



★ Il gruppo prevede per il 2023 l'apertura di tre cash&carry, due Ce.Di., due ipermercati e quattro supermercati oltre al restyling di cinque punti di vendita

★ Punto di forza del consorzio è un'organizzazione dinamica e flessibile, a cui si affianca anche autonomia di gestione

50 anni di attività per affrontare le sfide future

Nuove aperture, ingresso di nuovi soci, una mdd sempre più moderna, completa e green: questi i driver della crescita 2023 per il Consorzio C3

Alessandra Bonaccorsi
 @AlessandraBonac

Autonomia di gestione all'interno di un gruppo caratterizzato da un'organizzazione dinamica e flessibile, finalizzata al contenimento dei costi, che lavora congiuntamente tra l'industria e la distribuzione per offrire servizi e condizioni migliori al consumatore. In questi elementi, **Consorzio C3** individua i propri punti di forza unitamente a un modello di negozio every day low price applicato da tutti i soci C3 alle loro reti di vendita. Asset che hanno permesso al gruppo di compiere un lungo percorso che quest'anno segna il traguar-

do dei cinquant'anni di attività. **Oggi il consorzio, che opera attraverso la multicanalità e l'affiliazione legata ai marchi di proprietà Vivo e VivoMio** (che firma i supermercati di prossimità), conta 21 imprese radicate sul territorio nazionale, con insegne fidelizzate, sia al dettaglio che all'ingrosso: parliamo di un **giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, espresso da un totale di 768 punti di vendita con circa 10 mila dipendenti**.

La compagine sociale si è recentemente consolidata grazie all'ingresso di un nuovo socio, il 21esimo, a

partire dal primo gennaio 2023: si tratta di **Consorzio Scudo**, realtà consortile che aggrega aziende della distribuzione all'ingrosso e al dettaglio operanti con 57 negozi nel centro sud Italia, tra cui Big Food, Franze Raffaele, Tre P e Gestione Supermercati Europei.

"Il Consorzio Scudo -afferma **Maggiorino Maiorana, presidente del Consorzio C3**- risponde bene ai valori delle imprese del nostro Gruppo, caratterizzato da una gestione agile che, unita al forte radicamento sul territorio, porta valore aggiunto a tutta la filiera distributiva delle imprese associate e molto simile alle caratteristiche degli attuali soci C3 con necessità di snellire i rapporti tra la sede e la periferia".

Il contenimento dei costi è stato tra i temi che il gruppo ha fortemente sostenuto, come spiega il presidente Maiorana: "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.** Da sempre C3 si contraddistingue per il dinamismo legato alla conoscenza dei mercati e alla capacità di recepire il cambiamento dei singoli imprenditori soci, utilizzando la duttilità e la concretezza nell'affrontarli.

I veri punti di forza di ciascun imprenditore associato da sempre sono la cono-

scenza del territorio e l'autonomia all'interno di un gruppo riconosciuto dal mercato quale interprete della distribuzione moderna". Una strategia sviluppata ad ampio raggio e su cui insiste anche **Eugenio Morlacchi, direttore commerciale del Consorzio C3**: "In questi anni abbiamo sempre operato con scelte commerciali ponderate, ma innovative al fine di rimanere protagonisti della distribuzione, anticipando in alcuni casi i cambiamenti richiesti dal mercato. È il caso di **Forum**, la centrale di acquisto che abbiamo creato due anni fa insieme ai nostri partner di Despar, Crai e D.it, per affrontare i rincari inflattivi e l'incalzante aumento dei prezzi".

In questo contesto si inseriscono le mdd che sempre più spesso rappresentano

2,2 mld €

il giro d'affari 2022

21

le imprese socie

768

i punti di vendita complessivi

10.000

i dipendenti totali

per le insegne un importante strumento di distintività in grado sia di fidelizzare il consumatore sia di assicurare il contenimento dei prezzi.

Dal 1992, C3 ha lanciato sul mercato **Noi&Voi** che ha proposto a Marca 2023 presentando le nuove linee per un'offerta completa sia alimentare che non alimentare sviluppata in un'ottica di sostenibilità: questo ha portato a frequenti restyling e adozione di nuovi packaging che prediligono il riutilizzo di materiali riciclabili e la riduzione degli imballi.

"**La nostra mdd Noi&Voi si posiziona sul mercato in maniera distintiva in tutti i settori merceologici con caratteristiche di affidabilità, garanzia di qualità e convenienza dei prodotti**"-aggiunge Morlacchi-. In particolare, il binomio prezzo contenuto e qualità elevata in ogni giorno dell'anno, riassumibile nel claim 'La qualità al miglior prezzo sempre', ha permesso ai nostri soci di esprimere assortimenti in grado di competere con gli hard discount, staccandosi contemporaneamente dalle logiche commerciali dei prodotti di marca".

Il futuro del gruppo prevede un rafforzamento del territorio con ulteriori aperture in varie aree del Paese già deliberate dal CdA e programmate: in particolare sono previsti 3 cash&carry, 2 Ce.Di, 2 ipermercati, 4 supermercati e il restyling di 5 punti di vendita.



MAGGIORINO MAIORANA
PRESIDENTE DEL
CONSORZIO C3



EUGENIO MORLACCHI
DIRETTORE COMMERCIALE
DI CONSORZIO C3