

BLG LOGISTICS: FORTE SVILUPPO NEL RETAIL

BLG Logistics Solutions Italia, appartenente al Gruppo BLG di Brema, leader europeo nell'offerta di servizi logistici integrati, prosegue il proprio sviluppo nel mercato italiano. Fabrizio Fornasari, 37 anni, laurea in Economia e Commercio, ed



Fabrizio Fornasari

esperienze di rilievo nel Gruppo Salmoiraghi & Viganò, è stato individuato quale referente per supportare lo sviluppo dei progetti in ambito Retail.

SÌ ALLA VENDITA DI FARMACI DI FASCIA "C"

Finalmente è arrivata la firma per la vendita di 220 farmaci di fascia "C" nelle parafarmacie, negli ipermercati e in generale nella grande distribuzione. Laddove, va specificato, sia presente un farmacista. Il decreto che dà attuazione ai capitoli medici del "Salva Italia" è stato firmato dal ministro della Salute, Renato Balduzzi, dopo che sono state concluse le valutazioni tecniche dell'agenzia italiana del farmaco. I farmaci di fascia C rappresentano un giro d'affari di oltre tre miliardi di euro l'anno e nei piani del governo la liberalizzazione dovrebbe provocare un abbassamento dei prezzi, oltre che una redistribuzione degli introiti.



A Milano la cerimonia di consegna degli M&A Award 2012

KPMG e Fineurop Sodic hanno assegnato il M&A Award 2012, categoria estero su Italia, a LVMH s.a. per l'acquisizione di Bulgari s.p.a. L'operazione è stata giudicata strategica sia per il compratore, in quanto "aggiunge opportunità di sviluppo in Europa, Asia e Americhe, ampliando la sua offerta di prodotti e consolidando la sua posizione di mercato nei settori orologi e gioielli", sia per il venditore, che "rafforza lo sviluppo nel lungo termine e l'espansione mondiale, beneficia di significative sinergie nelle aree dell'approvvigionamento e della distribuzione". Il corrispettivo versato per il 100% della proprietà ha raggiunto i 4,3 miliardi di euro.

Nella short list della categoria è stato citato anche il passaggio di proprietà di La Rinascente s.r.l a Central Retail Corporation Ltd. M&A Award, giunto quest'anno all'ottava edizione,



Alberto Bombassei, Presidente e Amm. Delegato di Brembo, ritira il premio speciale 'Finanza per la crescita'.

è stato conferito inoltre a Prysman s.p.a. per l'acquisizione del 99,02% della multinazionale olandese Draka Holding n.v. nella categoria Italia su estero, e a Buongiorno s.p.a. che ha acquistato il 100% di Dada.net s.p.a., per l'operazione Italia su Italia. La giuria, presieduta da Giorgio Abravanel, ha destinato il Premio Speciale "Finanza per la Crescita", riservato ai cosiddetti serial acquirer, a Brembo s.p.a. la società, anche grazie all'impiego ripetuto dello strumento M&A, è diventata in mezzo secolo leader mondiale e innovatore riconosciuto nella tecnologia degli impianti frenanti a disco per veicoli.

Stock option



Cucinelli

Il brand morbido specializzato nelle lavorazioni in cachemire e noto per l'attenzione alla produzione etica, al valore della cultura e del territorio, si appresta a sbarcare in Borsa con un tutto esaurito. Una bella storia.

TrueStar

Aumentare del 20% in un anno il giro di affari si può. Lo fa TrueStar azienda leader nell'avvolgimento bagagli in aeroporto. Già presente in 40 aerostazioni si prepara a dilagare all'estero, dagli USA al Pakistan.

Mandarina Duck

Acquisito e ricapitalizzato il brand italiano torna a crescere già nel primo trimestre 2012, soprattutto grazie al canale retail. Il fatturato d'inizio anno fa segnare il 4% in più rispetto allo stesso periodo del 2011.



Esselunga

Non c'è pace in casa Caprotti, tra il fondatore e gli eredi della grande esse. Il padre padrone della catena di supermarket deve fronteggiare l'attacco serrato di due dei tre figli che vorrebbero sfilargli il controllo della sua creatura. Forse la più amata.

Foxtown

Il tempio svizzero del retail scontato, magico mix tra outlet e mall, medita di varcare il confine e scendere in Italia. E non è uno scherzo. Il perché? La recente liberalizzazione degli orari che consente di sfruttare domeniche e festività, ancora tabù oltrefrontiera.

Galleria di Milano

La proposta è piovuta dal cielo. Qualche giorno di discussione e poi silenzio. La Galleria Vittorio Emanuele di Milano potrebbe divenire l'ennesimo tempio del lusso, sfrattando negozi storici ma fuori target. Per la gestione si candida Altagamma. Bello? Anche no.



Fnac

Dalle voci si è passati alla cruda realtà. Fnac, la catena francese di medie superfici specializzata in entertainment, foto-video e informatica, si prepara a una drastica cura dimagrante che porterà alla chiusura di numerosi store. Forse anche in Italia.

Associazione in partecipazione

Nel retail è una formula sempre più diffusa per contrattualizzare collaboratori nel ruolo di commessi. Un escamotage che semina precarietà e compensi incongrui. E che pone chi lo utilizza nel ruolo di concorrente sleale. Ne scriveremo a breve...

