

Il gruppo crea un'unica d.g., dagli acquisti al category management, per tutti i suoi territori

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Crai, una sola direzione retail

Cantone: non omologhiamo, anzi valorizziamo le diversità

DI MARCO A. CAPISANI

Il gruppo Crai Secom crea una sola direzione generale retail per tutti i suoi territori lungo la Penisola, compiendo così un ulteriore passo verso il modello di azienda unica. Sotto la direzione del d.g. di gruppo **Giuseppe Cantone**, la nuova area corporate riunirà operativamente le funzioni acquisti, category management, marketing, e-commerce e ancora information technology, supply chain e qualità, oltre ai responsabili commerciali territoriali. A livello di prodotto, invece, l'iniziativa coinvolgerà sia l'industria di marca sia la marca del distributore (mdd), per quello che riguarda per esempio la gestione commerciale e gli acquisti. Focus quindi sulle principali categorie merceologiche e, in particolare, su grocery, freschi, freschi confezionati e ortofrutta. Quest'ultima manterrà una specifica focalizzazione, in considerazione del suo valore strategico e per il posizionamento dell'insegna nel mercato di prossimità, sia con il format CraiGo sia con Tuttigiorni. In parallelo, rimane in essere la divisione mdd che si concentrerà su progettazione e sviluppo dei prodotti piuttosto che sui loro acquisti.

«La nuova organizzazione non vuole uniformare indistintamente l'offerta ma coniugare una regia più solida con una maggiore capacità di ascolto e adattamento territoriale», spiega a *ItaliaOggi* Cantone. «La condivisione di strumenti, dati, competenze e processi consentirà di valorizzare le eccellenze locali e calibrare con attenzione assortimen-

ti, politiche commerciali e iniziative di marketing sulle caratteristiche dei singoli mercati». A proposito di strumenti e dati, in particolare, la direzione generale retail punta a una misurazione secondo parametri unici dei risultati raggiunti dai vari punti vendita (in tutto 1.300 imprenditori coinvolti).

Nell'anno del suo 53° compleanno, il gruppo Crai Secom guidato dal presidente e a.d. **Giangiaco**mo **Ibba** continua lungo il percorso di sviluppo ed efficientamento interno, così come delineato dalla strategia «Crai futura» e a maggior ragione in un contesto di consumi deboli. A conferma, anche altri gruppi della distribuzione moderna nati confederando più aziende locali si muovono verso un modello organizzativo che abbia, nella sede centrale, un ruolo maggiore di coordinamento e crescita. Senza dimenticare che una sola regia, a livello per esempio di category management, diventa ancora più rilevante a fronte di un trend di razionalizzazione dello scaffale. Selezione che permette ai consumatori di poterlo visionare meglio e, nel caso, dando loro l'impressione che l'offerta lungo le corsie sia persino più ricca, anche se nella realtà è stata razionalizzata.

«La nuova d.g. retail ripartisce responsabilità distinte e complementari: alla direzione generale retail spetta il coordinamento delle leve principali mentre alle direzioni territoriali spettano la gestione della rete e la capacità di interpretare le specificità locali» chiosa Cantone. «Resta perciò determinante il ruolo dei direttori generali territoriali».

— Riproduzione riservata —



Giuseppe Cantone

