

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

## Aumenta del 12% il fatturato Conad Nord-Est Quando il successo vola sotto il segno della fusione

Un bel salto quello compiuto nel corso del 1990 il primo dopo la fusione tra le cooperative di Modena e Bologna nel fatturato di Conad Nord est si tratta infatti di un 12% una percentuale di tutto rispetto nella struttura degli andamenti del commercio. E in corso un reale consolidamento della nostra cooperativa nata dalla fusione delle "Mercurio" di Bologna e di Modena per cui si può già cominciare a parlare di un'identità aziendale senza con questo togliere importanza e valore alle esperienze finora compiute dice il direttore generale di Conad Nordest Francesco Camangi. L'obiettivo che ci eravamo dati era quello dello sviluppo e mi pare un obiettivo realmente centrato. A Conad Nordest fanno capo diverse strutture commerciali dal momento che si tratta comunque di un insieme multicanale si va dal piccolo negozio per cui è stata creata la minicategoria dei "Margherita" alla superette di duecento metri quadri o giù di lì per poi passare al supermercato vero e proprio - il canale Conad - in gergo aziendale fino a giungere al ipermercato di dimensioni superiori ai duemilacinquecento metri. Abbiamo ottenuto un buon sviluppo in tutti i canali in cui si articola il Conad - riprende Francesco Camangi - Siamo piuttosto soddisfatti dell'andamento dei negozi Margherita i cui primi spot pubblicitari stanno circolando in questo periodo. Si tratta del primo lancio di questo tipo anche se i risultati che finora abbiamo analizzato dimostrano che c'è una buona rispondenza di pubblico all'idea guida dei "Margherita". La Margherita Conad contrassegna una serie di oltre 120 punti vendita dislocati un po' in tutta l'area coperta dalla cooperativa Conad Nordest e caratterizzati da una grande attenzione per la freschezza dei prodotti e la qualità fatta salva la competitività di prezzo rispetto ai piccoli negozi di vicinato. «Il fatto di appartenere ad una minicategoria consente a questi negozi di essere più governati rispetto a un negozio qualunque, e di non cavalcare spinte autonomiste» commenta ancora Camangi il quale prosegue a illustrare gli andamenti. «Il canale Conad era quello considerato più a rischio» rispetto alla concorrenza degli ipermercati

che stanno spuntando anche nella nostra zona. Al contrario infatti continuano egregiamente a svolgere la loro funzione. Infine c'è il canale Iper, in cui Conad Nordest ha una sola presenza ma già significativa. L'iper Pianeta nel centro commerciale La Rotonda di Modena ha dato ottimi risultati. Inoltre siamo trattando per l'apertura di un altro ipermercato a Bologna (via Larga). Sviluppo quindi. Che dire però delle recenti «chiacchiere» sulle vendite di alcuni immobili di proprietà Conad in cui si trovano i supermercati? «L'esperienza degli Iper ci sembra molto positiva ma ciò non significa che la nostra vocazione sia quella di fare investimenti immobiliari che gestionali. Il nostro mestiere è la gestione dei punti vendita e questo

spiega la nostra decisione di disinvestire. Non è valida alcuna valutazione rispetto a presunte nostre difficoltà economiche. Anzi l'iper ha dato un risultato di esercizio superiore dell'8% al budget previsto. Avanti su questa strada dunque. Anche perché la competizione incombe. Quello che ci interessa in questo momento è che le amministrazioni pubbliche facciano bene la loro parte. Non ci piacciono i tentativi di cambiare le carte sul tavolo mentre si gioca. Noi abbiamo fatto i nostri programmi sulla base di dati certi rispetto ai piani commerciali. Se cambiano le regole, ci troviamo spiazzati. E abbiamo individuato le nostre scelte di sviluppo in realtà in cui siamo già consolidati e abbiamo ancora spazio per muoverci».



## Una struttura a dimensione umana Si chiama Pianeta ma è solo un ipermercato

È molto grande ma tutto sommato non sembra. Il primo ipermercato Conad Nordest è a Modena si chiama «Pianeta» e si trova all'interno del centro commerciale «La Rotonda». Il nome non è affatto di fantasia, visto che il centro ha una forma ovoidale, con la corsia dei negozi che corre tutto intorno. L'ipermercato non è affatto «mega», è gentile e ha una dimensione umana nonostante le misure in metri quadrati. Il trucco? molta cura nei particolari, una presentazione delle merci precisa e variegata scaffali molto alti per mitigare l'effetto di smarrimento che solitamente dà la grande dimensione. E poi le corsie larghe i pavimenti in ceramica bianca molto invitanti e «domestici». Il primo esperimento di presentazione di questo tipo - che costa molto visto che ammonticchiare le merci sarebbe stato economicamente assai più conveniente - è stato fatto a Bologna con il supermercato integrato di via Mazzini e trasportato in grande a Modena. Il piacere è quello di scegliere la frutta e la verdura indossando guanti di plastica e pesandosi

