

A stylized, collage-like illustration of a grocery store scene. It features various food items like oranges, a tomato, a banana, a jar of jam, and a shopping cart. People are depicted in different roles: a cashier at a counter, a customer with a shopping bag, a person pushing a shopping cart, and a person with a hand truck. The background is composed of geometric shapes in shades of orange, red, and blue. The overall style is modern and graphic.

**FOOD**

**RETAIL**

**Piani**

**ANNUAL REPORT 2023**

# C3 CONFERMA LA FORMULA

NEL DIFFICILE CONTESTO ECONOMICO SI RAFFORZA L'ADESIONE DA PARTE DEGLI ASSOCIATI AL MODELLO EDLP, DA SEMPRE L'ANIMA DEL CONSORZIO C3

Paola Binaghi

**I**l 2023 parte all'insegna della continuità per Gruppo C3, ma non senza novità. In un momento storico instabile, al quartier generale di via Cappellini 11 ci si muove in linea con quanto fatto in 50 anni di attività. "In questi anni abbiamo sempre operato con scelte commerciali ponderate, ma innovative, per rimanere protagonisti della distribuzione, anticipando in alcuni casi i cambiamenti del mercato - afferma **Eugenio Morlacchi, Direttore commerciale Consorzio C3** -. Un esempio è Forum, la centrale di acquisto che abbiamo creato due anni fa insieme ai nostri partner per affrontare i rincari inflattivi e l'incalzante aumento dei prezzi. Dal 1992 C3 ha lanciato Noi&Voi la nostra Mdd, denominatore comune, nonché assetto tattico/strategico, che si colloca sul mercato per l'ottimo



Eugenio Morlacchi,  
Direttore  
commerciale  
Consorzio C3

rapporto qualità/convenienza, sfruttando il modello Edlp applicato dai soci C3 nei loro punti vendita. **Il binomio prezzo contenuto e qualità elevata ogni giorno dell'anno, riassumibile nel claim 'la qualità al miglior prezzo sempre', ha permesso di competere con i discount e di staccarsi dalle logiche commerciali della fascia premium**".

## MDD E RETE VENDITA IN EVOLUZIONE

Il marchio Noi&Voi continuerà a evolversi nelle aree food e non food, con **un'attenzione sempre maggiore ai packaging green**, che prediligono il riutilizzo di materiali riciclabili e la riduzione degli imballi, a favore della sostenibilità e salvaguardia dell'ambiente. Inoltre, Marca 2022 sarà l'occasione per presentare alcune novità come le vaschette di frutta secca apri e chiudi con sigillo salvafreschezza, realizzate in plastica riciclata all'80% di cui 50% R-Pet. Altro asset competitivo di C3 è il presidio multicanale. Nato nel 1972 da un gruppo di grossisti alimentari, il gruppo milanese comprende oltre ai c&c altri format distributivi, con insegne fidelizzate e specializzate nella distribuzione moderna del settore alimentare al dettaglio, per un giro d'affari totale di 2,2 miliardi di euro. **In questo lungo periodo il Consorzio si è evoluto, pur conservando logiche di massima attenzione ai costi, sfruttando l'agilità dei rapporti tra la sede di Milano e i soci - spiega Maggiorino Maiorana, Presidente del Consorzio C3** -. Da sempre C3 si contraddistingue anche per la conoscenza dei mercati e per la capacità di recepire il cambiamento utilizzando duttilità e concretezza. I punti di forza di ciascun imprenditore associato sono la conoscenza del territorio e l'autonomia all'interno di un gruppo riconosciuto dal mercato quale interprete della distribuzione moderna. **Per l'anno appena iniziato il primo target di sviluppo riguarda l'espansione della rete e della compagine associativa, che ha visto proprio in questi giorni l'entrata del Consorzio Scudo**. Ai 711 punti vendita distribuiti sulla Penisola si aggiungeranno le aperture di tre c&c, due Ce.Di., due iper, quattro supermercati e il restyling di cinque punti vendita. ■

© Riproduzione Riservata

## Consorzio C3 in cifre

Fatturato stimato 2022	2,2 miliardi di euro
Trend fatturato stimato 2022	+9,2%
Trend delle vendite a parità di rete 2022	+6,8%
Fatturato previsto 2023	2,4 miliardi di euro
Superficie di vendita complessiva	525.341 mq
Soci	21
Regioni presidiate	Valle d'Aosta, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Emilia-Romagna, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Toscana, Lazio, Marche, Abruzzo, Molise, Umbria, Basilicata, Campania, Puglia, Calabria, Sardegna e Sicilia; Area 1 (34 pdv), Area 2 (196 pdv), Area 3 (185 pdv), Area 4 (353 pdv)
N. punti vendita	768: 417 superette, 221 supermercati, 47 ipermercati, 38 tradizionale/Horeca, 22 Ce.Di., 18 c&c, 5 drugstore

Fonte: dati aziendali