

Coin: piani di sviluppo strategico in pieno svolgimento, nessuna operazione di natura straordinaria in vista

Prosegue nelle linee guida previste il piano strategico di sviluppo di Coin: ieri nella Shopville Le Gru di Grugliasco (Torino) è stato inaugurato il Department Store italiano nr. 81, a conferma di una copertura geografica che in Italia non ha eguali.

A Grugliasco, su una superficie totale di vendita di circa 1800 mq, Coin si propone con una formula contemporary e ad alta vocazione commerciale, un brand mix studiato appositamente per il pubblico torinese che comprende un'ampia selezione di marchi di abbigliamento, accessori e profumeria, l'home decoration di Coincasa e la boutique Nespresso.

“I risultati di Coin battono il mercato – ha dichiarato l'Amministratore Delegato di Gruppo Coin Stefano Beraldo – e confermano che la scelta di puntare su posizionamenti di volta in volta premium o a maggiore intensità commerciale, in funzione delle caratteristiche delle location, consente all'insegna di crescere nonostante la perdurante crisi dei consumi”.

Il fatturato di Coin negli ultimi 3 anni si è mosso infatti in controtendenza rispetto al mercato con vendite sostanzialmente stabili – ed in crescita del 2% nei primi sei mesi del 2014 con incremento dello scontrino medio del 6% e della quota di mercato del 15%.

Il piano strategico di Coin è basato sullo sviluppo di una formula volta ad un posizionamento premium contemporary per i department store collocati in location prestigiose, contemporary commercial per gli altri store. In entrambi i casi, attraverso un incremento dello spazio affidato in concessione a brand italiani ed internazionali, che generano maggior traffico e contribuiscono all'aumento dello scontrino medio.

E' il caso, per esempio, della conversione dello storico flagship di Roma in via Cola di Rienzo nel Coin Excelsior, il nuovo premium contemporary department store inaugurato in aprile: nei primi 5 mesi il fatturato di questo negozio è cresciuto di oltre il 50% rispetto alla formula precedente, con uno scontrino medio aumentato di circa il 40%, frutto di un brand mix di posizionamento più elevato o ricercato – dal gioiello (Tiffany) alla partnership con Cargo che affianca la storica forza di Coincasa, dal food con la formula Eat's all'abbigliamento con marchi moda riconosciuti (Armani Collezioni, Valentino Red, Z Zegna) e contemporary (Joseph, Theory).

Lo sviluppo della formula Coin Excelsior proseguirà con l'apertura - entro il 2015 - di altri department store premium a Venezia e Napoli.

Anche le performance dei luxury department store Excelsior di Milano (aperto dal 2011 e da allora in costante crescita di ricavi) e Verona (inaugurato nel 2013 e già a break-even), sono in linea con le previsioni e confermano il successo di questo progetto.

GRUPPO COIN

Lo sviluppo del piano rappresenta la priorità del management, tanto è vero che la società esclude che sia in corso in questo momento qualunque operazione o progetto di natura straordinaria, tantomeno, quindi, la cessione della società, ipotizzata da alcune voci di mercato.

A tale proposito, Nikos Stathopoulos, Managing Partner di BC Partners, azionista di maggioranza e Presidente di Gruppo Coin, ha affermato: "Contrariamente a quanto riportato da alcuni media, BC Partners continua ad essere impegnata sul proprio investimento in Coin e non sta al momento considerando la cessione dell'azienda. Il demerger di OVS da Coin, coerentemente con la nostra strategia, consentirà ad entrambe le aziende di crescere indipendenti l'una dall'altra e di valorizzare le opportunità presenti nei rispettivi segmenti di mercato. BC Partner è determinata a continuare supportare entrambe le società nel loro percorso di crescita".

Per ulteriori informazioni:

Federico Steiner
Barabino & Partners SpA
E-mail: f.steiner@barabino.it
Cell. +39 335.42.42.78

coin

COIN
EXCELSIOR

X
EXCELSIOR
MILANO

IANA