



L'Umbria che cresce - Oltre 700 dipendenti, punti vendita anche in Toscana e Marche. Doppio sistema di controllo merci e una mappatura costante degli scaffali

“Filo diretto col cliente e qualità dei prodotti”

E' il modello de "L'abbondanza", l'azienda che gestisce i supermercati Famila e A&O

ANDREA LUCCIOLI

Partiamo dalla fine. L'apertura del nuovo supermercato "Famila" di Ospedalicchio è l'ultima tappa di una storia partita 32 anni fa, quando dall'unione della famiglia Landini e della famiglia Camilletti, nel Palazzo dell'Abbondanza di Città di Castello, ebbe inizio il percorso che ha portato l'azienda ad avere oggi circa 700 dipendenti e decine di punti vendita tra Umbria, Toscana e Marche.

Il gruppo "L'abbondanza", presidente Domenico Giacomo Landini, amministratore Lorenzo Camilletti e Giancarlo Bartolini direttore commerciale, è cresciuto costantemente fino a diventare un punto di riferimento nella piccola e media distribuzione alimentare regionale ed ultraregionale, fondando il suo successo su un pensiero di fondo che è anche un filosofia del gruppo, ovvero quello di mantenere uno stretto rapporto con il cliente cui viene dato un servizio "di vicinato", ma con i vantaggi della grande distribuzione. Un modello di gestione più complesso, ma che permette anche numerosi vantaggi in termini di qua-



Nella foto in alto il nuovo "Famila" di Ospedalicchio. Accanto e qui sopra alcune immagini della festa per l'inaugurazione del punto vendita dove lavorano circa 30 dipendenti



lità del servizio. Il vecchio alimentari di una volta ha ora un volto nuovo ma un comune denominatore col passato, ovvero l'ascolto e la familiarità col cliente. E' proprio questa la differenza con la grande distribuzione degli "iper", è proprio questa la forza del gruppo "L'abbondanza", come spiega l'amministratore Lorenzo Camilletti, "noi veniamo dalla vendita al dettaglio, questa è la nostra forza. Prima di parlare con la grande distribuzione, noi cerchiamo di capi-

re cosa vuole cliente". Un passaggio fondamentale che si ripercuote in tutta la gestione dell'azienda. Partiamo dalla base. L'Abbondanza, per i suoi supermercati, ha un doppio canale di approvvigionamento. Il primo riguarda il grande gruppo di acquisto di riferimento nazionale, ovvero la Selex, che fornisce una serie di prodotti a marchio e permette la trattazione con i grandi gruppi europei e mondiali. C'è poi un secondo canale, ovvero quello con i produttori locali

che vendono direttamente a "L'abbondanza", che poi convoglia le merci nei vari A&O e Famila di riferimento. Poi c'è il secondo passaggio, quello del controllo della qualità. Il gruppo ha infatti un reparto apposito con un biologo che compie i controlli preventivi sulle merci dei produttori locali, prima cioè che si definiscano i contratti di fornitura, poi in un secondo momento c'è il controllo diretto della merce quando arriva sui banchi.

La rotazione dei prodotti sugli scaffali ed un'eliminazione dello stoccaggio superfluo".

"Il 98% dei prodotti che vendiamo nei nostri supermercati è mappato con i criteri di riferimento Ecr (ovvero un modello di verifica dell'etichetta logistica e codifica degli imballi ndr), questo grazie ad un importante investimento che è stato compiuto negli scorsi anni e che ci permette ora di avere grossi vantaggi - continua Camilletti - ora possiamo sapere quali sono i prodotti maggiormente richiesti e quelli che invece incontrano delle difficoltà".

Una mappatura dei prodotti che viene analizzata direttamente nella sede centrale dell'Abbondanza, in località Cinquemiglia a Città di Castello, dove c'è "un gruppo di giovani laureati che è una delle nostre risorse. Per fare innovazione bisogna dare spazio ai giovani e bisogna dargli la possibilità di operare in tutta libertà", continua Camilletti che poi aggiunge, "dare un'offerta migliore ai clienti significa crescere costantemente e per crescere occorre innovare investendo sui giovani. Questo è il passaggio culturale che ci permette di fare quello che stiamo facendo".

A Città di Castello, nel 1975, le famiglie Camilletti e Landini danno vita alla società

Il primo market nel Palazzo dell'Abbondanza

Un pò di storia del gruppo "L'abbondanza". Nel 1975, la famiglia Camilletti, negozianti al dettaglio in quel di Città di Castello, decide di unirsi alla famiglia Landini, che aveva un'attività di produzione agricola ed un salumificio. Per il primo supermercato venne scelto un locale del Palazzo dell'Abbondanza, da cui il nome della società. Il primo passaggio storico avviene nel 1980, quando dalla sem-

plice vendita di prodotti alimentari, si passa all'affiliazione con l'Upim e quindi alla commercializzazione del non alimentare, con la contemporanea apertura del supermercato di Pieve Santo Stefano e la costruzione di un magazzino. Nel 1984 la svolta con l'ingresso nel gruppo Selex, ovvero un grande gruppo di acquisto che fornirà anche prodotti a marchio e di qualità a prezzi competitivi. Nasce così il primo supermerca-

to "Famila" in Umbria ovvero quello del centro commerciale Belvedere di Città di Castello, mentre vengono aperti altri punti vendita a Perugia, Foligno e Todi. Da quel momento in poi è partito il consolidamento vero e proprio, con l'apertura di altri store di a Narni e Terni. L'ultimo nato in casa Famila è il punto di Ospedalicchio, che va ad unirsi a quelli di Città della Pieve, Città di Castello, Gualdo Tadino, Marsciano e Perugia.

L'amministratore Lorenzo Camilletti parla delle strategie future del gruppo tifemate

“Aperture mirate e fidelizzazione dell'utente”

Dopo aver parlato delle radici del gruppo e aver dato uno sguardo alla gestione interna dei supermercati de L'abbondanza, è arrivato il momento di guardare in avanti e fare un quadro delle attività future dell'azienda. Nel lungo periodo il gruppo "L'abbondanza" ha in cantiere l'apertura di altri Famila e A&O nel territorio umbro, specie in quelle aree dove esistono situazioni di mercato sviluppo economico, come ha sottolineato lo

stesso amministratore Lorenzo Camilletti, "Ospedalicchio è un'area strategica, perché è una zona con un tessuto economico e sociale in fermento. Bastia è una città brillante, molto attiva e queste sono condizioni importanti nella scelta di un punto vendita". Per quanto riguarda invece la gestione commerciale, nel futuro de L'abbondanza c'è un doppio impegno, il primo riguarda il rafforzamento del rapporto di

"fidelizzazione del cliente", attraverso un potenziamento della carta fedeltà che da accesso a sconti, promozioni e permette all'azienda di monitorare l'andamento delle vendite per settore e capire le tendenze future. L'altra sfida è quella invece sui nuovi prodotti, come spiega ancora l'amministratore Camilletti, "anche i consumi stanno cambiando e stiamo andando verso la monoporzione, i cibi rapidi ma di qualità".