

REALTÀ STORICA DELLA GD ITALIANA, HA RIDIMENSIONATO LA RETE RIFOCALIZZANDO LA SUA ATTIVITÀ

Gruppo Lombardini concentrerà il business sui fondamentali

Roberto Pacifico

Lombardini è uno dei gruppi storici della distribuzione alimentare italiana. Emilio Lombardini, scomparso pochi anni fa a oltre 90 anni, aveva fondato l'azienda di famiglia nel 1929. Nel 1959 è stato il fondatore di Végé, la prima organizzazione verticale del commercio moderno, l'unione volontaria più famosa che aprirà il mercato e darà impulso all'associazionismo. Nel 1964 viene inaugurato il primo cash and carry italiano con insegna GrosMarket.

LE INSEGNE

Nell'ottica di una multicanalità che rimane anche oggi una delle linee di riferimento per la sua strategia distributiva, Lombardini sviluppa il canale dettaglio: supermercati e ipermercati Pellicano (*pellicanosuper.it*), e i discount Ld Market (*www.ld-*

market.it) che lo ricordiamo sono stati i primi discount in Italia a fregiarsi della certificazione Iso 9000 relativamente ai prodotti di marca propria. La rete di vendita che riporta, direttamente o indirettamente (franchising) al gruppo di Dalmine (Bg), presidia oggi tutta l'alta Italia (Val d'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia, Emilia Romagna, Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia) con i 316 discount Ld Market, mentre il gruppo ha deciso di concentrare le strategie commerciali per quanto riguarda i suoi 197 punti di vendita a insegna Pellicano (193 supermercati e 4 ipermercati), in tre regioni: Lombardia, Piemonte e Sardegna: una decisione successiva al ritiro dal Veneto in seguito alla cessione di 62 supermercati Pellicano ad Aspiag, il centro distributivo padovano aderente a Despar, che li ha convertiti nel formato Despar ed

Eurospar. Fra i principali orientamenti strategici di Gruppo Lombardini nel 2008-2009 spiccano la concentrazione del business sul nord Italia e la cura particolare dell'assortimento a marca privata che prevede tre principali brand nel canale super (Pellicano Bio, Blu per l'igiene e la cura del corpo, Selezione Pellicano, Pellicano Fresco), e una segmentazione non meno articolata all'interno delle 1.400 referenze medie di un Ld Market, che comprendono 900 prodotti a marchio. A conferma della missione e dell'attività multicanale il gruppo opera anche nel supermercato online (*volendo.com*) con un'offerta che comprende 5.000 prodotti.

CANALI E VENDITE

Le vendite al dettaglio nel 2008 sono stimate in 798 milioni di euro, un risultato in calo di circa il 9% rispetto alle vendite del 2007 ammontate a 883 milioni di euro. Questi dati non comprendono, però, i discount, che pure rappresentano oltre il 42% del giro d'affari complessivo che secondo lo stesso Gruppo Lombardini (*www.lombardiniholding.it*) è stato nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2007 pari a 1.530 milioni di euro. Riflettendo sui dati di fonte aziendale relativi al 2007, i cash and carry (20 unità) fatturano nel

Strategie Lombardini

- Nel commercio al dettaglio la focalizzazione dell'attività privilegerà la rete nel **nord-ovest e in Sardegna**
- Il **discount** è uno dei canali più importanti per il gruppo
- Attenzione verso le **private label**, con segmentazione trasversale per canali e tipologie

complesso circa 220 milioni di euro, per una superficie di vendita complessiva di 90.000 mq: la resa per punto di vendita è dunque alta rispetto a discount (10,5 milioni di euro contro 2 milioni) e super+iper (3,4 mio di euro per pdv), con una produttività minore dovuta alla superficie più ridotta: iper+super assommano 100.000 mq mentre i discount 140.000 mq. Gruppo Lombardini fa parte di Intermedia1990, seconda supercentrale italiana con una quota del 19,2% (Fonte: Iri Infoscan, potenziale Iss Lcc, della quale è stato socio fondatore. La quota di mercato di Lombardini è stimata da Iri Infoscan (potenziale Iss Lcc) a 0,7%. ■

Lombardini in sintesi

- **1.530 mio di euro** le vendite al pubblico aggregate nel 2007*
- **798 mio di euro** le vendite previste nel 2008**
- **330.000 mq** la superficie di vendita totale (inclusi C+C)
- **4.350 gli addetti** (inclusa holding)
- **25,5 euro** lo scontrino medio complessivo, **25,1 euro** lo scontrino medio nei supermercati e ipermercati

* Comprende anche i discount che rappresentano il 42,5% del giro d'affari

** Si riferisce a tutta la rete, esclusi i discount

LA RETE DI VENDITA

262 punti di vendita al dettaglio di cui:

- **127** fino a 399 mq
- **110** da 400 a 2.499 mq
- **5** > 2.500 mq
- **20** cash and carry
- **316** discount

Fonte: elaborazioni dell'autore su dati aziendali e Intermedia1990

Il management di Lombardini Holding spa

Presidente: Tito Lombardini

Direttore generale: Vincenzo Brizzi

Amministratore delegato supermercati, ipermercati e cash and carry: Andrea Lombardini

Amministratore delegato Lombardini discount spa: Emilio Lombardini junior