

SUPERCENTRO, TRA RESTYLING E NUOVE APERTURE

LA REALTÀ TARANTINA HA IN PROGRAMMA INVESTIMENTI PER MIGLIORARE L'ESPERIENZA D'ACQUISTO IN NEGOZIO E AMPLIARE LA RETE VENDITA, CON UN OCCHIO DI RIGUARDO PER LA TERRITORIALITÀ E L'E-COMMERCE

📍 Veronica Fumarola

Nuovo anno, nuove sfide per Supercentro. Già il 2021 si era aperto con un'importante novità: l'ingresso nella centrale D.It e il cambio di insegna su tutta la rete in Puglia, Basilicata e Calabria. Il 2022 non sarà da meno: **sono previsti importanti investimenti per il restyling di 14 punti vendita di proprietà e cinque nuove aperture**, a gestione diretta, da realizzare nel biennio 2022-2024 in Puglia. Ma qual è il bilancio dei primi 12 mesi con le insegne Ipersisa, Sisa e Quick Sisa? “Dopo una fase di ristrutturazione finanziaria – fa sapere **Antonio Bonucci, Direttore Generale Supercentro** –, il 2021 si è chiuso per il Gruppo con un fatturato di 240 milioni di euro e una crescita del 13% rispetto all'anno precedente, in linea con gli obiettivi prefissati. Nel 2022, invece, entrerà nel vivo il piano di sviluppo e restyling dei punti vendita proprietari (per cui sono stati previsti investimenti di 3,5 milioni di euro nel 2022, ndr). Non si tratterà di una mera ristrutturazione ordinaria, ma **interverremo sul layout e sul percorso merceologico degli store, per rendere più veloce la spesa per i consumatori**. Inoltre, aumenteremo l'offerta, inserendo altre famiglie merceologiche che vadano incontro alle nuove esigenze. L'obiettivo è sempre lo stesso e vede al centro il consumatore: favorire una migliore esperienza d'acquisto che lo coinvolga sempre più. Supercentro, che da sempre presta attenzione alle dinamiche ambientali,



“Aumenteremo l'offerta, inserendo altre famiglie merceologiche che vadano incontro alle nuove esigenze”

Antonio Bonucci
Direttore Generale
Supercentro

effettuerà interventi mirati anche per ridurre le emissioni di CO2 dei punti vendita, ma non ci fermiamo qui. Lavoreremo per rendere più efficiente l'operato quotidiano e la nostra organizzazione, velocizzando l'elaborazione e la condivisione di data-report periodici, per agire con più tempestività sulle criticità che emergono”.

PIÙ LOCALISMI PER L'ORTOFRUTTA

Ormai è un dato di fatto: la pandemia ha cambiato i comportamenti di acquisto e nuove abitudini sembrano essersi consolidate. **“Salute e sostenibilità – sottolinea Bonucci – costituiscono driver sempre più determinanti. A conferma di ciò ritroviamo l'orientamento verso alimenti provenienti dal territorio e di qualità elevata**, preparati in casa e sostenibili, nel tentativo di ridurre gli sprechi alimentari. Queste nuove tendenze sono presidiate attraverso l'occhio attento della forza vendita. Ogni loro input viene subito recepito dai category e si traduce in nuovi inserimenti a scaffale, ma anche in un maggior presidio dei reparti per noi strategici e driver di scelta dei nostri supermercati. Oltre ai reparti inaugurati nel 2020, come la parafarmacia, la libreria, il bazar leggero, il surgelato

Sisaonline.it al decollo

Aumentare il livello di servizio è tra le priorità di Supercentro. Va in questa direzione l'adesione al progetto e-commerce della centrale D.It, attraverso la piattaforma Sisaonline.it. **“Ad oggi – nota Antonio Bonucci, Direttore Generale Supercentro – i punti vendita attivi con il sistema click & collect sono dieci**. Il progetto, partito ad agosto 2021, è in una fase di 'messa a punto'. L'obiettivo è quello di generare valore per tutte le realtà coinvolte e per questo, al momento, il servizio è ancora in fase di valutazione economica. Dal 2022 proseguiamo con il piano di sviluppo già condiviso con la centrale D.It”.



sfuso e, in qualche caso, anche la pescheria, che ormai consolidano la loro presenza e importanza, nell'ultimo anno **abbiamo rivolto l'attenzione all'ortofrutta, favorendo produttori locali e una gestione della logistica che ci permette di avere prodotti ancora più freschi, genuini e soprattutto del territorio**".

