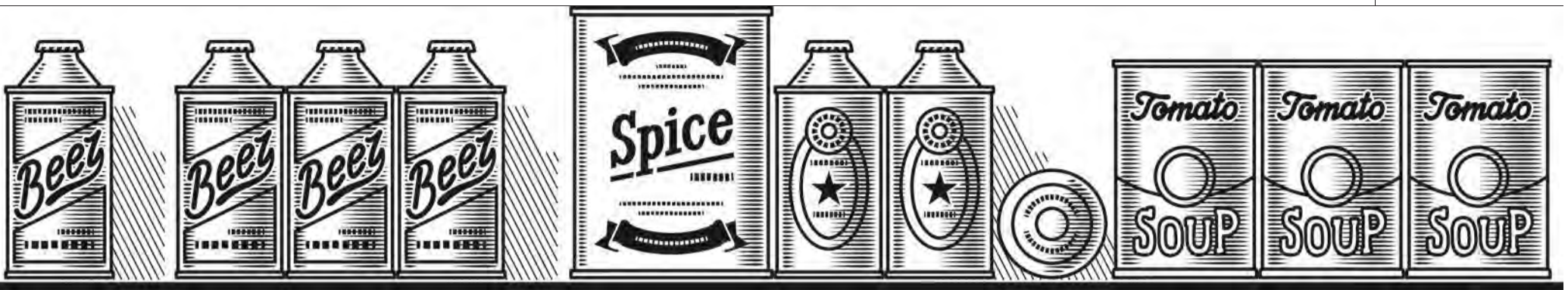


## LA SVOLTA DELLA DISTRIBUZIONE

L'Economia



Il gruppo cresce con le acquisizioni, una in arrivo entro il mese, e vuole rilevare i punti vendita Auchan rimasti fuori da Conad. Il ceo Santambrogio: «Ecommerce imbattibile sui prodotti a lunga durata, ma per carne, formaggi e salumi...»

**A**ddio agli ipermercati, torna la super drogheria. Specializzata nel fresco, «anzi, freschissimo — dice Giorgio Santambrogio, amministratore delegato del gruppo Vegè e presidente di Adm, l'Associazione di distribuzione moderna —. Che se ne fanno i consumatori di dieci metri di scaffali di detergente? Quello si acquisterà sempre di più online. Il futuro è delle verdure, non delle ecodosi».

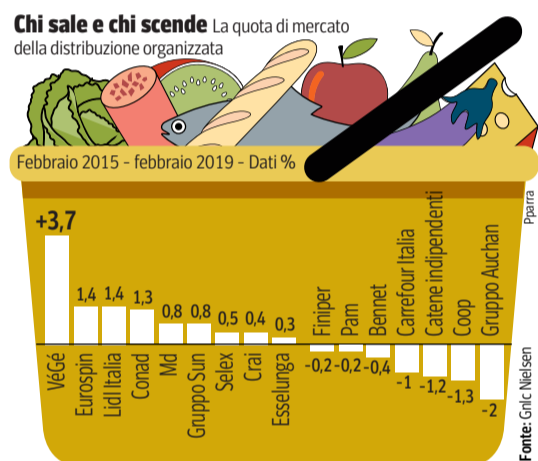
Mentre le grandi superfici affrontano il cambio delle abitudini di spesa, Vegè galoppa. Vuole espandersi al Nord. Ha un'acquisizione annunciata in arrivo, inoltre vuole rilevare i punti vendita messi sul mercato da Auchan e ancora non acquistati (non tutti sono finiti sotto Conad). «Ne restano circa 300 in franchising, siamo interessati», dice Santambrogio. Funziona il modello d'impresa cooperativa multi-insegna, che aggrega i piccoli e medi dettaglianti lasciando loro, se lo desiderano, il proprio marchio. Come Migross e Sidis, Nonna Isa e Dimeglio, Decò e IperTosano, Vega e Scudo.

## L'espansione

Vegè riunisce 32 imprese e dichiara 3.416 punti vendita, ma ancora non bastano. «Entro la fine del mese contiamo di acquisire un'altra impresa, è nel Nord Italia, cash & carry», dice Santambrogio. Il piano è proseguire lo shopping «per diventare il quinto gruppo in Italia entro il 2020, ora siamo sesti dopo Coop, Conad, Selex, Esselunga, Eurospin». Una spinta viene dalla nuova Aicube, la centrale d'acquisto nata l'anno scorso con l'ingresso di Carrefour a fianco di Pam, che Vegè ha promosso: «Sta acquistando quote di mercato, è al 14,8%, può arrivare al 16%». È lo strumento con cui Vegè vuole alzare il potere negoziale dei piccoli nelle trattative con le multi-

# VEGÈ ALL'ATTACCO STATE FRESCHI, C'È LA SUPERDROGHERIA

di Alessandra Puato



nazionali, le grandi marche. «Siamo quelli cresciuti di più per acquisizioni, solo quest'anno abbiamo 650 nuovi punti vendita». Esito di una paziente politica di alleanze e corteggiamento dei retailer. «Sto cercando di spingere i piccoli ad accasarsi presso i più grandi — dice Santambrogio —. Tornerà la super drogheria, organizzata e con le cassiere che si ricordano dei clienti».