Alitalia

Dopo un periodo sonnolento l'Antitrust si risveglia prendendo di mira la rotta Fiumicino-Linate che è incredibilmente coperta solo da Alitalia. Monopolio? Macché fanno sapere da CAI, i viaggiatori hanno l'alternativa del treno. In effetti possono anche andare a piedi!

PARIGI VAL BENE UN FRANCHISING

Sono ormai diversi anni che frequento la fiera del Franchising di Parigi, così come tutte le altre fiere Europee.

Mentre Valencia scende e Madrid sale, Londra 1 e Londra 2 vanno a corrente alternata, la direttrice Roma-Milano vede nascere nuove interessanti manifestazioni - ad esempio Piacenza -, è Parigi che continua a incrementare il suo posizionamento di manifestazione leader in Europa.

A questo risultato si aggiunge anche il riconoscimento di essere tra le migliori al mondo - e la competizione è elevatissima - dovendo competere con le fiere brasiliana, messicana e indiana.

Quest'anno "guest" della manifestazione sono stati i franchisor inglesi con un loro pavillion dedicato.

E gli Italiani? Come al solito in ordine sparso, senza un reale coordinamento e una cabina di regia unitaria.

Ma soprattutto con le aziende timorose di partecipare e confrontarsi con un mercato sicuramente interessante ma molto competitivo.

Franchise Expo Paris 2012 fact sheet della 31ª edizione

Organizzata congiuntamente dal French Franchise Federation (FFF) e da Reed Expositions France
Location: Paris Porte de Versailles
32.000 visitatori
450 espositori di cui 410 franchisors
31% nuovi concepts
18 paesi rappresentati
75 differenti settori di business
100 talks e workshops per start-up e franchisors

Per la prossima edizione mi permetto un consiglio: la fiera di Parigi è sempre più bella e sempre più ricca, è importante esserci!

Federico Fiorentini

Managing Director BRD Consulting - www.brdconsulting.it

CONFIMPRESE: 1.400 APERTURE IN AFFILIAZIONE

La crisi non blocca, o forse addirittura alimenta, lo sviluppo delle catene con la formula del franchising. Evidentemente la condivisione del rischio di impresa paga.

A testimonianza sono arrivati i dati del 3° Rapporto Confimprese sull'occupazione, che anticipa per il 2012 l'apertura di circa 1.400 punti vendita.

Sui numeri dello scorso anno e sulle prospettive a breve termine si è pronunciato Mario Resca, presidente di Confimprese: «Il franchising è un'interessante alternativa al lavoro autonomo e la sua validità è testimoniata dalla buona salute del settore che rappresenta in Italia 21,7 miliardi di euro di fatturato, 180.525 addetti e 53.313 punti vendita.

L'intera base associativa Confimprese ha piani di crescita ambiziosi: nel 2011 ha

aperto quasi 1.200 punti vendita in Italia (+28,2% sul 2010) creando circa 5mila nuovi posti di lavoro mentre per il 2012 i soli franchisor, che sono una cinquantina, contano di aprire 1.400 nuovi esercizi commerciali in franchising con circa 5mila nuovi posti di lavoro».



PIPELINE 2012 NON FOOD

	Aperture	Posti di lavoro
Compar Bata (calzature)	30	180
Geox (calzature)	30	150
Original Marines (abbigliamento)	35	140
Thun (oggettistica per la casa)	35	70
Cdc Point (informatica)	40	100
Ubik (librerie)	20	80
Nau! (ottica)	24	100

fonte: 3° Rapporto Confimprese sull'occupazione

PIPELINE 2012 FOOD

	Aperture	Posti di lavoro
Roadhouse Grill	20	360
Burger King	20	400
FiniFast	2	90
Cir Food	3	20
Select trade-Lindt	8	80

fonte: 3° Rapporto Confimprese sull'occupazione

ORIGINAL MARINES, LA CARTA FA DA JOLL

«Stiamo realizzando circa il 35% del fatturato totale con la carta Nectar, ovvero circa 1 cliente su 3 utilizza la tessera, dato assolutamente al di sopra delle aspettative». È il bilancio che Alessandro D'Ambrosio, responsabile marketing di Original Marines, ha tracciato dell'uso della carta Nectar. La società campana è la prima tra le catene di retail a farvi ricorso. La carta è il primo programma di "coalition loyalty" in Italia, dove è presente dal 2010. Tra i partner ci sono gli Auchan, i supermercati Simply e Sma e i negozi di elettronica Unieuro. Uno dei vantaggi dell'iniziativa è la sinergia tra gli aderenti: «ad oggi nei nostri negozi - spiega D'Ambrosio - sono state strisciate 440mila carte Nectar, di cui 140mila attivate dalla rete Original Marines. Gli altri 300mila, già in possesso della tessera, sono venuti a raccogliere punti anche presso i negozi Original Marines».

CONBIPEL, A MAGGIO ALTRI DUE STORE

In 12 mesi, dall'aprile 2011, Conbipel ha aperto quattro negozi (a Torino, Novate Milanese, Modica e Palermo), portando la rete a 149 unità, e ha realizzato il "refit" di 14 punti vendita. A maggio è prevista l'inaugurazione di altri due negozi, a Pompei e a Varese. Le aperture costituiscono l'implementazione del piano industriale 2011-2014 di Conbipel, che fa capo al fondo di private equity Oaktree Management Capital. Sono previsti tre format: uno "regolare" (700-900 mq), uno ridotto (450-650 mq) e il nuovo concept da 185-280 mq, dedicato alla sola collezione maschile con un approccio tailor-made.

