

ITA, la cura nei dettagli

L'attenzione alla qualità e una passione per il lavoro animata da solidi valori caratterizzano l'azienda trevigiana, distributrice esclusiva del marchio Davidoff in Italia

Per raggiungere grandi obiettivi, è necessario curare ogni piccolo particolare. Questa la filosofia di una grande realtà internazionale dal cuore tutto italiano, **International Tobacco Agency**, specializzata nella produzione e distribuzione di prodotti per le tabaccherie. Alla base dell'idea imprenditoriale di Pietro Fabbrini, fondatore e presidente dell'azienda, vi è la convinzione che il successo commerciale non sia la cosa più importante: lo è il suo raggiungimento nel rispetto della propria visione, secondo valori quali la serietà, l'onestà, l'umanità, la propositività, l'innovazione, la perseveranza e - non da ultimo - il rispetto.

Da questo credo nasce nel 1975 a Treviso ITA, la società cui Fabbrini imprime nell'immediato una vocazione internazionale che si traduce in un'ampia e articolata gamma di proposte, selezionate in tutto il mondo, dirette alle tabaccherie italiane. Da subito l'azienda punta sulla qualità rappresentando marchi rinomati quali Pöschl, Dannemann, Arnold André, Villiger, Swedish Match, Planta, Austria Tabak e Vandermarliere. Nel 1998, ITA è poi la prima azienda ad aprire un deposito fiscale per la vendita di sigari al di fuori della rete distributiva dell'ex Monopolio e contestualmente inizia la collaborazione con il noto gruppo **Oettinger Davidoff**. Col tempo, l'offerta di ITA punta ulteriormente sulla varietà e la diversificazione e oggi vanta l'esclusiva di marchi di prima grandezza come i sigari Davidoff, i sigaretti Moods, i fiuti Ozona, le cartine per tabacco Rizla, gli accendini giapponesi Tokai e Clipper. L'esperienza e la conoscenza del settore incoraggiano, con successo, anche la creazione di marchi propri, frutto di accurate ricerche di mercato. Nascono così gli articoli per fumatori Chilling Time, gli accendini Ciao, le penne Nippen, la linea di articoli da uomo Egoist e la linea giochi Juego. Oggi ITA, grazie ad un approccio al mercato estremamente articolato, dispone di un ricco portfolio che spazia dai tabacchi lavorati (sigari, sigaretti, sigarette, tabacco da fiuto, tabacco per sigarette, per pipa e per narghilè) agli accessori per fumatori (accendini, cartine), fino agli articoli per tabaccherie (giochi, giocattoli, gadget, pile, penne, profilattici).

Nel cuore di ITA

La 'mission' aziendale è chiara: sviluppare servizi efficienti per i clienti, proposte innovative per i consumatori e collaborazioni costruttive e stimolanti con tutti gli interlocutori; una



Pietro Fabbrini, Presidente e Fondatore di ITA, **Marco Fabbrini**, Amministratore Delegato e **Roberto Urbano**, Direttore Commerciale

formula che negli anni si è rivelata vincente poiché in poco tempo l'azienda è passata da un organico di pochi dipendenti alle 210 unità attuali (di cui 50 dipendenti nella sede centrale e 160 tra agenti e promoter) e che ha comportato, nel 2003, il trasferimento in una nuova sede. Una crescita testimoniata anche da numeri di tutto rispetto: il 2008 si è infatti concluso con un fatturato pari a 30 milioni di euro e già i primi mesi del 2009 registrano un +15% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Una società che gode di ottima salute, se si considera un aumento del 130% degli introiti dal 2002, con una crescita annua di oltre il 20% e del 250% negli ultimi 10 anni. ITA prevede infine di raggiungere, nel 2012, il traguardo dei 40 milioni di euro di fatturato.

Punti di forza del successo commerciale di ITA sono dati da un'esperienza pluridecennale nel settore e dalla capacità di anticipare trend di mercato e di soddisfare le aspettative dei clienti che trova conferma in un'estesa gamma di prodotti in continuo aumento. Importanti sono, poi, l'innovazione al servizio delle tabaccherie e dei consumatori e, infine, una rete di agenti e una presenza sul territorio esclusive. In particolare, l'organizzazione commerciale dell'azienda capitanata da Pietro Fabbrini, che vede al suo fianco Marco Fabbrini (amministratore delegato) e Roberto Urbano (direttore

commerciale), conta su: 80 agenti di commercio monomandatari che visitano quotidianamente i clienti con gli articoli di largo consumo e il tabacco; 8 agenti generali che coordinano il lavoro degli agenti di zona; 1 key account che opera a livello nazionale presso i grossisti; 8 promoter, coordinati da 8 capi promoter, che svolgono esclusivamente l'attività di presentazione e vendita dei tabacchi; 2 collaboratori che operano sulla rete autostradale da nord a sud e 4 agenti Davidoff che operano in modo esclusivo per la linea, coordinati dal responsabile alle vendite e da un Brand Manager.

La collaborazione con Davidoff

Esattamente la professionalità, la passione per il proprio lavoro e la cura dei dettagli sono i principali fattori che hanno indirizzato il gruppo Oettinger Davidoff a scegliere la International Tobacco Agency quale distributore esclusivo per l'Italia (oramai da 11 anni) di uno dei marchi più prestigiosi al mondo nel campo dei sigari: Davidoff, appunto. La qualità e ricerca dell'eccellenza della filosofia Davidoff ha trovato terreno fertile in ITA che ha predisposto l'allestimento di sofisticati mezzi per la conservazione dei sigari per rispettare i canoni di temperatura e umidità di cui necessitano questi delicati prodotti. Un'attenta politica selettiva viene operata sul fronte distributivo per avere un controllo verticale sui prodotti; per questi motivi vengono scelti rivenditori che siano prima di tutto degli appassionati al fine di tenere elevati i livelli standard di qualità. I rivenditori devono infatti prevedere nei loro negozi degli armadi umidificati per poter conservare in perfette condizioni i prodotti Davidoff, in modo da garantire ai clienti un ambiente accogliente, dei professionisti del settore e sigari sempre perfetti.

Il mercato del sigaro è, tra l'altro, un settore singolare che non risente di particolari flessioni nelle vendite e ciò è dovuto al fatto - spiegano in azienda - che gli estimatori di questa tipologia di prodotto hanno sviluppato nel tempo una forte fidelizzazione. ITA distribuisce in Italia ben sette marchi di sigari della Maison ginevrina, dal 'Davidoff' (punta di diamante della linea e rappresentante della storia dei sigari nel mondo), passando attraverso il 'Winston Churchill' (nato dalla collaborazione fra la casa madre e il nipote di Sir. Churchill), per terminare con i 'Bundle Selection'. Sigari prodotti in Repubblica Dominicana, rigorosamente fatti a mano e che vengono sottoposti a 150 controlli di qualità. ■