L'obiettivo 2019 è arrivare a 7,5 miliardi di fatturato, uno in più del 2018. In giugno il gruppo ha festeggiato i 60 anni, ma questo dovrebbe essere l'anno del consolidamento. Da gennaio ha affiliato, fra gli altri, il gruppo veneto Vega (400 punti vendita) e poco prima la Gda leader in Basilicata, 130 negozi. L'anno scorso ha ripreso il gruppo



## Acquisti

Giorgio Santambrogio, amministratore delegato del gruppo Vegè e presidente di Adm

campano Morgese (Euroesse), tornato dopo una fuga in Auchan. E ha chiuso l'accordo con la centrale d'acquisto europea Ifa, che fa capo al primo gruppo di distribuzione in Spagna. «Ci ha portato ad avere migliori prezzi con 21 produttori internazionali, da Coca Cola e Nestlé a Rana e Barilla, da Martini & Rossi a Henkel, da Sanpellegrino a Danone». Nel 2015 Vegè aveva già accolto i promettenti supermercati Tosano, sempre veneti, e nel 2016 riconquistato Arena e Multicedi (Sigma) aumentando la copertura in Campania, Sicilia e Calabria. «Da 4 anni sempre più imprese si staccano dalle loro organizzazioni per venire da noi — dice Santambrogio —. Lo fanno perché lasciamo loro autonomia. Possono tenere la propria insegna, hanno meno costi e un supporto di marketing. Siamo aggregatore e società di consulenza».

Così la quota di mercato di Vegè è salita del 3,65% in quattro anni (febbraio 2015-febbraio 2019, GfK Nielsen): il maggiore incremento del settore.

## Gli accordi

Tener testa alle multinazionali è comunque una necessità. Santambrogio prevede d'incontrare in ottobre la ministra dell'Agricoltura, Teresa Bellanova. Spingerà perché proceda con la legge che vieta le aste a doppio ribasso, che mettono in difficoltà i piccoli produttori. La settimana scorsa ha poi preso posizione contro la proposta di tassare merendine e bibite gasate: «Si tradurrebbe in aggravio di costi per le famiglie e contrazione dei consumi». E dal primo ottobre c'è l'app Vegè contro lo spreco alimentare e il 17 completerà l'operazione «Ripuliamo le spiagge». Anno di svolta da stakeholder, più che da catena distributiva.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Alla Fabbrica del Vapore la mostra dedicata agli «automi da compagnia»

### Milano, l'invasione pacifica dei robot

**D**a domani un pacifico gruppo di robot sbarcherà a Milano. Ma niente paura, sono gli amichevoli «automi da compagnia». Apre infatti i battenti fino a domenica 19 gennaio 2020 la mostra «Io, Robotto». Non è un caso che la sede prescelta sia la Fabbrica del Vapore. Storica officina lombarda di inizio '900 dove si costruivano veicoli ferroviari ed ora vulcanica cucina culturale.

La manifestazione coprodotta dal Comune di Milano, comprende una ricca collezione di 115 automi presentati al pubblico in 17 differenti aree tematiche che ripercorrono la storia dei robot. Con una novità. Ad accompagnare i visitatori all'evento, distribuito su 1.500 metri quadri, sarà un cicerone digitale. O meglio la voce femminile di Alexa, il servizio vocale Amazon programmato per illustrare ogni contenuto

dell'esposizione. L'avanzato sistema di Intelligenza Artificiale risponderà alle domande con descrizioni dettagliate, storie e curiosità di ogni automa esposto. Spiega Massimo Triulzi collaboratore storico de l'Economia del Corriere, nonché esperto di robot e curatore dell'evento: «Nata come esposizione tecnologica, Io Robotto si pone come momento di riflessione per esplorare i complessi rapporti uomo-macchina e illustrare i futuri orizzonti dei robot».

Tra i modelli spicca Nao, il più complesso e sofisticato androide mai realizzato per il grande pubblico.

Sviluppato dalla Aldebaran Robotics, nata da una costola dell'Università di Parigi e poi acquistata dalla Giapponese SoftBank. Nao, ritratto nella posa dell'Uomo Vitruviano, è fornito di riconoscimento vocale e intelligenza artificiale. Individua gesti e volti umani con la capacità di muoversi su 25 gradi di libertà. Non mancano R2-D2 e C3-PO, indimenticabili beniamini della saga Guerre Stellari e un raro esemplare di Wall-E della Pixar, lo spazzino spaziale. Tra le novità della nuova edizione milanese, Loomo. Una soluzione per mobilità personale dotata di un evoluto sistema di

localizzazione, sviluppato da Intel. Omologato come velocipede, tiene l'uomo in equilibrio e lo trasporta con 30 chilometri di autonomia. Una volta arrivati a destinazione, Loomo è in grado di dialogare e scattare selfie a comando. Io, Robotto è un lungo viaggio tra automi di ogni tempo: da quelli meccanici sino alle Intelligenze Artificiali. Amazon, main sponsor dell'evento, è presente con una lounge hi-tech dove i visitatori toccheranno con mano lo stato evolutivo di domotica e automazione della casa. La mostra è dedicata al fotografo Valentino Candiani, già direttore artistico e prematuramente scomparso. «La sensibilità dei suoi scatti — conclude Triulzi — ha contribuito alla realizzazione di una forte componente emozionale della manifestazione, regalando di fatto un'anima ai robot». A compendio della manifestazione meneghina ogni giovedì sera si terranno conferenze tematiche e incontri culturali. Il calendario su iorobotto.com.

Umberto Torelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA