

Conad, fatturato a 20 miliardi «Pronti per nuove acquisizioni»

Lusetti, ceo del gruppo: consumi in calo? Sono legati anche ai redditi che non crescono

Caporalato

«Il caporalato? Facciamo controlli sui nostri fornitori perché non ci sia il rischio»

Si tiene oggi l'assemblea di bilancio di Conad, il consorzio a cui fanno capo sei cooperative, che a loro volta associano 2.200 imprenditori. Il presidente Mauro Lusetti anticipa: «Chiudiamo il 2023 superando i 20 miliardi di euro di fatturato, più 8,11%».

Punti di forza?

«L'ottimo andamento dei prodotti a marchio Conad che, con un balzo nelle vendite del 12,9%, rappresentano oggi 6 miliardi di euro di valore e il 33,2% del canale super».

Prospettive?

«Abbiamo confermato il piano di investimenti nel triennio 2024-2026 di oltre 1,7 miliardi di euro. Oggi abbiamo una quota di mercato del 15%, il nostro obiettivo è salire al 20».

Quali segnali per il 2024?

«L'analisi dell'andamento delle vendite dei primi cinque mesi ci consente di prevedere che supereremo i 21 miliardi di fatturato. Stiamo registrando una crescita del 4,5%, superiore al mercato».

Dopo Auchan altre acquisizioni?

«Nei prossimi 2-4 anni aumenterà la competizione e diminuiranno i margini. Ci aspetta una nuova fase di concentrazione. Ci sono player regionali molto capaci ma che non hanno le dimensioni per reggere l'urto. Se dovesse capitare l'opportunità di un'acquisizione siamo pronti».

Anche Selex dichiara per il 2023 un fatturato da 20 miliardi, 20,2 per la precisione.

«Al di là degli aspetti musicali, dello 0,1 o 0,2 in più o in meno, Conad può dire di essere oggi leader incontrastato per due motivi. Prima di tutto perché noi raggiungiamo questo risultato con un'unica insegna che compare su tutti i punti vendita. Per di più un'insegna che, secondo una società di consulenza internazionale come Brand finance, è all'ottavo posto nella classifica dei 100 marchi italiani con la maggiore forza. Unico distributore nella top ten. E poi perché i nostri punti vendita sono presenti in tutte le Regioni italiane».

La forma del consorzio è funzionale alla crescita?

«Decisamente. Il nostro è un modello unico perché abbiamo un presidio nazionale che va di pari passo con la dimensione territoriale».

La competizione in futuro si giocherà di più su prezzo o sostenibilità?

«Il consumatore vuole il prodotto sostenibile senza essere penalizzato sul prezzo».

Le grandi catene sono spesso accusate di fare gare capestro sia sulla logistica che sui prodotti che finiscono sugli scaffali.

«Noi investiamo sei milioni l'anno sui controlli sui mille fornitori dei nostri prodotti a marchio: se metto il mio nome su un prodotto prima verifico che non ci sia lavoro nero. Vogliamo suddividere in modo equo il valore lungo la filiera. Per la logistica, chi mette a gara un servizio sotto i prezzi di mercato sa bene che così si mette nelle condizioni il fornitore di violare regole ambientali o sul lavoro. E noi questo non lo facciamo».

Rita Querzè

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Consorzio

● Conad — acronimo di Consorzio nazionale dettaglianti — è un'organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio in Italia

● Gli imprenditori associati costituiscono le Cooperative, le quali operano nelle diverse aree del Paese

● Sul piano occupazionale, Conad conta nel complesso oltre 74 mila addetti su tutto il territorio nazionale tra Consorzio, Cooperative e Rete



Mauro Lusetti presidente Conad e di Associazione distribuzione moderna

