L'intervista. Cristina Scocchia. L'ad illustra le strategie di sviluppo del Gruppo

«Illy punta a raddoppiare le vendite negli Usa, avanti verso la Borsa»

Barbara Ganz

Innovazione, digitalizzazione e sostenibilità: sono le direttrici del nuovo piano industriale quinquennale di illycaffè. L'azienda ha approvato il bilancio consolidato 2021 con ricavi in crescita rispetto al 2020 e sostanzialmente in linea rispetto al 2019 e un profilo di redditività in miglioramento rispetto al 2020, anche se ancora inferiore rispetto ai livelli pre-pandemia. «Siamo in una fase di grande incertezza a livello macroeconomico: due anni di pandemia, oltre due mesi di guerra, le tensioni sull'energia e sulle materie prime - spiega Cristina Scocchia, da gennaio 2022 amministratrice delegata di illycaffè - La nostra volontà è quella di accelerare nonostante tutto: in fondo proprio quando sei in salita devi pedalare di più per riuscire a scollinare». E l'azienda, con il suo prodotto e la multicanalità - da bar e ristoranti alla vendita nella grande distribuzione - è un osservatorio privilegiato per cogliere i cambiamenti anche sociali: «Crediamo che questo periodo abbia ricadute non solo economiche e politiche, ma anche sociali e culturali. In pandemia, ad esempio, abbiamo osservato la frenata inevitabile del consumo fuori casa e la crescita domestica di chi non solo consumava caffè, ma ha investito in macchine da caffè per riprodurre nell'ambiente domestico la situazione alla quale non voleva rinunciare. Oggi gli uffici rappresentano il 15% del totale dei caffè consumati cosi come i bar, ancora lontani dalla normalità, mentre il consumo a casa è del 60%». L'obiettivo è fidelizzare il cliente e creare un legame omnicanale: «Siamo presenti in tutte le piattaforme, da Youtube a Facebook, da Twitter a Instagram: raggiungiamo 20 milioni di persone al mese, per le quali produciamo oltre 100 contenuti. La spesa per il marketing digitale all'estero supera il 70%». E proprio oltreconfine si concentrano gli sforzi di crescita: «Oltre a rafforzare la nostra posizione in Italia puntiamo ad accelerare in Francia, Spagna e Uk, e a raddoppiare negli Usa, che già rappresentano con una quota del 15% il nostro secondo mercato dopo quello nazionale. E poi c'è la Cina, che è attualmente un mercato vergine dal quale ci attendiamo molto». Quando a febbraio 2021 la società aveva annunciato il closing dell'operazione di vendita da parte del Gruppo Illy di una quota del 20% di illycaffè a Rhône Capital si era parlato di «una tappa fondamentale nel percorso di crescita della Società e nell'esecuzione dei suoi piani futuri che potrebbero prevedere anche la quotazione in Borsa». Un percorso confermato: «Definiremo più in là finestra temporale giusta e compatibile con l'evoluzione del contesto marco economico- spiega

l'ad - Intanto, avvicinandoci all'obiettivo, abbiamo già predisposto il nostro bilancio consolidato secondo i principi contabili internazionali delle società quotate. Quando sarà ora sceglieremo anche dove quotarci. Per il 2022 vogliamo concentrarci su una crescita profittevole». I numeri intanto dicono che nel 2021, nonostante il perdurare dell'emergenza sanitaria, i ricavi consolidati sono risultati pari a circa 500 milioni di euro, in aumento del 17,4% rispetto al 2020 trainati da una progressiva ripresa nei consumi fuori casa e dai risultati positivi nei canali Home. L'Italia ha registrato un incremento dei ricavi del 16,7% rispetto al 2020 e del 2,4% rispetto al 2019.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IMAGOECONOMICA



Amministratrice delegata. Cristina Scocchia ha iniziato la sua carriera in Procter&Gamble