

Conad Nord Ovest, la sfida dei prezzi

«Un carrello vicino alle famiglie»

Parla l'ad Adamo Ascari: «Tanti interventi per contenere la spinta inflazionistica. Premiati dalla fedeltà dei clienti»



Il fatturato supera i 5 miliardi. Per il 2024-26 previsti 600 milioni di investimenti e 64 nuovi negozi

di **Guglielmo Vezzosi**
PISTOIA

Innovazione, sostenibilità e digitalizzazione, ma senza mai dimenticare il valore del capitale umano, delle «persone al centro»: sono gli assi portanti del piano strategico di Conad Nord Ovest. Il colosso della grande distribuzione - presente in Toscana, Emilia Romagna (Bologna, Modena, Ferrara), Lombardia con Mantova, Liguria, Lazio, Sardegna, Piemonte e Valle d'Aosta - si appresta a votare il bilancio 2023 con numeri rilevanti, oltre 5 miliardi di fatturato e un nuovo, importante, piano di investimenti. A fare il punto è l'amministratore delegato, Adamo Ascari.

Partiamo dal quartier generale di Pistoia: la sede è stata completamente rinnovata.

«Abbiamo voluto dare fisicità ai nostri valori fondanti, che si traducono in attenzione costante verso le persone, la comunità e il territorio nell'ottica di una crescita e di uno sviluppo sostenibili. Ambienti di lavoro più confortevoli e inclusivi, un forte impulso al fotovoltaico e alle energie rinnovabili. E poi il giardino delle biodiversità, progettato dall'architetto Christophe Gautrand, un'oasi verde di 5.500 mq».

Ma all'interno c'è anche una vera e propria scuola.

«Sì, nella sede abbiamo inaugurato 1500 metri quadrati tra auditorium, aule, sale convegni e laboratori tecnici per la formazione del personale dei nostri punti

vendita, ma anche per preparare i soci ed i dirigenti di domani».

Come avviene la preparazione dei giovani?

«E' un percorso formativo di alcuni anni per valorizzare le migliori risorse, giovani laureati dai 25 ai 35 anni, che si preparano ad assumere ruoli importanti nella gestione dell'azienda».

Quanto valgono le persone in azienda?

«Sono tutto, il socio imprenditore è il nostro punto di forza assoluto. Non a caso il nostro piano strategico si chiama "Radici nel futuro": significa saper mettere insieme le professionalità di oggi con il patrimonio di valori e conoscenze del passato. E ancora significa lavorare per una leadership al plurale condividendo le conoscenze e le esperienze dei soci imprenditori sul territorio con la professionalità del management aziendale».

Veniamo al 2023, un altro anno da incorniciare.

«E' stato certamente un anno complesso, segnato da gravi tensioni internazionali e da un'inflazione che ha limitato il potere di spesa delle famiglie. Nonostante questo abbiamo chiuso con un fatturato di 5,070 miliardi (+7% sul 2022) e una quota di mercato media nelle sette regioni in cui siamo presenti del 15,5%. Alcuni numeri: i prodotti a marchio Conad valgono circa un miliardo e mezzo con una incidenza del 33-34% e punte di oltre il 40% nei punti vendita di prossimità».

Che cosa significa questo?

«Significa un altissimo tasso di fedeltà del cliente, che dunque si riconosce nel nostro brand e questo vale tanto di più oggi, un periodo nel quale il cliente è estremamente volubile ed è portato a cambiare spesso le sue scelte e i

luoghi di acquisto. L'80% del nostro fatturato deriva da acquisti riferibili alle carte fidelity, che sono oltre 2 milioni e 740mila».

E il 2024 come si prospetta?

«I dati dei primi due mesi segnano un +5,6% in un momento in cui il settore alimentare è sostanzialmente fermo».

In quale modo sosterrete le famiglie dei consumatori?

«Continueremo ad agire sui prezzi, ad esempio attraverso il nostro marchio 'Bassi e fissi' che offre un paniere di prodotti a prezzi competitivi ma sempre con un occhio all'efficienza: abbiamo un piano per ottimizzare i processi e ridurre i nostri magazzini convogliando tutto in cinque poli logistici regionali all'avanguardia e con gestione automatizzata. Ma non perderemo una sola unità di personale, è il nostro impegno».

Come sfruttate l'intelligenza artificiale?

«In ambito commerciale, con un algoritmo che massimizza le relazioni con i fornitori, ma anche sui versanti marketing e amministrativo. Ma anche nei punti vendita con "Genio", un carrello smart che abbate i tempi di attesa: grazie all'intelligenza artificiale, rileva e identifica automaticamente i prodotti inseriti o estratti dal carrello, calcolando il totale dello scontrino in tempo reale».

I prossimi investimenti?

«Per il periodo 2024-26 abbiamo un piano da 600 milioni di investimenti: circa un terzo è destinato agli interventi per ridisegnare tutto il network della logistica. Prevista anche la realizzazione di 64 nuovi punti vendita (22 nel 2024) con un incremento vendite a regime stimato in 650 milioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I NUMERI

589 punti vendita e 18mila addetti

Conad Nord Ovest conta 589 punti vendita, 371 soci imprenditori e oltre 18mila dipendenti. Molto forte il legame con i territori. «Il localismo - spiega l'ad Ascari - è un bene prezioso: vale 433 milioni di fatturato (+10%), 108 dei quali derivanti dal marchio "I nostri Ori" che è la nostra Margherita all'occhiello. Abbiamo 1376 fornitori locali, spesso piccoli produttori che si sono consorziati sotto il nostro marchio e così valorizzano le loro eccellenze. Ma localismo significa anche attenzione in senso lato ai territori, ai quali abbiamo riversato quasi 10 milioni in socialità».



L'interno di un punto vendita: le carte fidelity dei clienti sono oltre 2,7 milioni



L'ad Conad Nord Ovest, Adamo Ascari