

LINEA
ESSENZIALE

new

Galileo

IL PROSCIUTTO COTTO

“ESSENZIALE”

rivoluzionario!

**SALUMI
& CONSUMI**

ANNO 17 - NUMERO 7/8 -
LUGLIO/AGOSTO 2024
DIRETTORE RESPONSABILE:
ANGELO FRIGERIO



Nasce *Galileo*,
il Prosciutto Cotto GENUINO,
SALUTARE E GUSTOSO.

*Zero filosofia, solo scienza
dell'Alimentazione.*

**LIBERO DA NITRITI & NITRATI
AGGIUNTI, ZERO CONSERVANTI**



Dal 1951 diamo forma ai sapori!

lineaessenziale.it

f i Condividilo!

Mc Sonae e la Gdo in Portogallo

Lo schema moderno del principale retailer portoghese esalta le persone, la diversificazione dei formati, la sostenibilità ecologica, la prossimità. E anche la private label e i freschi con servizio.

Di Antonello Vilardi

Con oltre 10 milioni di abitanti e circa 830 chilometri di costa interamente bagnata dall'Oceano Atlantico, il Portogallo confina solo con la Spagna ma il suo livello di integrazione con i migliori livelli di qualità distributiva, in Europa, risulta aggiornato.

Qui, lo Store Brand 'Continente', che appartiene a Sonae Distribuição, rappresenta uno dei più completi riferimenti per fare la spesa quotidiana, con punti vendita diffusi, oltre che nel territorio continentale, anche negli arcipelaghi di Madeira e delle Azzorre.

Maria Cláudia Teixeira de Azevedo presiede attualmente il Consiglio di Amministrazione di Sonae Spgs Sa: da donna manager, abile e competente quale è, si trova alla salda guida di un gruppo coinvolto, oltre che nella distribuzione di massa, anche in settori nevralgici della società civile come le telecomunicazioni, il real estate, i servizi finanziari e la tecnologia. Questa azienda è oggi il datore di lavoro privato più grande e importante di tutto il Portogallo. Fu nel 1985 (quasi quarant'anni fa, agli arbori delle concentrazioni strategiche) che i due prestigiosi rivenditori portoghesi 'Modelo' e 'Continente' scelsero la via della fusione in Sonae Distribuição. Il primo marchio era di proprietà della holding 'Sonae' mentre il secondo operava (noto anche altrove in Europa) per conto della francese Promodès, a sua volta partecipata da Carrefour. Il colosso transalpino cedette poi, proprio a Sonae, la quota di partecipazione in Portogallo.

I tratti essenziali di Mc Sonae

Nell'autorevole orbita commerciale di Sonae, Mc (a cui appunto è strettamente collegato Continente) assurge a leader per il mercato portoghese nella vendita al dettaglio di prodotti alimentari, svolgendo parimenti un ruolo significativo nei campi merceologici della salute, del benessere e della bellezza.

Si avvale di oltre un migliaio di negozi, comprendendo, in un ventaglio multicanale di soluzioni, le insegne Arenal, Bagga, Continente, Continente Bom Dia, Continente Modelo, Continente Online, Dr. Wells, Elergone Energias, Go Natural, Meu Super, Notel, Wells e Zu. Nel 2023, ha incassato 6,6 miliardi di euro. L'identità variegata di Continente si declina attraverso negozi che portano semplicemente questo nome, oltre che in denominazioni quali 'Continente Bom Dia', che si riferisce a minimarket e piccoli supermercati urbani (pensati per acquisti frequenti in spazi di circa 800 metri quadrati) e 'Continente Modelo', che concerne i cosiddetti 'supermercati di prossimità', provvisti di superficie media di vendita attorno ai 2mila metri quadrati.

I pilastri strategici

I pilastri strategici scelti da Mc Sonae per supportare la crescita degli affari e l'evoluzione del marchio sul territorio sono: l'espansione capillare della rete di vendita (ora prediligendo i touchpoints meno spaziosi e di prossimità), la proposta commerciale distintiva (rafforzando soprattutto 'private label', cioè il marchio del distributore e i 'freschi'), la promozione dei canali digitali (modernizzando struttura organizzativa e canali di contatto con l'utenza), il consolidamento delle relazioni con la forza lavoro (attraverso la predisposizione di un ambiente operativo sereno, oltre che produttivo) e la promozione di principi di condotta commerciale etica (con grande attenzione alla sostenibilità ecologica).

La costruzione di questi cinque pilastri ha avuto come ispirazione il rispetto di altrettante regole umane e professionali, universalmente riconosciute, talmente apprezzabili che la stessa regia del Gruppo portoghese ne ha orgogliosamente voluto declamare i contenuti sui principali canali mediatici.

Si tratta peraltro di orientamenti per nulla scontati (nella pratica), capaci di rappresentare quei preziosi elementi utili sia alla celebrazione dello spirito di squadra che alla configurazione di un nobile percorso di sviluppo.

I cinque principi ispiratori

Sono cinque i principi ispiratori dei pilastri strategici della catena: avanzare provocando 'impatto', per trasformare effettivamente l'ambizione in azione, adoperandosi con costanza e impegno tanto nel presente quanto nel futuro. Agire anzitutto come 'imprenditori', favorendo (da protagonisti responsabili) le migliori modifiche allo 'status quo'. Mettere 'a fattor comune' ogni 'diversità' esistente nelle persone, valorizzando il talento e concretizzando ogni competenza, capacità e punto di vista. Utilizzare la 'semplicità' come 'driver' essenziale per risultare ancor più rapidi ed efficienti. Utilizzare la 'tra-

sparenza' per procedere rettamente negli affari (con clienti, collaboratori e fornitori), adottando così le scelte più giuste e opportune.

È tutta vana ideologia o piuttosto uno schema moderno, serio ed efficace per pensare e profilare concretamente l'orientamento migliore verso il futuro? Ciascuno, soprattutto gli addetti ai lavori più disincantati, quelli cioè che conoscono molto bene l'ambiente distributivo nelle sue logiche ciniche e nei suoi ritmi forsennati, custodisce il proprio reale pensiero. Di certo, questo retailer portoghese predica cose ammirevoli e merita di essere tenuto in considerazione.

Dopotutto, energia, intraprendenza, omologazione e rispetto delle naturali differenze, chiarezza, semplicità e coerenza nell'azione, sono leve che possono essere mosse soltanto da una regia lungimirante che, in questi punti precisi (almeno in teoria), potrebbe essere replicata ovunque: lo scopo fondamentale è sempre quello di condurre a risultati performanti attraverso i giusti mezzi e le sane intenzioni.



Veduta esterna dell'insegna di un punto vendita di prossimità a insegna 'Continente Bom Dia'.



Veduta di un banco di macelleria con servizio, strutturalmente predisposto alla vendita complementare del vino in accompagnamento alla carne.



Veduta dall'alto del parcheggio coperto e sopraelevato di un 'Continente Modelo'.

Inimitabili

Linea in esclusiva per i salumi italiani



Distributore Ufficiale
Technical Partner
FABIOS



www.tecnobrianza.it