalità e di tradurla in vantaggi competitivi sul mercato.

Quale è la vostra mission e quali sono i vostri valori aziendali?

Andrea Naggi - La nostra mission si può sintetizzare nel portare

>>>



CDU CENTRO DISTRIBUZIONE UTENSILI SPA

Sede: **Via delle Gerole, 19 - 20867 Caponago (MB)**

Fatturato: **16 milioni di euro**

Associati: **23**

Dipendenti: **15**

Merceologie: **utensili da taglio e attrezzature per macchine utensili, strumenti di misura, abrasivi, utensili manuali, attrezzature per officina, utensili elettrici, antinfortunistica, saldatura e chimici, arredamento industriale.**

Referenze: **+ di 30.000 a catalogo**

Sito: **www.cdu.net**

CONSORZIO DISTRIBUTORI UTENSILI

Sede: **Via delle Gerole, 19 - 20867 Caponago (MB)**

Fatturato: **17 milioni di euro (generato dagli acquisti fatti tramite accordi quadro)**

Consortiati: **25**

Dipendenti: **3**

Merceologie: **utensili da taglio e attrezzature per macchine utensili, strumenti di misura, abrasivi, utensili manuali, attrezzature per officina, utensili elettrici, antinfortunistica, saldatura e chimici, arredamento industriale.**

Referenze: **+ di 120 fornitori qualificati e con accordo quadro**

Sito: **www.conorzio-utensili.net**



Nel 2022 si sono create due società con obiettivi distinti. Il Centro Distribuzione Utensili Spa gestisce il catalogo CDU, il magazzino e i marchi privati. Il Consorzio Distributori Utensili invece gestisce i consorziati attivi, si occupa della ricerca di nuovi consorziati e gestisce tutti gli accordi quadro con i fornitori partner.



Lo sviluppo dei prodotti a marchio privato CDU è guidato dalla ricerca di prestazioni affidabili, innovazione, attenzione alla sicurezza, alla tutela dell'ambiente e al giusto rapporto qualità prezzo.

| | |
|-------------------------|--------------------|
| Utensili da taglio | TKn |
| Prodotti chimici | TKnCHEM |
| Arredamento industriale | TKnMAG-LINE |
| Abrasivi | EVERGREEN |
| Lubrorefrigeranti | Xforma |

Il CDU nel prossimo biennio avrà come strategia primaria lo sviluppo dell'offerta del catalogo principalmente con articoli a marchio privato che rappresentino la qualità ed un servizio sempre maggiore nei confronti dei propri soci.

innovazione, servizio e novità nel mercato. Tra i valori aziendali si distingue: serietà, etica e professionalità che, a mio giudizio, contraddistinguono da sempre i valori del CDU.

Marco Mattanza - La mission del Consorzio consiste nel garantire i servizi atti a supportare e promuovere lo sviluppo dei consorziati. Tutti i consorziati perseguono una politica commerciale di prim'ordine, garantendo la copertura capillare della propria area geografica, senza sovrapposizioni, assicurando un'ampiezza di gamma in grado di soddisfare diversi settori merceologici, proponendo tipologie di prodotti affini.

Come è strutturata oggi la vostra attività?

Andrea Naggi - Il Centro Distribuzione Utensili ha la missione di far crescere i marchi privati di appartenenza (con prodotti di qualità sempre mag-

giore), gestire il magazzino (per un servizio che deve migliorarsi sempre sia in termini di disponibilità che tempistica di consegna) ed aggiornare, oltre che sviluppare, il catalogo che rappresenta la carta di identità del CDU. Oggi la sede si trova a Caponago (MB) dove ci sono gli uffici ed il magazzino che complessivamente occupano 15 persone per 16 milioni di fatturato in costante crescita.

