26-GIU-2023
da pag. 23 / foglio 1 / 2

LA NAZIONE

Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: 56615 Diffusione: 41197 Lettori: 365000 (0006901)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Conad Nord Ovest col vento in poppa «Sviluppo, investimenti e qualità Ma al centro sempre le persone»

Nel 2022 un incremento delle vendite del 9% e un giro d'affari complessivo di 4,75 miliardi
L'ad Adamo Ascari: «Contenimento dei prezzi anche grazie all'utilizzo dell'intelligenza artificiale»

Adamo Ascari, ad di Conad Nord Ovest

Il Gruppo conta 589 punti vendita, 376 soci imprenditori, 18mila addetti, di cui il 67% sono donne

Nei prossimi tre anni 621 milioni destinati a modelli per ridurre l'impatto delle attività sull'ambiente

Fondamentale il rapporto con i soci e i clienti: il rapporto di fidelizzazione ha raggiunto il 78% un valore alttissimo con punte del 90%

di **Guglielmo Vezzosi**
PISTOIA

Le priorità: business e sviluppo, certamente, ma al primo posto rimane la centralità della persona. Sono i tre pilastri del piano strategico con il quale Conad Nord Ovest affronta le sfide dei prossimi anni puntando su massicci investimenti, qualità del prodotto, formazione delle nuove generazioni di soci e collaboratori e con un impegno a tutto campo per promuovere la sostenibilità. Una visione che ha il conforto dei numeri, che saranno presentati dall'amministratore delegato Adamo Ascari nel corso dell'assemblea annuale dei soci, in programma oggi a Bologna. Il Gruppo opera in Toscana, Emilia (province di Bologna, Modena e Ferrara), Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lazio (Roma e Viterbo), Lombardia (Mantova) e Sardegna: una presenza forte di 589 punti vendita, 376 soci-imprenditori e 18mila addetti (il 67% sono donne e il 17 ha meno di 30 anni). Ed è proprio l'ad Ascari a commentare alcuni risultati.

Il 2022 è stato un anno con il vento in poppa per Conad Nord Ovest.

«Il giro d'affari complessivo è stato di 4,75 miliardi di euro, con un patrimonio netto consolidato di 684 milioni e un incremento delle vendite del +9% sul 2021».

Il tutto in un periodo complesso per i rincari energetici.

«Esattamente: basti dire che per tutta la nostra rete distributiva il peso della bolletta energetica, al netto del credito di imposta poi riconosciuto dallo Stato alle aziende, è passato dai 46 milioni del 2021 ai 107 milioni del 2022. Una situazione che abbiamo saputo affrontare e gestire garantendo comunque risultati di bilancio che non lasciano margine a dubbi».

Quali i punti di forza di questa visione?

«L'attenzione al cliente a tutto tondo. A partire dal socio, proprietario e gestore dei punti vendita: è lui che si guadagna, in un rapporto quotidiano, fiducia e credibilità da parte del pubblico. Un dato su tutti: il rapporto di fidelizzazione dei clienti è mediamente del 78% (sulla base del numero di utilizzi delle carte-fedeltà, oltre 2,6 milioni quelle attive), un valore altissimo, con punte del 90% per i negozi di medio-grande superficie».

E come vi differenziate sul versante dei prodotti?

«Puntando sulla qualità assoluta e valorizzando le filiere dei produttori regionali e locali. Abbiamo 1.218 fornitori locali di prodotti alimentari che generano un volume d'affari di 354 milioni. Con il brand 'I nostri Ori' premiamo le eccellenze dei territori e attraverso i nostri rigorosi controlli di qualità assicuriamo anche al produttore la garanzia di un prodotto sicuro».

In quale modo cercate di contenere l'aumento dei prezzi nel settore alimentare?

«Con una grande attenzione su più fronti. Cito solo il nostro progetto Category Management, supportato anche dall'intelligenza artificiale, che ci permette di avere le migliori condizioni dai nostri fornitori, con i quali promuoviamo inoltre attente campagne promozionali. Centrali per la tutela del potere d'acquisto sono poi i nostri prodotti a marchio, con 'Bassi e Fissi', un risparmio quotidiano su referenze chiave nella spesa del clien-

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1737 - T.1737

LA NAZIONE
26-GIU-2023
da pag. 23 / foglio 2 / 2
Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: 56615 Diffusione: 41197 Lettori: 365000 (0006901)
DATA STAMPA
www.datastampa.it

te. Strategici inoltre i grandi progetti in ambito di efficienza e ottimizzazione dei processi nei punti vendita e nei magazzini».

Altro caposaldo, la formazione di soci e collaboratori.

«E' una delle nostre 'Margherite' all'occhiello: il progetto 'Crescere Insieme' nasce nel 2021 e dal prossimo anno sarà anche disponibile nella sede di Pistoia un'intera palazzina con 1500 mq di aule e laboratori per formare il personale, individuare i soci e i dirigenti di domani, sostenere e favorire il ricambio generazionale dei soci (spesso si tratta di imprese a gestione familiare). In una parola proiettare nel futuro le nostre radici».

Investimenti e sostenibilità per fare la differenza.

«Nel 2022 abbiamo investito oltre 140 milioni per l'apertura di 11 nuovi punti vendita e 32 ristrutturazioni della nostra rete associata. Per il 2023-25 prevediamo 621 milioni di investimenti con grande attenzione a modelli di gestione sempre più sostenibili con l'obiettivo di ridurre l'impatto delle attività della Cooperativa sull'ambiente. Non a caso viene presentato all'assemblea dei soci anche il nostro primo Rapporto di sostenibilità».

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1737 - T.1737