

G.R.E. – Grossisti Riuniti Elettrodomestici

Forza nazionale, competenza internazionale

Cartella stampa

- **Il Gruppo**
- **Storia**
- **La svolta internazionale**
- **G.R.E. – Consorzi fra soci**
- **La strategia verso la crescita**
- **CRM ed E-Commerce**

Per informazioni alla stampa contattare:

Alessio Masi

Free Message Relazioni Pubbliche

Via Savona, 97 - 20144 Milano

tel. +39.02.43982950

email: amasi@freemessage.it

G.R.E. - Grossisti Riuniti Elettrodomestici

Forza nazionale, competenza internazionale

Il Gruppo

G.R.E. S.p.A. – Grossisti Riuniti Elettrodomestici - è il Gruppo leader nella distribuzione di prodotti nel settore dell'elettronica di consumo. La Società opera da una posizione di vertice e presidia il mercato con le insegne **Trony** e **Sinergy**, rispettivamente oltre 170 e circa 160 punti vendita equamente suddivisi sul territorio.

Una Società dall'anima italiana ma con raggio d'azione internazionale, quale parte integrante di **E-Square**, gruppo di aziende indipendenti che riunisce sotto un unico tetto europeo le attività commerciali di ElectronicPartner International GmbH&Co. KG e di Electronic & Domestic Appliances S.C. (**EDA**).

Attualmente G.R.E. è composta da 16 aziende. La Società è guidata da un Consiglio di Amministrazione presieduto da **Giuliano Sbaraini** e composto da altri 6 membri che, oltre a costituire un'ampia rappresentanza della base sociale, garantiscono anche numericamente la pluralità dei soci. Direttore Generale di G.R.E. è **Stefano Belingheri**.

G.R.E. è un'azienda associata AIRE (Associazione Italiana Retailer Elettrodomestici Specializzati), l'organo istituzionale che rappresenta le principali aziende e gruppi distributivi di elettrodomestici ed elettronica di consumo.

Storia e tappe fondamentali

G.R.E. è stata fondata nel **1972**, con forma giuridica di cooperativa, da otto aziende operanti nel settore principalmente come grossisti (ne deriva anche il nome della società stessa). Nel **1995** si trasforma poi in società di capitali a responsabilità limitata. Inizialmente lo scopo della società era quello di capitalizzare la capacità di acquisto delle Aziende socie, come gruppo di acquisto. Nel **1996** G.R.E. acquista il marchio **Trony** dal Gruppo Rinascente e nell'anno successivo, prima ed unica nel mercato, attua la strategia dell'insegna comune lanciando il marchio come insegna nazionale. Da qui il successivo passo strategico di modificare il proprio comportamento da semplice gruppo di acquisto a quello più complesso del gruppo di vendita, utilizzando e coordinando tutte le leve del marketing per trasmettere al Consumatore il concetto di catena nazionale, prima completamente made in Italy. La Società fonda il gruppo europeo **E.D.A., European & Domestic Appliances**, con sede a Bruxelles: si tratta di un g.e.i.e (gruppo europeo di interesse economico) attraverso il quale vengono attivati e gestiti accordi commerciali a livello pan europeo. Il primo passo verso la proiezione delle strategie della catena in ambito internazionale. Nella primavera **2000**, dopo un lungo ed approfondito studio sulla strategia di approccio al consumatore, G.R.E. lancia il programma di affiliazione con insegna **Sinergy**, unico nel mercato per format e modalità funzionali. Nel **2004** assume la forma giuridica di S.p.A.

La svolta internazionale

A inizio **2011** G.R.E. e **Consorzio EL.I.T.E.** (Elettronica, Informatica, Telecomunicazioni, Elettrodomestici) annunciano un accordo di collaborazione con l'obiettivo di conseguire nuove sinergie sul mercato europeo. La partnership ha consentito a entrambe le realtà di adottare una strategia comune in ambito europeo, con economie di scala particolarmente vantaggiose nell'ambito del supply chain management e di iniziative specifiche.