la merce per conto proprio, di vedere pesciolini e pesciolini aggirarsi freschissimi nel banco pesce, gironzolare nei reparti di extralimenterie e comprare a buon prezzo compact disc e strumentazioni hi fi. Un piacere, poi è quello di pagare con Conad card. Si tratta della carta di debito valida su tutto il circuito nazionale Conad (quindi non solo nell'area di Conad Nordest) e consegnabile alla fedele clientela che ne faccia richiesta agli appositi banchi allestiti nei punti vendita più importanti. Si possono fare fino a 500.000 lire di spesa al giorno e, in avanti, potrà diventare una regolare carta di credito.

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

## Fusione Coop Modena e coop Ferrara Perché un successo? Tanta innovazione ed un forte sviluppo

Nel binomio innovazione e sviluppo sono sintetizzate insieme la filosofia e la pratica realizzativa seguite da Coop Estense negli ultimi anni. Nata nel 1989 dalla fusione di Coop Modena e Coop Ferrara essa è oggi un'azienda in forte espansione, con una solida leadership di mercato nella distribuzione moderna nelle due province e con significative presenze in aree vicine, Veneto in particolare. Alcune cifre servono soltanto a dare un'idea della dimensione della cooperazione di consumo a Modena e Ferrara: 49 punti di vendita (di cui due ipermercati) per complessivi 50 mila metri quadri, 164 mila soci, 675 miliardi di vendite nel '90, ossia praticamente il doppio rispetto alla somma dei fatturati delle due aziende cinque anni prima, un utile netto di oltre 21 miliardi 2350 dipendenti.

### La carta d'identità del punto vendita

L'apertura, avvenuta in queste settimane, dei supermercati di Castelfranco e Nonantola ha concluso il vecchio piano poliennale e segnato l'inizio di quello che porterà l'azienda alla metà degli anni Novanta. Un quinquennio, il prossimo che coincide con l'ambizioso progetto delineato dalle quattro cooperative di consumatori dell'Emilia Romagna e della Coop del Friuli Venezia Giulia, di dare vita ad una unica impresa, che si propone di estendere la presenza Coop ol-

tre che in tutto il Triveneto, lungo l'intera fascia adriatica dell'Italia. La scelta strategica compiuta da Coop Estense è quella di puntare sull'ulteriore ammodernamento della rete commerciale, attraverso lo sviluppo di nuovi ipermercati e supermercati integrati. «L'obiettivo - spiegano i dirigenti dell'azienda - è il mante-

nimento e il consolidamento della riconosciuta leadership di Coop Estense a Modena e Ferrara sia in termini di quote di mercato che di convenienza oltre che di offerta di servizio».

Parole che per Modena hanno un significato preciso: la realizzazione del secondo ipercoop all'interno del grande centro com-

merciale previsto a Cittanova nell'ambito del progetto Quartiere degli Affari. A due passi si può proprio dire della moderna torre di vetro-cemento che ospita gli uffici di Coop Estense nei pressi dell'uscita Nord dell'Autostrada. Il centro commerciale di Cittanova sarà per dimensione e complessità assai più im-



In alto la sede della Coop Estense (direzione e amministrazione) di Modena, qui di fianco l'avveniristico ipercoop «Il Castello» di Ferrara

gnativo tanto de «Il Castello» qui la decisione di associare mente in fa uno dei ma cesi che fo zione sia fi nale. Anche zazione sor ne. I aper to coop compo ristrutturazi dita Coop in presenta ur scelte del p tesse a riq il servizio r sumatori. A Ferrar de rafforz za nei centr tanti. Da qui mercati inte Bondeno me c'è la volon tanti realiz pianificazio gionale e pe Estense si è data. Per l in ora definiti vedono di c prossimi cin come 150 r peraltro di au Soprattutto gli interventi di Modena Estense è in la Coop Emi strutturazio ne a marchio la ex Full in questa regio via nel qual cooperative c vo distretto in le ha spinte a della costruz imprese sia per divisioni ritoriali oper all'estremità di questa op prossimi ann ca ipermerc quattro coop le. Dopo aver l'ipermercato ranto Adriatic cantiere altri neto e due a Per Coop Est società comp vestimenti pe di, portando 91/95 a circa Uno sforzo de rilievo, g dalle previsio cooperativa le quanto realiz altre imprese gna, si trover con un volume mente doppio miliardi. A c Estense avrà tre 210 mila) u punti vendita ( perficie più a la metà dei qu ipermercati tempo pieno l'impresa che re un interrog cessità dell'ur altre imprese gna e del Friuli «In realtà è vertice di Coop sviluppi nuovi mensioni: sonc cooperazione assolvere al p fesa attiva de significa capai sul piano dell qualità con i g mericialitalian