Gruppo Alimentare Sardo, buon sangue non mente

gas-744abcff

Fizzu ’e attu, sorighe tenede (il figlio del gatto prende i topi), recita un proverbio sardo che, tradotto, significa buon sangue non mente. Un detto abbastanza diffuso che viene anche utilizzato per parlare delle abilità di imprenditori che riescono a trasmettere ai propri figli le stesse capacità di fare business. Correva l’anno 2001 quando Manuel e Giovannino Murgia - figli d’arte - sono entrati a lavorare nell’azienda di famiglia. *“Da allora molte cose sono cambiate* – racconta il padre **Vincenzo Murgia**, titolare di Gruppo Alimentare Sardo (nonché Presidente CIC) – *Innanzitutto sul fronte dell’innovazione tecnologica e informatica, com’è normale che sia quando in azienda arrivano forze più giovani”.*

Che ruolo hanno ricoperto i suoi figli appena entrati in azienda?
La mia famiglia, mio padre in primis (Giovannino Murgia che insieme al figlio Vincenzo e a un altro socio, hanno dato danno vita 50 anni fa a una piccola azienda di distribuzione di formaggi, tipici sardi e non, nel nord della Sardegna), mi ha insegnato l’importanza di un valore fondamentale che è l’umiltà. Valore che ho cercato di trasmettere anche ai miei figli. Ecco perché quando hanno deciso di affiancarmi nel lavoro, ho voluto fortemente che entrassero dapprima in magazzino, non solo per farli cominciare dal basso, ma anche perché il nostro mestiere ruota proprio intorno alle merci. Imparare a capire come gestire gli assortimenti rappresenta l’ABC del lavoro di un distributore alimentare.

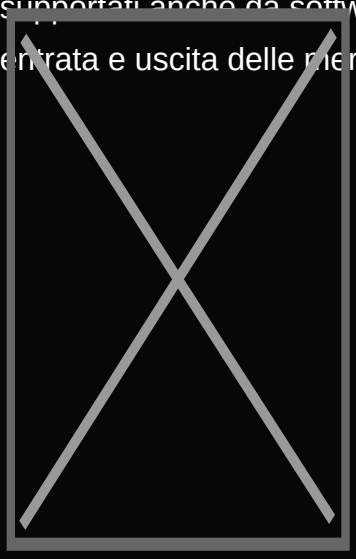
Oggi però sono loro a occuparsi del commerciale…
Certamente, l’obiettivo sin dall’inizio è stato da parte mia quello di insegnare loro a gestire gli acquisti e le vendite. Ed è stato raggiunto in pieno. Oggi Manuel e Giovannino sono abili commerciali oltre a essere stati fondamentali nel cambiamento del DNA della nostra azienda. Quando mio padre ed io abbiamo avviato questa attività ci siamo concentrati sulla distribuzione di formaggi e salumi. L’avvento dei miei figli ha fatto sì che Gruppo Alimentare Sardo diventasse un grossista alimentare a 360°. Oggi tra le nostre referenze abbiamo prodotti per la ristorazione, per le pizzerie, pasticcerie;

trattiamo anche beverage e surgelati e il non food (detergenti, carta, alluminio, pellicole…).

In questo modo avete ampliato anche la tipologia di punti vendita serviti…
Assolutamente sì. Oggi riusciamo a servire tutti i punti vendita horeca compresi villaggi turistici, mense e ospedali. Copriamo tutta la Sardegna e buona parte della Corsica.

Come siete strutturati sotto l'aspetto logistico?
Abbiamo 15 mezzi di proprietà, ma ci serviamo anche di corrieri (monomandatari) che ci supportano nelle consegne. Del resto Sardegna e Corsica hanno delle difficoltà oggettive dal punto di vista della viabilità. A questo si aggiunge il notevole surplus di lavoro a cui siamo chiamati nelle stagioni più calde quando l'afflusso di turisti raddoppia le presenze su queste due isole non particolarmente popolose nei mesi invernali.

Alla luce di questo, come gestite gli assortimenti per non cadere in rotture di stock?
Nel 2008 abbiamo realizzato un nuovo stabilimento ubicato su un'area di 12.000 metri quadrati di cui 6.000 di superficie coperta, consentendo anche l'apertura di un cash&carry dedito al settore della ristorazione. Questo ci mette nelle condizioni di gestire gli assortimenti senza grandi difficoltà, supportati anche da software gestionali che ci permettono in remoto di avere sempre sotto controllo entrata e uscita delle merci.



Entriamo nello specifico dei prodotti trattati…

La nostra azienda, assieme agli altri soci di Cooperativa Italiana Catering, promuove innanzitutto i prodotti a marchio CIC che rappresentano il nostro core business. Ovviamente, abbiamo in assortimento anche materie prime del territorio oltre a prodotti specifici non a marchio Qualitaly, Tavola
Viva, etc…

Quanto è cresciuto il fatturato con l’avvento di Manuel e Giovannino?
Questo nuovo asset societario ci ha permesso di raddoppiare il fatturato. Tanto ha fatto anche l’essere riusciti ad ampliare il nostro raggio d’azione all’intera Sardegna e a parte della Corsica, località quest’ultima che da qualche tempo si è specializzata nella cucina italiana favorendo così il nostro lavoro di distribuzione.