Questo approccio è la normale conseguenza delle politiche commerciali di Supercentro, impegnata a dare valore alla 'microterritorialità' in cui opera, e coinvolge anche la Mdd. "Nell'ultimo anno – spiega Bonucci – abbiamo introdotto gradualmente il nuovo assortimento a marchio privato. **L'obiettivo per il 2024 è raddoppiare quota e numerica dei prodotti private label.** Attraverso iniziative mirate intendiamo anche rafforzare la percezione della qualità dei prodotti a marchio e lavorare affinché abbiano connotati di distintività e caratteristiche che vadano incontro alle esigenze dei consumatori, dal minor impatto ambientale fino alla territorialità". Anche i nuovi servizi seguono l'impronta 'green': da gennaio 2021 i punti vendita di proprietà collaborano con un'app che consente di evitare sprechi e vendere a prezzi scontati i prodotti vicini alla scadenza.

RINCARI, DIALOGO CON I FORNITORI

L'allarme suona ormai incessante: dato per certo il maggior costo di energia, materie prime, trasporti, su chi cadranno gli aumenti? **"Già dal secondo semestre del 2021 – risponde Bonucci – assistiamo a un aumento generale dei prezzi d'acquisto che l'industria di marca sta effettuando.** È un problema che ricade su tutti i comparti produttivi e sulla Gdo, discount inclusi. Gli aumenti sono consistenti in ogni categoria: pasta, farine, merendine, salumi, conserve di pomodoro, olio, fino ai prodotti lattiero caseari e ortofruttili. Il rischio è che ci sia un incremento dei prezzi per il consumatore

Supercentro in cifre

Fatturato 2020	220 milioni di euro
Fatturato stimato 2021	240 milioni di euro
Trend fatturato stimato 2021	+13%
Superficie di vendita complessiva	17.560 mq (punti vendita di proprietà)
Insegne	Ipersisa (superstore), Sisa (supermercati), Quick Sisa (superette), Stop&Shop (cash & carry)
Regioni presidiate	3: Puglia, Basilicata, Calabria
Quota di mercato a livello regionale	Puglia 4,2% (fonte: Iri, iper + super, anno progressivo 10.12.2021), Area 4 1% (fonte: Iri, iper + super, anno progressivo 10.12.2021)
N. punti vendita	114: 19 Ipersisa, 49 Sisa, 42 Quick Sisa, 4 Stop&Shop
N. nuove aperture programmate nel 2022-2023	5
N. ristrutturazioni programmate nel 2022	14
N. medio di referenze in assortimento	Ipersisa 8.500, Sisa 7.200, Quick Sisa 5.400
Linee Marca del distributore	Primo (convenienza), Sisa (mainstream), Gusto&Passione (premium), Verdemio (biologico/ecologico), Equilibrio&Piacere (salutistico)
N. referenze Mdd	Primo circa 80 referenze, Sisa circa 600 referenze, Gusto&Passione circa 150 referenze, Verdemio circa 150 referenze, Equilibrio&Piacere circa 60 referenze
Incidenza Mdd sulle vendite	6% a valore
Incidenza della pressione promozionale sulle vendite	28% a valore, 27,8% a volume
N. titolari carta fedeltà	372.500
Punti di contatto online	www.supercentro.it, www.iltuosupermercato.it, www.supersisa.com, www.stopeshop.it; Facebook, Instagram

Fonte: dati aziendali

pari al 2-4% nel 2022. **Per questo crediamo che tutti gli attori della filiera debbano essere responsabili. Non intendiamo scaricare tutta l'inflazione sui consumatori e siamo disponibili ad accettare incontri risolutivi con l'industria.** Al momento, stiamo cercando di tutelare i clienti limitando i rincari, anche attraverso un maggiore efficientamento dei processi, per ridurre quanto più possibile l'erosione dei margini che ne potrebbe derivare". ■

© Riproduzione Riservata