Marco Mattanza - Il consorzio, come detto precedentemente, si occupa del rinnovo di tutti gli accordi commerciali, di trovare nuovi fornitori ad ampio spettro, di fornire servizi per i consorziati e, non ultimo, di aumentare il numero dei consorziati in maniera importante. Il Consorzio investe in numerosi progetti di ricerca e innovazione capaci di accelerare la produzione di conoscenze e lo sviluppo economico. Particolare attenzione è dedicata alla ricerca e alla con-

divisione di informazioni sia internamente, fra i consorziati, sia esternamente verso clienti e fornitori. Innovazione e ricerca rappresentano due fattori sempre più importanti per lo sviluppo di qualsiasi azienda e richiedono significativi investimenti di energie e capitali. Investimenti che soltanto un consorzio come il nostro è in grado di ottimizzare.

Su quali segmenti merceologici puntate principalmente?

Sia il Consorzio sia il Centro, proprio per la natura dei propri consorziati e soci, sono presenti nell'utensileria specialistica del taglio, nella metrologia ed in quella generalista (manuale ed elettrica). La possibilità di seguire settori merceologici così eterogenei e indirizzati verso l'innovazione e i servizi ci permette di essere in continua evoluzione e sviluppo.

Il vostro Catalogo CDU quale ruolo ha nella vostra proposta commerciale?

Il catalogo CDU è il CDU, è il principio fondante e sul quale si basano tutti i soci poiché è la nostra proposta commerciale.

Quali sinergie operate tra gli associati?

Andrea Naggi - Esistono azioni commerciali (promo) che trasversalmente vanno a vantaggio di tutti gli associati che, sfruttando queste sinergie, possono crescere molto più che come singole società. Le sinergie si manifestano poi anche in altre situazioni come lo scambio di informazioni, il confronto di opinioni e l'esperienza sul mercato che essendo sempre diversa per ognuno dei soci aiuta l'arricchimento generale.

Marco Mattanza - Alla base della strategia di comunicazione c'è un atteggiamento mentale e culturale aperto e positivo, che fa-

>>>



La logistica ed il magazzino di CDU sono in continuo sviluppo: la società ha inserito nel 2022 la radio frequenza e ha nei suoi piani espansivi l'ampliamento del magazzino con una sempre maggiore automazione per migliorare ancora il servizio. Oggi gestiamo oltre 11.000 referenze a stock con tempi di consegna di max 24-48 ore.

vorisce la diffusione delle conoscenze provenienti dai singoli consorziati o dal centro ricerca del Consorzio. I corsi di management e quelli per la forza vendita garantiscono un costante aggiornamento e sono indispensabili per offrire un servizio di qualità superiore. La divisione Marketing del Consorzio ha il compito di sollecitare i fornitori, mettendo in evidenza le necessità del mercato, e quello di trasferire con tempestività a tutti gli associati il bagaglio di esperienza che deriva dalle fasi di ricerca e sviluppo.

Logistica e magazzino rientrano nei vostri progetti di evoluzione?

Andrea Naggi - La logistica ed il magazzino per qualsiasi società sono settori in continuo sviluppo (come la realizzazione dei magazzini verticali ad esempio) ed il CDU è una società molto attenta a questo settore, ha inserito nell'anno appena concluso la radio frequenza per la gestione del magazzino e ha nei suoi piani espansivi l'ampliamento del magazzino stesso con una sempre maggiore automazione



per migliorare sempre più il servizio. Oggi gestiamo oltre 11.000 referenze a stock con tempi di consegna di 24 max 48 ore.

Quali saranno le vostre strategie primarie nel prossimo biennio?

Andrea Naggi - Il CDU nel prossimo biennio avrà come strategia primaria lo sviluppo dell'offerta del catalogo principalmente con articoli a marchio privato che rappresentino la qualità ed un servizio sempre maggiore nei confronti dei propri soci.

Marco Mattanza - Il prossimo biennio vedrà un impegno da

parte del Consorzio nell'aumentare i consorziati per arrivare a raddoppiarne il numero. Inoltre, si dovrà continuare ad offrire sempre maggiori servizi e nuovi accordi quadri con fornitori di grande interesse sul mercato.

A vostro giudizio quali sono le esigenze primarie del mercato e della distribuzione oggi?

Andrea Naggi - Oltre a velocità e qualità del servizio, importante è anche la gamma di prodotti offerti che deve offrire una copertura completa delle necessità ai soci oltre che riuscire a pre-

>>>

vedere future richieste del mercato stesso.

