

LA RESILIENZA DI GRUPPO SOGEGROSS

SI CONFERMANO I PROGETTI E GLI INVESTIMENTI PER L'ANNO IN CORSO E SI LAVORA AI FORMAT DI VENDITA E ALLA MARCA PRIVATA. ASSORBENDO NEL FRATTEMPO GLI AUMENTI DEL MERCATO PER SALVAGUARDARE IL POTERE D'ACQUISTO DELLE FAMIGLIE

📍 Silvia Fornari

Gli investimenti realizzati da Gruppo Sogegross nel corso dell'ultimo anno sono stati in linea con il piano dichiarato, che prevedeva 200 milioni nel periodo 2022-2025, e hanno riguardato principalmente l'area immobiliare (con una nuova apertura in Liguria nella divisione supermercati Basko) e riqualificazione della rete di vendita, l'ambito dell'innovazione e delle tecnologie e le strutture logistiche. E, secondo le previsioni, il 2022 si chiuderà con il superamento del miliardo di fatturato. "Tuttavia, anche se il fatturato stimato è superiore al budget previsto, anche in relazione all'eccezionale ondata inflattiva del periodo, il conto economico è sensibilmente peggiorato a causa dei costi operativi, che sono in continua crescita, a partire da quelli relativi all'energia – fa sapere **Maurizio Gattiglia**,



Maurizio Gattiglia
Amministratore
delegato
Gruppo Sogegross

Amministratore delegato Gruppo Sogegross -. Quest'anno, il lavoro di stesura dei budget è stato particolarmente complesso, in particolare in relazione alla crescita dell'inflazione e al calo dei consumi. **Il budget complessivo del Gruppo sarà +7% rispetto al pre closing 2022. Per quanto riguarda invece i piani previsti fino al 2025, si confermano investimenti per 200 milioni di euro**, con particolare accelerazione e priorità a tutti i progetti finalizzati al contenimento del consumo energetico. Al momento, nel corso del 2023 prevediamo di attuare 7 nuove aperture e 10 ristrutturazioni di punti vendita esistenti". Nell'ultimo periodo il Gruppo ha realizzato numerosi progetti, **dal nuovo format Basko al re-branding dei cash&carry GrosMarket con l'integrazione di nuovi servizi digitali, fino al nuovo concept di prossimità Doro. E attualmente si sta lavorando a un progetto di revisione assortimentale sul soft discount Ekom**, che sarà operativo nei primi mesi dell'anno. Mentre sul fronte tecnologia e sostenibilità, oltre a test operativi su diversi ambiti, è in corso un importante progetto di connessione in telegestione che interessa tutti i canali, con monitoraggio dei consumi di banchi frigo e celle di tutta la rete vendita, finalizzato a ridurre il consumo e lo spreco energetico.



CONTRASTARE GLI AUMENTI DI PREZZO

Aumento della frequenza d'acquisto, diminuzione dello scontrino medio, crescente sensibilità verso la riduzione degli sprechi alimentari: sono questi, secondo il Gruppo, alcuni comportamenti d'acquisto che si stanno consolidando. "Per andare incontro alla tendenza in atto - sottolinea l'Amministratore delegato -, **abbiamo inserito in assortimento una selezione di prodotti a grammatura ridotta, quindi con un minor costo unitario**, con la doppia finalità di consentire al consumatore di contenere il costo della spesa e di ridurre le possibilità di spreco. Tra le nuove tendenze emerse in seguito alla pandemia, registriamo un incremento nel consumo di surgelati riconducibile a un diverso contesto del mercato, ma anche a una nostra crescente attenzione nel presidio della categoria". In questo scenario, anche la Pl si rivela uno strumento per contrastare gli aumenti di prezzo del mercato e, attraverso iniziative concrete, salvaguardare il potere d'acquisto delle famiglie. "Siamo intervenuti sui nostri prodotti a marchio - spiega Maurizio Gattiglia - assorbendo un'importante quota dell'inflazione attuale che deriva dallo scenario nazionale e internazionale, incrementando il numero di prodotti coinvolti in attività promozionali dedicate ai nostri clienti più fedeli. Nell'ultimo anno rileviamo una crescita della Mdd, sia a valore, in relazione all'inflazione, sia a volume, per uno spostamento del consumo verso questi prodotti, ad alto rapporto qualità/prezzo e con euro/kg inferiore". Riguardo l'assortimento, **è previsto per il 2023 un aumento della numerica delle referenze del mainstream Primia** per coprire anche piccoli segmenti non ancora presidiati.

FORNITORI, NEGOZIAZIONI IN RITARDO

Lo scenario economico degli ultimi mesi ha impattato anche sulle negoziazioni con i fornitori. Il Gruppo ha registrato un notevole ritardo nei rinnovi contrattuali, che non sono iniziati a fine anno come di consueto, ma sono stati posticipati ai primi mesi del 2023. "Nel 2022 abbiamo vissuto una situazione senza precedenti - commenta Luca Gattiglia, Direttore acquisti Gruppo Sogegross -: abbiamo registrato un'inflazione puntuale all'acquisto di quasi 13 punti e un'inflazione media di 7,7 punti. Riceviamo richieste di aumento da parte di tutta l'industria, in tutti i settori merceologici: quelli maggiormente colpiti risultano il lattiero-caseario, con punte fino al 45%, e le conserve, particolarmente quelle in vetro, con rincari che superano il 30 per

