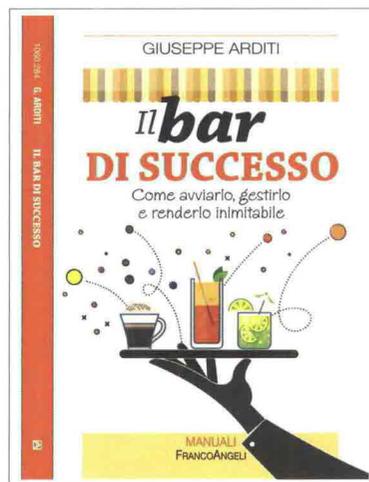


URSA MAJOR GROUP

IL FORNITORE, PRIMO ALLEATO DI UN LOCALE CHE PERFORMA

Il Presidente del Consorzio Ursa Major analizza questa figura nel suo ultimo libro "Il bar di successo".

Giuseppe Arditi,
Presidente di
Ristopiù Lombardia
e del Consorzio
Ursa Major.



Chi vuole "spingere" sul proprio locale, e farlo diventare realmente competitivo, deve considerare il fornitore come un "partner strategico": sono queste le esatte parole usate da Giuseppe Arditi, Presidente del Consorzio Ursa Major, nel suo libro "Il bar di successo" edito da FrancoAngeli, acquistabile nelle migliori librerie e sui siti dedicati.

È il Consorzio stesso a fare tesoro di questa filosofia, nel momento in cui raggruppa attorno a sé i migliori player della distribuzione e commercializzazione di prodotti alimentari per l'Horeca.

Arditi spiega che non si tratta di puntare solo a una riduzione dei costi totali, o di scegliere fornitori simpatici, con i quali sia semplice dialogare. Si tratta di ragionare in ottica di pura strategia: è il fornitore che deve conoscere esattamente cosa chiede il consumatore finale; anticipare i trend e proporli al locale; collaborare anche in ottica di "maggiore efficienza" in termini di consegna dei prodotti, modulata secondo le esigenze del singolo bar o ristorante. Un rapporto costruito su queste basi sarà "win-win"; come spiega, infatti, Arditi: «Dimostrare ai propri fornitori fiducia e rispetto è un buon modo per far sì che essi facciano il massimo dello

sforzo per offrire il miglior servizio possibile, e soprattutto che forniscano quelle informazioni utili sul mercato, difficilmente reperibili altrimenti».

I fornitori migliori

Secondo il Presidente Arditi, i migliori fornitori sono quelli che sono disposti a dare consulenza: questo è l'impegno quotidiano di tutti i soci di Ursa Major, che non si adagiano sui prodotti di successo e ne cercano sempre di più sfiziosi. Che organizzano viaggi educativi per "scoprire", per esempio, come si vive il momento della colazione nei Paesi stranieri, per intercettare quelle mode che arriveranno anche in Italia. Un lavoro che non si ferma mai, come la voglia di novità espressa dal consumatore finale.

<http://www.giuseppearditi.com/category/blog/>

<http://www.ursamajorgroup.org/>

<http://ristopiulombardia.it/>