Marco Mattanza - In un mercato in rapida trasformazione, con l'arrivo in Italia di player internazionali, con le aggregazioni e acquisizioni da parte di realtà italiane, la velocità e la qualità del servizio sono e diventeranno sempre più determinanti per la qualifica di fornitore qualificato da parte del mercato.

Quali servizi offrite attraverso i vostri associati alla clientela?

Andrea Naggi - I servizi che of-

frono i soci CDU alla propria clientela sono molteplici e legati in particolare ai diversi settori merceologici di appartenenza sempre avendo come "must aziendale" la qualità.

Marco Mattanza - Il Consorzio, attraverso i suoi consorziati, offre molteplici servizi ai suoi clienti finali. Primo fra tutti la scelta di fornitori di alta qualità, affidabili e duraturi. Si pone inoltre come un valido e qualificato consulente tecnico e commerciale in grado di offrire il prodotto, la soluzione, la sinergia

migliore per aiutare il proprio cliente a crescere nel proprio mercato di riferimento. Non ultimo permette al cliente finale una scelta filtrata, razionale e affidabile delle molteplici proposte che il mercato italiano e internazionale offre oggi.

Cosa pensate della vendita anche nel canale ecommerce?

Il canale ecommerce è un canale come tutti gli altri, con vantaggi e svantaggi e non lo si può ignorare perché sempre più farà parte di questo mondo. Nel nostro settore è presente, ma non in modo dominante e non credo lo sarà mai poiché nell'offerta CDU esistono molti articoli che necessitano di spiegazioni tecniche e dimostrazioni che l'ecommerce non può fornire allo stesso livello della vendita tradizionale che ha personale tecnico dedicato (come hanno tutti i soci del CDU).

Aumenti, carenza disponibilità di certi prodotti, conflitto Russia-Ucraina, caro energia. Quali sono i condizionamenti più forti rilevati nelle vostre attività? E quali i correttivi possibili?

Lei ha citato delle situazioni che sono tutte legate fra loro e non sono scindibili. Tutte insieme e parimenti hanno sicuramente condizionato il mercato, ma per qualsiasi azienda (sia produttrice sia distributrice) i condizionamenti come li ha definiti sono stati molto rilevanti e nel bene e nel male abbiamo sempre giocato con le medesime carte dei nostri competitor. I correttivi sono quelli già citati, ovvero puntare sempre più sul servizio e sulla qualità perché questo ci permette di differenziarci rispetto agli altri operatori presenti sul mercato e ci fa crescere più della concorrenza riconoscendoci quindi anche quei valori che da 31 anni contraddistinguono il CDU. ■

I consorziati di CDU



| | |
|--------------------------------|--|
| 3 ERRE | www.redaelli.it |
| B.V.F. | www.bvfutensili.it |
| BI.ERRE.DI. | www.bierredi.it |
| BINETTI MACCHINE UTENSILI | www.bimaut.com |
| C.A.M.I. | www.camibocchio.it |
| DEGA E GRAZIOLI | www.degaegrazioli.it |
| F.LLI BONO | www.bonoflli.it |
| FERROJULIA | www.ferrojulia.it |
| FIMU | www.fimuparma.it |
| G. REDAELLI | www.redaelli.it |
| GI.MA.T. | www.gimat.it |
| LA MARCA | www.lamarcagroup.it |
| LORENZ ASP UTENSILI | www.lorenzasp.it |
| LUGHESE UTENSILERIA E MACCHINE | www.lugheese.com |
| MABRO | www.mabrosrl.it |
| P. GROHE | www.groheshop.com |
| TECNOMECCANICA | - |
| TERRANOVA | www.terranoivasrl.it |
| U.M.C. | www.umc.it |
| UMAP | www.umap.it |
| UT. C. SPREAFICO | www.spreafico.it |
| UT. MODENESE | www.utensileria-modenese.com |
| UTEMAC S.r.l. | www.utemac.com |
| UTENSILDODI | www.utensildodi.com |
| UTSG | www.utsq.it |