04-LUG-2025
da pag. 17 / foglio 1

Il Sole 24 ORE
Quotidiano - Dir. Resp.: Fabio Tamburini
Tiratura: 60832 Diffusione: 117187 Lettori: 675000 (DS0006901)

DATA STAMPA
44° Anniversario

Crai al riassetto: nuovo modello organizzativo e spinta al Mezzogiorno

DS6901 DS6901

Distribuzione organizzata

A Secom la leadership per definire strategie e coordinamento del gruppo

Enrico Netti

Giangiacomo Ibba, amministratore delegato e presidente di Crai Secom, getta le basi della nuova Crai. Non più una cooperativa di imprenditori, ben 1.100, ma una azienda della Gdo che opera secondo un'unica visione. «Sarà un'azienda unica che farà evolvere il modello Crai. Secom, la società che funge da centrale d'acquisto, è proprietaria del marchio Crai e gestisce le attività centrali e ora assume una posizione di leadership nella definizione delle strategie e nel coordinamento delle attività del Gruppo» dice Ibba. In questa evoluzione si rafforza la compagine azionaria di Crai Secom, dove le aziende socie (Abbi, Ama, Codè, New Grieco e Crai Coop) investono ulteriormente nella capogruppo riposizionando le quote di Crai Coop al 20% come all'epoca della costituzione di Crai Secom.

È anche nata Crai Mediterranea, newco di cui sono soci al 50% Abbi e l'imprenditore campano Michele Apuzzo. Mediterranea avrà il compito di sviluppare la presenza del marchio Crai nel Sud Italia.

Per quanto riguarda l'attività core si continua con il modello commercio di prossimità, market dove fare la spesa di tutti i giorni. L'obiettivo? Conquistare una parte di clienti che vive nei piccoli paesi interni, nelle aree rurali che ogni anno acquistano circa 27 miliardi di prodotti di largo consumo confezionato. «Siamo presenti in 400 comuni con circa 3mila abitanti e in queste aree abbiamo una quota di mercato del 30% - continua Ibba -. Se riusciamo a conquistare un terzo di quei 27 miliardi avremo 9 miliardi di ricavi».

Il sistema Crai nel 2024 ha registrato un giro d'affari di circa 3,4 miliardi e quest'anno si punta a 3,5. «Sarà una crescita trainata dallo sviluppo della rete - rimarca Ibba -. Nel 2026 puntiamo a 3,8 miliardi e confermo il traguardo dei 4 miliardi nel 2027». Nei prossimi 18 mesi sono previste una quarantina di inaugurazioni grazie a un piano d'investimenti da 100 milioni.

Un altro capitolo della nuova strategia Crai punta anche al centro città, quelle aree metropolitane con un'alta densità di uffici. Per loro Ibba ha ideato un nuovo format. «Crai go è stato pensato per piccole spese quotidiane e vende anche prodotti e piatti pronti per il consumo, il pranzo. Vuole intercettare flussi di clientela nei luoghi di grande traffico - spiega l'ad -. Un primo verrà aperto a Milano, sotto la nostra sede, altri due saranno nel centro di Torino. Entro fine anno puntiamo ad avere una decina di Crai go, negli aeroporti di Torino e Cagliari, nel porto turistico di Ventimiglia e nel 2026 porteremo il format nel Mezzogiorno. Nell'arco di un triennio potremmo avere un centinaio di Crai go». Crai punta anche sui servizi e mercoledì ha dato vita insieme al gruppo svizzero Enet a «Crai energy», società specializzata che venderà alla clientela consumer forniture di energia elettrica e gas facendo leva sul rapporto di vicinanza tra i clienti e l'esercente-socio Crai.

Con una presenza ben radicata in Italia Crai guarda anche oltre confine, attività estere che valgono circa il 4% del fatturato. Oggi Crai è presente in Svizzera, a Malta, Slovacchia e Repubblica Ceca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nuovi format. Un punto vendita Crai del format "Tuttigiorni"

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30524 - L.1603 - T.1745