

D'Italy è l'insegna di Italy Discount: successo di fatturato anche al nord con il gruppo Realco



Italy Discount continua il suo tragitto verso la conquista di un posto nelle quote di mercato del format che un tempo si definiva Discount, ma oggi è più opportuno chiamarlo "supermercato di vicinato incentrato sulla convenienza". La peculiarità del Gruppo bolognese, che nasce da Sigma ma per avere, di fatto, vita e Bilancio autonomi, è quella di dare a questo mercato una soluzione B2B differente rispetto alle metodologie di franchising normalmente adottate, e che avendo una derivazione dal mondo denominato della DO, mantiene anche nel format in questione le caratteristiche di indipendenza degli affiliati. Realco è una società cooperativa che opera nel territorio dell'Emilia Romagna con supermercati a marchio Sigma ma da almeno venti anni presidia anche il mercato del Discount con una sessantina di piccoli negozi ad insegna ECU disseminati sul territorio. ECU, dopo aver goduto del favore del consumatore nel periodo più cupo della crisi, con la forte contrazione dei consumi e conseguente propensione all'acquisto di una buona parte dei consumatori anche verso il format Discount, negli ultimi tempi stava soffrendo, in termini di fatturato, sia per la necessità di aggiornare la formula, alla stessa stregua dei leader del settore, sia per l'aggressività promozionale dei format superiori. La soluzione per Realco era ed è obbligata: aggiornare il format. Realco è socia di Italy Discount, anzi ne esprime la Presidenza (Stefano Bedogni è infatti Presidente – appena riconfermato – di Realco e di Italy Discount ndr) e da sempre crede nel progetto dell'azienda bolognese che ha come obiettivo una forte competitività sul grocery, con una serie di Brand esclusivi di buona qualità e prezzi competitivi, ed una estrema propensione ad un assortimento freschi, come esattamente come stanno facendo i leader del mercato.

L'insegna utilizzata dal network del Gruppo è D'Italy e già aveva visto la sua nascita ed il suo successo in Sicilia, grazie alle quattro aperture di un altro socio di Italy Discount (ma non di Sigma, a conferma della indipendenza di Italy): la CDS di Massimo Romano. E' di pochi giorni fa l'apertura del primo D'Italy al nord grazie, appunto, al gruppo Realco che a Pilastrello (PR) ha ristrutturato un punto di vendita di 600 mq trasformandolo completamente nell'offerta, nel concept e nell'insegna. Il reparto ortofrutti è posizionato all'ingresso con libero servizio, le carni, anch'esse a libero servizio con lavorazione interna, il banco salumi e formaggi servito e libero servizio e la panetteria self service completano la gamma dell'offerta del nuovo concept. La qualità del fresco, una sala con la presenza oculata della marca nei mercati in cui è richiesta ed una segmentazione importante di prodotti a marchio fantasia di proprietà della catena, rendono l'offerta commerciale in linea con le aggiornate richieste della clientela.