

GRANDE DISTRIBUZIONE

Oviesse svela
i piani di sviluppo
nella regione
per il 2019

Ovs, la rivoluzione digitale del primo gruppo del fashion

Le strategia del gruppo che ha l'8% del mercato retail dell'abbigliamento per espandersi in Italia e in Lombardia, dove ha aperto 35 store negli ultimi 3 anni. Nei primi 9 mesi del 2018 le vendite hanno raggiunto il miliardo di euro nonostante la leggera flessione rispetto al 2017. Intanto però anche Ovs deve stare al passo di una vera e propria rivoluzione

Vittorio Bellagamba
MILANO

TRENTACINQUE nuovi store in Lombardia negli ultimi tre anni. Ecco i ritmi di crescita di Ovs, gruppo italiano leader nel settore dell'abbigliamento retail con una quota dell'8%. La società nata a Padova nel 1972 conta oltre 1600 negozi in Italia e all'estero con i marchi Ovs, Ovs Kids, Upim, Blukids e conta circa 7000 dipendenti. Dal marzo del 2015 Ovs spa è quotata alla Borsa Italiana. Nei primi nove mesi del 2018 i dati del bilancio di Ovs evidenziano vendite nette pari a 1 miliardo di euro, in leggera flessione (-1,4%) rispetto allo stesso periodo del 2017.

«SIAMO attualmente presenti in Italia e all'estero con una rete di oltre 1.100 negozi a marchio Ovs e Ovs Kids, oltre all'e-shop - spiega Carmine Di Virgilio (nella foto), direttore retail Italia Odi Ovs - La Lombardia ha sempre rappresentato per Ovs uno dei mercati più importanti in Italia, tanto che negli ultimi tre anni abbiamo aperto 35 store. Ad oggi siamo presenti con 120 negozi full format (donna, uomo, bambino), 12 negozi Ovs Kids e impieghiamo oltre 1200 dipendenti, di cui oltre 500 nella provincia di Milano. Nel 2019 prevediamo di proseguire con lo sviluppo della rete diretta e franchising per entrambi i marchi Ovs e Ovs Kids». Il gruppo, tra l'altro, è alle prese con le rivoluzioni porta-



te nel commercio dalla trasformazione digitale.

«IL DIGITALE è al centro delle strategie di Ovs e coinvolge tutti gli ambiti del nostro business - aggiunge Carmine Di Virgilio - Il nostro obiettivo è quello di creare un dialogo con il nostro cliente, facendolo sentire accolto, in un ambiente che è pensato per lui, sia esso fisico o virtuale. Per questo abbiamo investito su Crm, e-commerce, digitalizzazione dei negozi nella direzione di una completa, fluida, integrazione dell'e-commerce (online) con i negozi fisici (offline): oggi, quasi la metà di chi

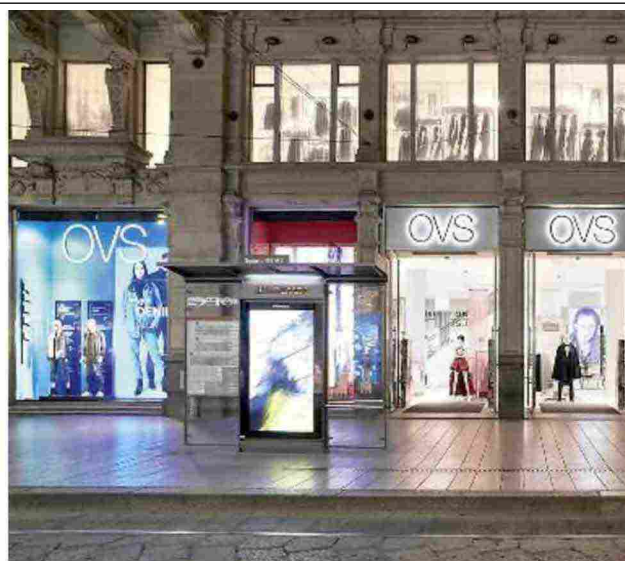
acquista online su ovs.it ritira i propri acquisti nella capillare rete di negozi». Negli ultimi mesi Ovs ha introdotto Ovsid e MySize. «Ovsid smaterializza la vecchia card fisica, consentendo al cliente di essere riconosciuto su tutti i touch point fisici e virtuali (App, sito web, punti cassa dotati di tablet, schermi e totem in-store), anche solo avvicinando il proprio smartphone in cassa o fornendo il proprio nominativo agli assistenti di vendita - racconta Carmine Di Virgilio - MySize è un servizio introdotto da settembre in circa 50 store che consente al cliente, attraverso poche e semplici azioni, di individuare autonomamente la presenza in negozio del capo scelto nella propria taglia e, nel caso mancasse, richiederne la consegna gratuita a domicilio o il ritiro in negozio».

OVS ha anche dotato gli stessi negozi del Wi-fi gratuito, attraverso i quali i clienti hanno la possibilità di farsi riconoscere e, a breve, di ricevere offerte personalizzate. «Nei prossimi mesi continueremo a lavorare su vari fronti - spiega Carmine Di Virgilio - che includono una nuova e arricchita esperienza mobile per il consumatore, nuovi sistemi di membership, pagamenti digitali e su nuovi sistemi di cassa che, superando il concetto tradizionale, diventano strumenti intelligenti in grado di favorire un dialogo sempre più personalizzato con i nostri clienti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**NUOVI
SERVIZI**

Con MySize i clienti possono capire subito se il capo che stanno cercando è disponibile in negozio o nel caso farselo spedire



Addio alle vecchie card per i clienti

La soluzione Ovsid sostituisce la vecchia card fisica, consentendo al cliente di essere riconosciuto su tutti i touch point fisici e virtuali (app, sito web, punti cassa dotati di tablet, schermi e totem in-store), anche solo avvicinando il proprio smartphone in cassa o fornendo il proprio nominativo agli assistenti di vendita

Occupazione

Il colosso italiano dell'abbigliamento impiega 7mila dipendenti 500 sono impegnati nella sola provincia di Milano

Quota di mercato

È cresciuta nel 2018 e ha raggiunto l'8% nonostante il minor numero di aperture rispetto agli anno scorsi

Meteo e affari

Le vendite sono state danneggiate dal caldo eccessivo di settembre e ottobre che ha rallentato l'avvio della nuova stagione