



B&amp;P

**Barabino & Partners**

Consulenza di direzione in Comunicazione d'Impresa

**Italia Oggi**

Pag. 16

Data

19 LUG 2006

## 21 nuovi franchising Ekom e Doro Centry con fresco e prodotti di marca

# Gruppo Sogegross cresce con i discount all'italiana

DI **BENEDETTA TUIN**

Sogegross, gruppo genovese attivo nella distribuzione moderna, con cinque differenti canali (cash & carry Sogegross, superstore Basko, discount Ekom, supermercati in franchising Doro Centry e on-line su [esperya.com](http://esperya.com)) cresce nella rete franchising. E mette a segno 21 nuove aperture a marchio Ekom e Doro Centry portando così a 109 i punti vendita affiliati che spaziano oltre i confini della Liguria, anche in Piemonte, Toscana, Emilia Romagna, Valle D'Aosta e Lombardia.

A questi store (39 a insegna Doro Centry, 50 insegna Ekom e 20 indipendenti assimilabili ai due precedenti format distributivi) si aggiungeranno nei prossimi tre mesi ulteriori 15 aperture che riguardano 12 nuovi discount Ekom e 3 nuovi supermercati Doro Centry.

Obiettivo del gruppo, che conta attualmente 2 mila addetti e oltre 200 punti vendita per un fatturato consolidato 2005 di oltre 522 milioni di euro, è crescere oltre il Nord Italia, soprattutto nelle regioni ricche di piccole aziende ad alta autonomia familiare per cui il business del franchising viene facilitato con soluzioni su misura.

Contro il modello tedesco, in-

### Basko primo on-line in Liguria

Dopo l'uscita di Esselunga dal panorama ligure della spesa on-line Basko, la catena di supermercati del gruppo Sogegross si è imposta anche su internet come leader di distribuzione della spesa in Liguria. E dal 2003, anno di entrata in funzione del sito [www.basko.it](http://www.basko.it), è diventato il primo operatore della regione per i servizi personalizzati ai clienti. Per l'estate poi, dopo l'esperienza dello scorso anno della spesa a domicilio sulle spiagge il gruppo garantisce la spesa a domicilio gratuita per anziani o diversamente abili anche al numero verde 800.16.88.14.

fatti, Sogegross rilancia il discount all'italiana «con pacchetti che tengono conto della configurazione territoriale», fanno sapere dal gruppo, «e flessibilità logistica e commerciale». Niente forniture standard quindi, come avviene nella maggior parte della grande distribuzione discount, ma un marketing gastronomico che non rinuncia ai prodotti tipici regionali nei banchi freschi serviti di macelleria, gastronomia, frutta e verdura oltreché a prodotti delle principali marche come Barilla, Ferrero e Lavazza. «Flessibilità e dialogo con i nostri partner commerciali», sottolinea Mirko Bruschi, direttore canale affiliazione Ekom e Doro Centry, «sono le peculiarità della nostra formula franchising che sta trovando ampio consenso da parte di quelle famiglie di imprenditori che tradizionalmente rap-

presentano il tessuto della distribuzione moderna di piccole e medie dimensioni».

«A questi affiliati», prosegue il manager, «proponiamo un dialogo costante e diretto, soluzioni su misura e soprattutto la condivisione di progetti di lungo periodo che in molti casi hanno portato alla costruzione di realtà locali di una certa entità. Per questi partner rappresentiamo un solido sostegno con cui condividere scelte importanti e di lungo periodo». Per le strategie di lungo periodo il gruppo ha messo appunto un'assistenza mirata per gli affiliati che intendano moltiplicare i loro punti vendita in altre location «e i vantaggi», fa sapere il gruppo, «si estendono a facilitazioni finanziarie e sviluppo a seconda della configurazione territoriale dei siti». (riproduzione riservata)