

Economia

Beraldo lancia **Upim-Coin** «Due miliardi in tre anni»

*La strategia dell'ad: «Il modello è il ritorno al concetto di emporio»
Nessun taglio ai dipendenti, rischio chiusura a Verona e Padova*

DAL NOSTRO INVIATO

MILANO - E' un salvataggio, ma non sarà una zavorra. Tutt'altro: l'acquisizione di Upim da parte di **Coin** proietterà il gruppo veneziano a una dimensione riservata nel settore solo a grandi player internazionali con dimora in Spagna o in Inghilterra. E' la promessa di Stefano Beraldo, l'ad mestrino che ha già fissato l'obiettivo: «Due miliardi di fatturato entro tre anni».

Traguardo allestito partendo da un bilancio **Coin**, quello che si appresta a licenziare la società, «che è il migliore della sua storia» per fatturato e redditività. Il 2009-10 chiuderà con circa 1,2 miliardi di ricavi, l'apporto di Upim (430 milioni al 31 dicembre scorso) e la crescita interna potrebbero portare a quota 1,8 miliardi alla fine di quest'anno. Quindi, i duemila milioni di giro d'affari non sembrano così irraggiungibili. Ma si dovrà passare da una rivoluzione, quella della rete Upim, per la

quale sono stati già fissati 60 milioni di investimenti.

La rete e i piani

Beraldo ha alcune idee chiarissime e altre da verificare sul campo. Chiuderà il quartier generale di Upim a Milano, con duecento dipendenti da dirottare nella sede a Venezia, oppure dove ci sarà bisogno nei grandi magazzini. Ecco lo schema previsto: dei 134 negozi Upim (ce ne sono poi altri 15 a marchio Blukids) di proprietà diretta, 50-60 saranno trasformati in Ovs entro il prossimo agosto, 10-20 ad insegna **Coin** (primi cinque entro maggio), 60-70 manterranno il brand, così come i circa 250 negozi in franchising. Sono una trentina i punti vendita a rischio chiusura, e tra questi ci sono anche quelli storici di Verona (via Mazzini) e Padova (piazza Garibaldi). Per il primo, fa sapere l'ad, si tratta di vedere se la proprietà immobiliare è disposta a negoziare il canone d'affitto, altrimenti sarà ce-

duto; idem per Padova, dove potrebbe anche scattare la riconversione al nuovo format **«Coin Excelsior»**, l'alto di gamma del gruppo che farà il suo debutto a Milano il prossimo anno. Ma l'ipotesi più probabile, al momento, è che lo store di piazza Garibaldi chiuda.

Occupazione

Lo scarso rendimento dei magazzini acquisiti è il tormentone dei discorsi di Beraldo. Per riportarli ad adeguata redditività, il top manager chiede qualcosa anche ai sindacati. «Non minacciamo tagli sui tremila dipendenti Upim, anzi contiamo di aumentare a regime gli occupati, perché ci aspettiamo crescita. Ma dobbiamo comprimere i costi: ci vuole flessibilità su orario, premi aziendali e contratto. Quello di Upim - sottolinea Beraldo - è stato un salvataggio. Ha chiuso l'esercizio con 43 milioni di perdite, e la continuità aziendale è stata possibile solo con gli interventi di ricapitalizzazione dei vecchi soci». Prova ne

sa che «siamo arrivati a concludere un anno e mezzo dopo la nostra prima offerta, che era stata molto più alta».

La famiglia Coin

«Questa operazione, compresi gli investimenti necessari per il rilancio del brand - si affretta a sottolineare Beraldo - non avrà effetti sulla nostra capacità di generare cassa». Certo, si domandano sacrifici un po' a tutti: «Alle banche, che hanno rinunciato a un terzo dei loro crediti». E ai proprietari immobiliari, «che devono abbassare i canoni d'affitto troppo alti», pena, appunto, la chiusura in alcuni casi. **Il Coin** (la famiglia dei fondatori che detiene tuttora circa il 45% della holding controllante) «hanno fatto il tifo per l'acquisizione. Avevano diritto di veto sull'operazione ma non l'hanno esercitato». Non partecipano al rafforzamento del capitale, rinunciando ai diritti a favore di Beraldo e un ristretto gruppo di manager che investiranno 10

milioni (attestandosi al 2% circa di **Coin**) mentre il socio di controllo, Pai Partners, ne metterà sul piatto circa 30. «Una misura prudenziale», per mettere in sicurezza il nuovo gruppo aggregato. Per lo stesso motivo, quest'anno gli azionisti dovranno rinunciare al dividendo.

Il restyling

Ma al centro dei piani è il rilancio del marchio Upim. Contrariamente all'idea iniziale, resterà in vita diventando «una specie di Google dello shopping non virtuale. Dove cioè si cerca rapidamente l'essenziale e si scelgono i prodotti più richiesti». Il modello? «Il ritorno al concetto di Emporio» che vuol far concorrenza, dai centri storici, ai grandi shopping mall di periferia oggi in difficoltà. Beraldo vuol coinvolgere grandi marchi, a cominciare dalla catena dello sport Decathlon, senza rinunciare a quelli già presenti in casa, come Croff.

Claudio Trabona

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il bilancio

Stefano Beraldo, amministratore delegato del gruppo **Coin**, ha comunicato i risultati del 2009: «Mai stati così positivi»

Il piano

Il quartier generale

Chiuderà il quartier generale di Upim a Milano, con duecento dipendenti da dirottare nella sede a Venezia.

I negozi

Dei 134 negozi Upim (ce ne sono poi altri 15 a marchio Blukids) di proprietà diretta, 50-60 saranno trasformati in Ovs entro il prossimo agosto, 10-20 ad insegna **Coin** (primi cinque entro maggio), 60-70 manterranno il brand, così come i circa 250 negozi in franchising.



Stefano Beraldo
L'operazione non avrà effetti sulla nostra capacità di generare cassa

