

Nel gruppo entrano i negozi specializzati Caddy's. Ecco la strategia del presidente Arena

VéGé, polo drug da 1 mld di euro

Un marchio ombrello per l'offerta su cura persona e casa

DI MARCO A. CAPISANI

I negozi specializzati per la cura della persona e della casa Caddy's lasciano il consorzio Drug Italia e traslocano nel gruppo VéGé. Formalmente a partire dal prossimo 1° gennaio, gli store della famiglia Celeghin contribuiranno così alla creazione di un polo d'insegne dedicate all'interno di VéGé arrivando a muovere un giro d'affari di poco più di un miliardo di euro a livello di ricavi, tra vendita al dettaglio e formule distributive complementari del mondo drug. Il numero di negozi ora interessati supera quota 900. Il polo distributivo presieduto da Giovanni Arena diventa, quindi, il terzo polo italiano del mondo dei negozi specializzati, dopo Acqua&Sapone e lo stesso Drug Italia. Tra le insegne già aderenti al gruppo VéGé, ci sono per esempio Opportunity, Splendidi e Splendenti, Sirene Blu, Tulipano, Kuadrifoglio, Pianeta Pulito e Happy Casa.

«Il progetto VéGé 2030 non significa soltanto raggiungere il traguardo dei 20 miliardi di euro o crescere a livello di numerica dei soci ma, soprattutto, significa costruire un gruppo sempre più coeso e di qualità», dichiara a ItaliaOggi Giovanni Arena. «In concreto vogliamo andare a regime con un ecosistema per le insegne drug che diventi attrattivo anche per altre. Perciò, stiamo creando una divisione drug all'interno della nostra centrale d'acquisti; avvieremo un'Accademia per l'approfondimento di questo segmento di mercato e, soprattutto, non escludiamo la nascita di un marchio ombrello per le nostre attività drug».

I punti vendita Caddy's sono 302, tutti a gestione diret-

ta, e generano 300 milioni di euro a livello di fatturato. Nati 52 anni fa, fanno capo alla società Dmo, oggi affidata a Fabio e Annalisa Celeghin, rispettivamente presidente e vicepresidente, mentre la guida sul campo è affidata al direttore commerciale di Dmo François Xavier Tah. Invece, dal punto di vista VéGé, l'intero conglomerato coinvolge già 32 imprese nel suo network pluricanale e multiformato e 3.590 punti di vendita su tutto il territorio nazionale, con un fatturato che ha archiviato il 2025 a quota 16,2 miliardi di euro di ricavi. «L'ingresso di Caddy's nel gruppo VéGé conferma la centralità che attribuiamo al canale drug-store in una fase di profonda evoluzione dei consumi», aggiunge il ceo del gruppo VéGé Giorgio Santambrogio. «Cura persona, beauty, igiene, oral care, casa e benessere quotidiano sono categorie sempre più rilevanti per le famiglie italiane e richiedono modelli distributivi capaci di coniugare specializzazione, prossimità, innovazione e servizio».

Ma come pensa di crescere ulteriormente VéGé, vista l'attuale andamento dei consumi, andando oltre i piani di espansione sui punti vendita specializzati? «Non escludiamo nulla ma direi che ci focalizzeremo, in particolare modo, sullo sviluppo interno», risponde Giovanni Arena, «favorendo la convergenza e la concentrazione tra le aziende già nostre socie. Si tratta di un processo che avviamo ora e che si svilupperà nel medio-lungo periodo». Nel frattempo, il gruppo registra vendite a perimetro costante, quindi al netto delle aperture, in crescita del 2,76% fino alla scorsa settimana (il mercato fa il +1,22%, dati Niq).

© Riproduzione riservata

