

COOP LOMBARDIA SCAFFALI PIÙ SMART

«Un retail responsabile e innovativo» è nei piani triennali del presidente Alfredo De Bellis
Gli investimenti tra nuove aperture e restyling. Utile 2024 a 3,5 milioni. La guerra degli sconti

di ISIDORO TROVATO

La chiusura di bilancio 2024 per Coop Lombardia è l'occasione per celebrare i 40 anni di vita, ma soprattutto per stilare un piano triennale che sappia mantenere alta la competitività in un mercato sempre più complesso e selettivo.

«Abbiamo chiuso il bilancio con un utile netto di 3,5 milioni di euro — ricorda Alfredo De Bellis, presidente di Coop Lombardia — in un contesto di mercato caratterizzato da dinamiche complesse, accentuate da una concorrenza sempre più agguerrita, con dieci nuove aperture di operatori concorrenti nei principali bacini di vendita ed un conseguente ulteriore aumento, rispetto al 2023, degli sconti promozionali, che per Coop Lombardia ha significato un investimento complessivo di circa 126 milioni di euro, comprensivo dei 13 milioni di euro utilizzati per le iniziative commerciali proposte per i 40 anni della cooperativa».

Sviluppo

Esiste già un piano di sviluppo per il prossimo triennio che prevede nuove aperture ma anche un restyling delle vecchie e l'eliminazione di alcuni punti vendita con scarca redditività. «Punteremo — annuncia De Bellis — a rafforzare il fatturato dei negozi attraverso

ammodernamenti e ristrutturazioni, adattando il modello commerciale alle nuove esigenze di soci e clienti e completeremo il piano di sviluppo esistente, con l'apertura, nella primavera del 2026, del nuovo supermercato di Bollate. Infine, come vedremo tra poco, la costruzione e ristrutturazione dei negozi avverrà con un forte impegno verso tutti gli aspetti della sostenibilità, declinando il concept del "Supermercato civico" e il format di "Supermercato Smart", per rispondere alle sfide di un retail più responsabile e innovativo».

Supermercato smart non è una semplice formula ma un nuovo modello di negozio sostenibile e competitivo, denominato Smart perché è l'acronimo di Sostenibile, Modulabile, Attrattivo, Replicabile e Riconoscibile, Tecnologico. «Si tratta di un punto vendita dall'approccio modulare — spiega il presidente di Coop Lombardia — che sarà adattato durante le prossime ristrutturazioni alle metrature di ciascun punto vendita. Il contenuto commerciale sarà coerente con il formato, il supermercato civico, e il modello sarà progettato per essere sostenibile sia nella gestione che nella realizzazione. Il modello è pensato per essere attrattivo, valorizzando la vocazione specifica di ogni negozio attraverso un'offerta di prodotti e servizi mirata, che renda il negozio il più invitante possibile sul territorio in termini di assortimento, prezzi e esposizione. Inoltre, sarà dotato della tecnologia necessaria per semplificare l'esperienza di spesa».

Obiettivi

Per coordinare le azioni del progetto di sviluppo è stata creata un gruppo di lavoro chiamato project management Office. «A noi piace chiamarla torre di controllo — sorride De Bellis —: si tratta di una struttura dedicata a guidare e coordinare i progetti strategici della cooperativa. Nel corso dell'anno sono stati avviati 9 progetti strategici e ne stiamo per avviare altri 10».

Altro obiettivo previsto entro il prossimo triennio è il cambiamento generazionale. La Cooperativa ha istituito un nuovo gruppo di lavoro per valorizzare la professionalità di giovani colleghi che rientrano sotto la soglia simbolica dei 40 anni di età. «Abbiamo promosso — conferma De Bellis — lo sviluppo di una nuova campagna soci e una nuova campagna di Prestito Sociale dedicata a questo profilo. Il risultato dell'iniziativa è stato il lancio della campagna Soci Young che in poco tempo ha portato a risultati molto positivi, segnando anche un incremento rilevante nel numero di domande di ammissione a Socio via web. Abbiamo bisogno di giovani che ci diano nuova linfa per la gestione e nuove idee di consumo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DS6901



DS6901

Strategie

Alfredo De Bellis,
presidente di Coop
Lombardia