

Conad Adriatico investe 270 milioni in tre anni

Grande distribuzione

Nel 2027 verranno utilizzati 75 milioni di euro per aperture e ristrutturazioni

Ai e la business intelligence tra le altre aree di sviluppo per aumentare i margini

Enrico Netti

Conad Adriatico, una delle cinque cooperative dei dettaglianti del sistema Conad, giovedì organizzerà una convention dei soci dove tra le altre cose si parlerà di un piano d'investimenti da 270 milioni di euro stanziati entro la fine del 2028. «Una parte rilevante sarà destinata alla rete commerciale tra nuove aperture, ristrutturazioni, ampliamenti e l'efficientamento dei punti vendita. Poi ci sono altri investimenti in logistica, tecnologie digitali e le persone – anticipa Antonio Di Ferdinando, ad di Conad Adriatico da quasi 40 anni in azienda, tratteggiando alcuni dei contenuti –. Investire ci permette di aumentare la competitività, la produttività del sistema, rafforzare la capacità imprenditoriale della rete». Secondo le rilevazioni di Niq questa coop detiene una quota di mercato del 17,6% ed è prima insegna in Abruzzo, Marche e Molise.

I piani dell'ad per il prossimo anno fanno leva su investimenti per circa 75 milioni di cui nove destinati alla ristrutturazione di alcuni negozi. Previste inoltre una decina di nuove aperture. Si lavora anche sulle infrastrutture al servizio della rete commerciali come il nuovo

hub logistico in progettazione nelle Marche. «Abbiamo nove hub con circa 115 mila metri quadrati di superficie utile e per meglio servire i negozi di Marche e Abruzzo investiamo 20 milioni per una nuova piattaforma logistica a Centobuchi di Montepiccolo, in provincia di Ascoli Piceno. Avrà una superficie utile di oltre 20 mila metri quadri – anticipa Di Ferdinando –. Su volumi di queste dimensioni, anche pochi punti di maggiore efficienza producono effetti rilevanti».

Conad Adriatico è una delle poche insegne della Gdo, insieme a Eurospin, che sta cavalcando l'internazionalizzazione, in questo caso nell'area dei Balcani. «Vent'anni fa siamo entrati nel mercato albanese e oggi siamo valutando con attenzione le opportunità di sviluppo – sottolinea l'ad –. Per il prossimo futuro continueremo a puntare a una crescita graduale facendo leva sulla capacità di adattare il modello Conad alle caratteristiche dei singoli mercati locali». Attualmente tra Albania e Kosovo ci sono 35 supermercati Conad e alcuni punti vendita ottengono performance record. «Dei nostri negozi raggiungono una produttività media al metro quadro compresa tra 7 mila e 9 mila euro» dice Di Ferdinando. Ci sono poi l'AI e la business intelligence tra le altre aree di sviluppo e leve di crescita dei margini. «L'AI ci permette di prevedere meglio la domanda, ridurre gli stock, migliorare la logistica o semplificare i processi, il che significa aumentare produttività e qualità delle decisioni – avverte l'ad –. La tecnologia, però, resta uno strumento, non il fine: deve liberare risorse e tempo da dedicare a offerta, servizio e relazione con il cliente perché per una rete articolata come la nostra, anche piccoli

miglioramenti applicati su larga scala possono tradursi in maggiore produttività e qualità del servizio».

Al sistema Conad Adriatico attualmente fanno capo 446 punti vendita distribuiti in alcune province delle Marche ma anche in Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata. Ci sono poi i punti vendita in Albania e Kosovo e il personale conta circa 9 mila collaboratori tra sede centrale e negozi. Nel 2025 il fatturato complessivo è stato di oltre 2,35 miliardi di euro con una crescita del 4,8%. «Per il 2026 prevediamo di arrivare a 2,48 miliardi» segnala l'ad.

Negli ultimi cinque anni il fatturato di Conad Adriatico è aumentato del 27%: una crescita sostenuta da investimenti continui sulla rete, dallo sviluppo dei soci imprenditori e da una presenza sempre più forte nei territori. «La vera sfida è crescere aumentando la produttività della rete, dei processi e degli investimenti – conclude l'ad –. Stiamo lavorando sulla marca del distributore, sui freschi, sui servizi e sulla capacità di conoscere meglio il cliente. Nel retail la crescita va conquistata punto vendita per punto vendita».

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ANTONIO DI FERDINANDO
Amministratore delegato di Conad Adriatico

