

GRUPPO UNICOMM, NUOVE APERTURE ALL'ORIZZONTE

PER IL BIENNIO 2024-2025 PREVISTI 250 MILIONI DI INVESTIMENTI DESTINATI ALL'INAUGURAZIONE DI 18 STORE. ALTA L'ATTENZIONE DEL PLAYER SULLE ENERGIE RINNOVABILI

Veronica Fumarola

Il 2023 per Gruppo Unicom si potrebbe definire un anno oltre le aspettative, grazie al **fatturato in crescita del +16% a totale gruppo e del +14,2% a parità di rete**. Anche i volumi hanno registrato risultati positivi, a eccezione di alcuni punti vendita in aree specifiche. Sulla scia di questi numeri, il Gruppo guarda con ottimismo al futuro, a partire già dal 2024, in cui auspica un ulteriore aumento dei ricavi a parità di strutture; introiti che dovrebbero crescere ancora considerando l'ampliamento della rete. **“Nel biennio 2024-2025**



Giancarlo Paola
Direttore
commerciale
Gruppo Unicom

– **annuncia Giancarlo Paola, Direttore commerciale Gruppo Unicom – prevediamo almeno 18 aperture, di cui 8-9 da realizzare già quest’anno, in tutte le regioni presidiate, con investimenti pari a circa 250 milioni di euro**, compresi importanti investimenti per lo sviluppo di strutture logistiche”.

PROMUOVERE PER FIDELIZZARE

Il Gruppo Unicom ha **aderito convintamente al trimestre anti inflazione, ma sperava in un sostanzioso contributo dell’Idm “che, di fatto, non ci è stato – commenta Paola –. Quindi, abbiamo utilizzato il paniere Mdd, incrementando il numero dei prodotti e ribassando il prezzo di molte referenze**. Per dare seguito all’iniziativa, a mio parere, credo sia necessario prendere un impegno: tenere fermi i listini di acquisto, ma non mi sembra ci siano i presupposti per perseguire su questa strada”.

Relativamente alle promozioni, il Gruppo, nel costruire le griglie promozionali, tiene conto dell’efficacia delle singole categorie/segmenti e dei relativi prodotti, oltre che delle stagionalità, incrociando i dati interni con quelli di mercato. “Da anni – informa Paola –, con le promozioni, cerchiamo di raggiungere altri obiettivi oltre a quello di trasmettere la convenienza ai clienti. Ad esempio, cerchiamo di stimolare acquisti complementari, enfatizzare le stagionalità nonché le tradizioni locali, presentare nuovi prodotti, ecc. **La nostra politica promozionale si propone, inoltre, di favorire l’upgrading di alcune categorie, dando ai nostri clienti l’opportunità di provare un prodotto che ha un value for money superiore per stimolare lo shopper ad acquistarlo e a fidelizzarsi alla referenza”.**

Qual è la posizione, invece, rispetto alla possibilità di nuovi rincari? “Il sistema – risponde Paola – non riuscirebbe a sostenere aumenti significativi per il

Gruppo Unicom in cifre

Fatturato 2022	2,8 miliardi di euro
Trend fatturato 2022	+13%
Fatturato stimato 2023	3,2 miliardi di euro
Insegne utilizzate	Emisfero (iper), Famila Superstore, Famila supermercati, Mega supermercati, Emi Supermercati, A&O supermercato, Hurrà (soft discount), C+C (cash & carry)
Regioni presidiate	7: Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Marche, Umbria, Toscana, Lazio
N. di punti vendita	270 negozi diretti
N. di nuove aperture programmate nel 2024	8-9
N. di ristrutturazioni programmate nel 2024	8
N. medio di referenze in assortimento	Ipermercati 15.500 (escluso non food), superstore 11.500, supermercati 8.500

Fonte: dati aziendali

terzo anno consecutivo, aumenti che provocherebbero un'ulteriore diminuzione dei volumi. Salvo poche eccezioni, credo che l'andamento e le previsioni delle quotazioni delle principali materie prime non giustificherebbero altri incrementi di listini”.

MDD: SI AVVICINA QUOTA 30%

Nell'ultimo anno la Mdd del Gruppo associato a Selex è cresciuta e in alcune aree e format è ormai vicina al 30% di incidenza a valore. **“La private label mostra risultati positivi anche a volume. Sicuramente, la diminuzione del potere di acquisto dei consumatori ha favorito la crescita dei prodotti a marchio del distributore, perché hanno rappresentato la risposta più concreta alla domanda di convenienza. Il nostro obiettivo è far sì che raggiunga un livello di quota necessaria a svolgere il suo ruolo strategico all'interno dell'offerta assortimentale”.**

LO SVILUPPO PASSA ANCHE DALLA DIGITALIZZAZIONE

Il Direttore commerciale Paola evidenzia anche mutati comportamenti di acquisto negli ultimi anni: **“Registriamo una più alta frequenza di spesa, un maggiore tempo di permanenza nei negozi e una più forte attenzione alla convenienza, con particolare orientamento verso la marca privata. Anche per questi motivi, abbiamo incrementato le attività di Crm per cluster di clienti in modo da rispondere puntualmente alle diverse esigenze, con l'obiettivo di aumentare l'indice di copertura. Inoltre, è da diversi anni che stiamo investendo in soluzioni digitali sia per il miglioramento delle operation sia dell'efficienza nelle strutture di vendita, oltre a proseguire l'evoluzione delle politiche**

Efficientamento energetico

Per proseguire la sua crescita e il percorso di ammodernamento, sul finire del 2023 Gruppo Unicom ha deciso di **investire sulle energie rinnovabili instaurando una partnership con Samsø, che ha portato alla nascita di una nuova società: Greenfood Energy.** Samsø è una realtà attiva nella progettazione, finanziamento e realizzazione di interventi di efficientamento energetico in ambito industriale, della pubblica amministrazione e residenziale; accompagnerà il gruppo della famiglia Cestaro nel **percorso di transizione energetica con l'installazione di impianti fotovoltaici per una potenza totale fino a 54.000 kWp nei 270 punti vendita distribuiti nel nord e centro Italia.** Tutte le sette insegne commerciali di ipermercati e depositi per la vendita all'ingrosso della realtà vicentina saranno quindi interessate dai lavori di efficientamento **con un risparmio complessivo stimato fino a 62,1 milioni di kWh.**

Questa iniziativa testimonia la forte volontà del Gruppo Unicom di rendere sostenibile il proprio sistema di approvvigionamento energetico in modo più strutturato e capillare, riconoscendo nella transizione green un asset strategico per lo sviluppo e la competitività della rete distributiva”, dichiara **Marcello Cestaro, Presidente Gruppo Unicom.**

di marketing in un'ottica digital. Naturalmente gli investimenti continueranno anche in futuro. **Per quanto riguarda l'e-commerce, invece, stiamo estendendo il servizio in modo graduale, consapevoli che, almeno nel breve, non tutti i bacini dimostrano un interesse significativo per questo canale”.** ■

© Riproduzione Riservata