Gruppo Sogegross in cifre

Fatturato stimato 2022	1.041 milioni di euro
Trend fatturato stimato 2022 rispetto al 2021	+6,5%
Trend delle vendite a parità di rete 2022	+7,5%
Fatturato previsto 2023	1.116 milioni di euro
Trend fatturato previsto 2023	+7%
Trend delle vendite a parità di rete 2023	+5% su a.p.
Insegne	Cash&Carry (marchio GrosMarket), Supermercati e Superstore (marchio Basko), Soft Discount (marchio Ekom, sia di proprietà diretta del Gruppo che in franchising), Supermercati e Superette in franchising (marchio Doro)
Regioni presidiate	5: Liguria, Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Toscana
N. punti vendita	264: 56 supermercati Basko, 125 discount Ekom (46 di proprietà e 79 affiliati), 23 cash&carry GrosMarket, 60 franchising Doro.
Linee Marca del distributore	Linee del consorzio Agorà Network: Primia (miglior qualità a prezzo competitivo), Percorsi di Gusto (linea premium: accurata selezione di eccellenze alimentari italiane), Via Verde Bio (prodotti da agricoltura biologica e prodotti che tutelano l'ambiente), Spesa Leggera (primo prezzo: assortimento di base e prodotti di convenienza), Qualità Basko (con cui l'insegna firma i propri prodotti di gastronomia, di salumeria, oltre ai piatti pronti caldi e freddi da asporto, di cui garantisce la qualità delle materie prime e delle preparazioni), Scelta Basko (una selezione, curata con particolare attenzione dagli esperti Basko, di prodotti di eccellenza, spesso realizzati da piccoli produttori locali e appartenenti dalle diverse tradizioni regionali italiane); linee 100% Latte Ligure-Piemontese (progetto di filiera nel mondo caseario), linee esclusive GrosMarket Cash&Carry: Q Maiscola (assortimento per la clientela professionale), Qui pulito (prodotti per la pulizia e sanificazione degli ambienti professionali)
N. referenze Mdd	Primia 1.300, Percorsi di Gusto 200, Via Verde Bio 300, Spesa Leggera 50, Qualità Basko 60
N. titolari carta fedeltà	325.000 titolari di Prima Card di Basko, nata nel 1999
Punti di contatto online	www.sogegross.it, www.grosmarket.it, www.basko.it, www.ekomdiscount.it, www.dorosupermercati.it; Facebook, Instagram, LinkedIn

Fonte: dati aziendali



cento. Nel 2022 gli aumenti medi di listini al lordo della contrattualistica sfiorano il 25%: percentuale quintuplicata rispetto alla media degli ultimi anni. **È necessario ragionare con l'industria per limitare l'aumento dei listini, almeno nei primi mesi del 2023**, per poter valutare l'evoluzione dell'attuale situazione internazionale e non aumentare i prezzi al consumatore, a oggi in gran parte assorbiti dalla distribuzione". Da fine 2021 Gruppo Sogegross ha assorbito buona parte dell'inflazione, riducendo consistentemente i propri margini, nei confronti dei clienti finali e verso gli imprenditori partner in affiliazione. Una scelta in continuità con la filosofia del Gruppo, volta al mantenimento delle quote di mercato e alla salvaguardia del potere d'acquisto delle famiglie, anche a scapito della redditività. Ma potrebbe essere utile ridurre il numero di fornitori? Una



Luca Gattiglia
Direttore acquisti
Gruppo Sogegross

strategia poco lungimirante secondo Luca Gattiglia, anche in relazione alla discontinua disponibilità dei prodotti, dovuta in particolare alle criticità di produzione e alle problematiche del mondo dell'imballaggio e del confezionamento, mentre al contrario sarebbe più utile allargare e diversificare il portafoglio dei fornitori partner. "Con riferimento alla continuità dei rifornimenti – fa notare il Direttore acquisti –, rileviamo una difficoltà a livello trasversale, dal piccolo fornitore alla multinazionale. Abbiamo adottato tutte le misure necessarie per garantire la continuità delle scorte e la corretta presenza dei prodotti in punto vendita, tuttavia il livello di servizio da parte dei fornitori è peggiorato, spesso per ragioni più legate alla produzione e all'imballaggio che alla disponibilità di materia prima". ■

© Riproduzione Riservata

Basko Rapido, la nuova frontiera del Q-Commerce

Gruppo Sogegross è stato tra i primi in Italia a sviluppare un progetto di e-commerce, che Basko ha reso disponibile già nel 2003. Il binomio qualità e innovazione è il fil rouge che unisce tutte le iniziative del Gruppo, cui recentemente si è aggiunto il nuovo 'Basko Rapido': si tratta di un progetto di Q-Commerce, la nuova frontiera dell'evoluzione home delivery, in lancio proprio in questo periodo a partire da Genova.

"È una proposta innovativa che offre

ai consumatori rapidità e comodità – spiega Maurizio Gattiglia –: **dopo aver effettuato la spesa sul sito o tramite app, un rider in bicicletta consegnerà la spesa a casa entro un'ora, secondo la fascia di consegna selezionata.** Abbiamo intercettato la crescente esigenza dei consumatori di avere un riscontro molto veloce all'acquisto, abbinato ovviamente a un servizio comodo e affidabile".

Con Basko Rapido diventano otto i

modi in cui è possibile fare la spesa presso i supermercati Basko: oltre che nei supermercati tradizionali, spesso con consegna a domicilio, è possibile infatti acquistare online con consegna a casa, ritiro in negozio, ritiro al locker self service di Genova Nervi, con il servizio di ritiro della spesa sul luogo di lavoro presso le aziende convenzionate e tramite EuGenio, il primo virtual assistant che porta la spesa a casa, lanciato a luglio 2021.