

INTERVISTA AL NUOVO PRESIDENTE

06901
Lusetti: «I ricavi del gruppo Conad vanno verso la quota record di 20 miliardi»

06901
«Tutte le nostre azioni sono tese a consolidare la leadership, anche in un contesto economico complicato come quello attuale. Nel primo semestre il fatturato è aumentato di un ulteriore 10%», dice Mauro Lusetti, neo presidente di Conad, gruppo che ha chiuso il 2022 con 18,5 miliardi di ricavi.

Giovanna Mancini — a pag. 13

«Conad in crescita da record, ricavi verso quota 20 miliardi»

Boom dei prodotti a marchio Conad (+15%) la cui incidenza ha raggiunto un acquisto della clientela ogni tre

L'intervista Mauro Lusetti

Presidente Conad
Giovanna Mancini

«**F**are impresa è come una gara di ciclismo: partecipare a un tour de France richiede grande impegno e fatica, ma essere sempre davanti agli altri e vincere la gara è ancora più impegnativo». Mauro Lusetti è dallo scorso 9 maggio il nuovo presidente di Conad, il più grande gruppo italiano nel settore della grande distribuzione organizzata, che ha chiuso il 2022 con un fatturato di 18,5 miliardi (+8,7% sul 2021) e una quota di mercato del 14,96%. «Tutte le nostre future azioni sono tese a confermare e consolidare questa leadership, anche in un contesto economico complicato come quello attuale - aggiunge Lusetti -. Nel primo semestre di quest'anno il fatturato è aumentato di un ulteriore 10%». Una crescita che, se confermata, proietta il gruppo verso quota 20 miliardi di euro di ricavi.

Come si mantiene la leadership conquistata dopo l'acquisizione delle rete italiana di Auchan? L'attuale piano triennale, che si esaurirà nel 2024, prevede oltre 2 miliardi di investimenti lungo quattro direttrici: canalizzazione, digitalizzazione, efficienza e competenze. Il nostro settore deve

confrontarsi con profondi cambiamenti nelle abitudini dei consumatori: dobbiamo lavorare sui nostri formati e affiancare al nostro core business, la distribuzione di beni di largo consumo, attività specifiche, canali di vendita che riguardano la cura della persona, il tempo libero, gli animali domestici, i servizi finanziari.

Sulla canalizzazione state lavorando molto. A che punto siete?

Abbiamo attivato la spesa online e stiamo lavorando per rendere operative, entro fine 2023, le attività legate a viaggi, cultura, tempo libero, e servizi finanziari. Mentre quelle legate alla mobilità sono pianificate per il 2024. Tutto questo andrà a completare l'offerta della nostra piattaforma HeyConad e si lega al secondo punto, la digitalizzazione. La creazione di una piattaforma in grado di avvicinare i consumatori al nostro mondo complesso di punti vendita fisici e servizi, è per noi una nuova frontiera imprescindibile.

Efficienza e competenze: cosa state facendo?

Si tratta di progetti meno evidenti dal punto di vista dei consumatori, ma che hanno ricadute importanti per la nostra attività, con effetti sul medio periodo: efficienza vuol dire lavorare sulla logistica, in chiave integrata con i punti vendita. Competenza significa fare grandi investimenti sulle persone, sia nei negozi, sia nelle centrali cooperative.

Cosa può anticiparci del nuovo piano 2025-2027?

Il tema che influenzerà tutte le scelte è quello della sostenibilità

ambientale, economica e sociale. Già oggi molti dei nostri punti vendita utilizzano fonti rinnovabili, in particolare energia idroelettrica, ma su questo fronte investiremo ancora di più, così come sul tema del risparmio energetico e della riduzione della plastica negli imballaggi. Una particolare attenzione, in questo senso, avranno i nostri prodotti a marchio, che stanno registrando ottimi risultati: nel 2022 l'incidenza sul totale delle vendite è arrivata al 32,2%, dieci punti in più rispetto alla media di mercato, e nei primi sei mesi del 2023 la crescita ha sfiorato il 15%. Poi c'è il tema della sostenibilità sociale, che significa avere cura delle comunità che ospitano i nostri punti vendita, attraverso le attività della nostra Fondazione ETS, che già nei primi sei mesi di vita ha realizzato numerose iniziative per i giovani e per le categorie più fragili.

Continuerete a investire sullo sviluppo dei prodotti a marchio?

Per noi è fondamentale, perché risponde a una logica chiara: sostenere e valorizzare un sistema di piccole e medie imprese italiane che, da sole, non riuscirebbero ad arrivare sugli scaffali della grande distribuzione. La nostra è una vera e propria fillera, che conta su circa



5mila fornitori in tutto il Paese.

Grazie anche all'operazione Auchan, oggi Conad ha una presenza capillare in tutto il territorio italiano: vi ritenete soddisfatti del risultato ottenuto?

Conad è un sistema che conta 2.176 soci imprenditori, 74.500 collaboratori e 3.328 punti vendita. Grazie all'acquisizione di Auchan abbiamo aumentato la nostra presenza in alcune regioni del Nord Italia, come Lombardia, Veneto e Piemonte, in cui avevamo scarsa visibilità. È un primo risultato evidente, ma la soddisfazione per noi nasce dal fatto che tutta la rete Auchan presa in carico dalle nostre cooperative, nell'arco di due anni ha raggiunto livelli di redditività accettabili e nel 2023 completeremo il percorso: tutta la rete sarà riportata a nuova vita.

Conad ha avviato anche un importante riassetto organizzativo: qual è la logica che avete seguito?

Il nostro gruppo ha una storia di 60 anni, sempre declinata in una logica plurale, che vede la partecipazione di tutti gli stakeholder. È questo approccio che ci ha permesso di diventare leader di mercato oggi e che potrà permetterci di restare tali nel prossimo futuro. Il riassetto organizzativo risponde a questa visione, attraverso una governance semplificata, che vede me e Francesco Avanzini, il direttore generale operativo, alla guida dell'azienda. Inoltre abbiamo assunto l'impegno di ricostruire una unità tra la base sociale, presupposto per avere la forza e la determinazione adeguata per mantenere gli obiettivi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE RISORSE
Nel piano triennale in corso 2,1 miliardi d'investimenti

Mauro Lusetti.
Presidente del gruppo della grande distribuzione Conad 06901



Leader nella distribuzione in Italia.

Il gruppo Conad ha chiuso il 2022 con un fatturato di 18,5 miliardi e, grazie a una crescita del 10% nel primo semestre, quest'anno va verso i 20 miliardi