Nel 2012 la svolta internazionale di G.R.E. –iniziata nel 1990 con l'ingresso in E.D.A.- raggiunge l'auge: G.R.E. S.p.A. e Consorzio EL.I.T.E aderiscono al gruppo di aziende indipendenti **E-Square** che, allo stesso tempo, avviava la propria attività operativa. E-Square EWIV riunisce sotto un unico tetto europeo le attività commerciali di ElectronicPartner International GmbH&Co.KG e di Electronic & Domestic Appliances S.C. (EDA), gruppi di aziende autonome che fino ad allora avevano agito in maniera indipendente. L'obiettivo perseguito è stato quello di garantire a lungo termine il successo dell'impresa mediante importanti misure di espansione. Grazie a un'unica strategia fornitori a livello europeo, queste importanti realtà sono così in grado di offrire notevoli vantaggi ad imprese e imprenditori associati.

G.R.E.: consorzi fra soci

Sempre nel 2012 la compagine sociale cresce e si rinforza, grazie alla joint venture fra Co-Pre, storica Cooperativa fondata nel 1971 e presieduta da Giuliano Sbaraini e CO.V.E., Cooperativa Veneta di rivenditori elettrodomestici ed elettronica di consumo presieduta da Giuseppe Leonardelli. Le due realtà formano **G.C.C.**, un unico grande consorzio che opera nell'orbita G.R.E. per conseguire maggiore efficienza sul mercato e nei rapporti con l'Industria. Nel 2013, seguendo la stessa strategia, Gruppo Edom S.p.A. e D.M.L. S.p.A., - Società guidate rispettivamente da Alessandro Febbraretti e Ivo Amorino- si uniscono in consorzio e formano **M.D.E.**

Verso la crescita con una strategia comune

Sul fronte dello sviluppo della rete, G.R.E. conta oggi oltre 330 punti vendita attivi sul territorio nazionale (equamente ripartiti tra Trony e Sinergy). L'espansione pianificata negli ultimi anni esprime l'interesse dei soci a investire risorse per fidelizzare la clientela e presidiare strategicamente il territorio, soprattutto nei bacini più importanti o dove l'insegna Trony e Sinergy non sono presenti. La scelta delle location è strettamente vincolata ad opportunità concrete indipendentemente dalla presenza di centri commerciali.

La recente implementazione di un sistema informativo comune alla sede centrale e a tutti i soci, ha consentito al Gruppo significative sinergie funzionali, gestionali ed economiche. Tra le potenzialità del sistema, quelle di conoscere in tempo reale il livello di stock e le dinamiche delle vendite per singola referenza, così da poter agire centralmente in piena sincronizzazione con le aziende fornitrici.

CRM

Il **2012** segna una svolta nel processo di consolidamento del Gruppo, con una strategia di marketing ancora più moderna e innovativa: la Società vara un piano completo di **Customer Relationship Management** con l'obiettivo di

incrementare la relazione con il pubblico -grazie a nuovi strumenti e opportunità di contatto- e generare fidelizzazione rispetto all'Insegna Trony.

La nuova **Carta Fan** ad esempio, punta a interagire con la clientela e segmentarla per caratteristiche e comportamenti d'acquisto, al fine di consentire azioni di marketing mirate. Questo strumento rappresenta la chiave d'ingresso nel nuovo mondo Trony. Su questa base G.R.E. ha implementato una serie di soluzioni per automatizzare i processi di business che prevedono il contatto diretto con il cliente finale, identificando modalità e nuovi punti di interazione per conoscerlo meglio. Tutto ciò, sviluppando continue attività di colalition anche fuori dal mondo dell'elettronica di consumo. Un dialogo costante con il pubblico che punta sui nuovi strumenti web – tra cui anche i social network- come canale privilegiato di contatto.

E-Commerce

Definito il piano di CRM - e ad integrazione di questo -, il 16 Luglio 2013 G.R.E. ha presentato il **sito di e-commerce** www.trony.it: una piattaforma web altamente innovativa che coinvolge tutto il Gruppo. Per l'Insegna si tratta di una vera e propria evoluzione del business, passata dall'integrazione delle piattaforme informatiche di tutti i Soci.

G.R.E. è così diventato il primo Buying Group in Italia a disporre di un programma integrato di loyalty ed e-commerce attivo su tutti i punti vendita.