

Marc Bidaud

DIRECTOR GENERAL
ITAB-LA FORTEZZA IBÉRICA

“Siempre estamos pensando en el futuro para ir a la vanguardia del mercado”



TAB Group, que adquirió La Fortezza en octubre de 2016, ha cerrado el año 2018 con una facturación de 6.031 millones de coronas suecas (alrededor de 575 millones de euros) y una plantilla compuesta por 3.400 personas, disponiendo de 22 fábricas y teniendo presencia en 30 países.

“Cuando nos fusionamos, La Fortezza aportó estanterías y cajas, mientras que ITAB suministró su *know-how* en digitalización e iluminación, dando lugar a una compañía que permite abarcar todo globalmente en una tienda”, explica el director general de ITAB-La Fortezza Ibérica, Marc Bidaud, enorgulleciéndose de que la multinacional sueca es “el primer operador europeo en equipamiento comercial y mejora de la experiencia de compra”. La compañía pone el foco, entre otros pilares estratégicos, en la creación de sistemas de entrada

“APOSTAMOS POR LA TIENDA DEL FUTURO, LA DIGITALIZACIÓN Y LA EXPERIENCIA DE COMPRA”

“LA ESTANTERÍA SIGUE TENIENDO IMPORTANCIA, PERO NECESITA COMPLETARSE CON DIGITALIZACIÓN”

que generen *engagement* con el consumidor, ofreciendo una atractiva imagen de acceso y bienvenida; en la generación de iluminación de primer nivel que permita crear una atmósfera adecuada de venta y en optimizar la zona de cajas con innovadoras soluciones.

“El sector minorista está en continua transformación. Para un entorno de tienda con una fuerte expresión conceptual se requieren constantemente conceptos de tienda nuevos y modernos que generen ventas adicionales, convirtiendo la visita a la tienda en una experiencia inspiradora”, prosigue Bidaud.

NUEVOS CONCEPTOS

ITAB pretende potenciar el diseño de entornos de tienda inspiradores, funcionales y eficaces, con el desarrollo, la fabricación y la instalación de conceptos innovadores y sostenibles.

“En nuestra compañía vamos más allá de la estantería, que sigue teniendo su importancia en la estructura base de la tienda, pero necesita completarse con la digitalización”, explica Bidaud, al tiempo que señala que “también estamos haciendo que desaparezca la tradicional línea de cajas, ya que los nuevos *lay-out* de las tiendas tienden a reducir el espacio de la caja clásica para dar más importancia a las cajas automáticas y de *self check-out*, mejorando la experiencia de compra y el confort del consumidor,



tal y como está realizando Leroy Merlin en Francia con nuestro modelo *Move Flow Hybrid*".

Asimismo, el directivo también destaca la apuesta que está realizando la empresa por los terminales de fila única, que permiten reducir el tiempo de espera en las colas, así como por la gestión del turno a través del *smartphone* y de aplicaciones como *Mobile-Q* (actualmente, ITAB-La Fortezza Ibérica está desarrollando un proyecto para implantarlo en 500 tiendas de Consum en tres años, al tiempo que realiza varios tests en distintas cadenas).

Otro puntal importante de la compañía es el desarrollo de mobiliario *Click & Collect*, con soluciones modulares y completamente personalizables en función del espacio y el producto a entregar, ya sea no alimentario o fresco o congelado.

Las pantallas *Endless Aisle*, que amplían los lineales y desarrollan las gamas de productos que se comercializan a guisa de catálogo digital, así como el estante refrigerado *CoolShelf*, las pantallas de *Order & Pay Here* (instaladas, por ejemplo, en Mo-

rrisons) y el innovador y personalizable sistema de iluminación *Spline* (ya está disponible en varios *retailers*), así como otros productos de la gama *Lighting* (instalada en Ikea, H&M y Uniqlo) son otras de las apuestas de la compañía.

INNOVACIÓN

"Siempre estamos pensando en el futuro para ser los primeros en todo, para ir a la vanguardia, ya que nos gusta ir tres años por delante del mercado", enfatiza Marc Bidaud, destacando que "apostamos por la tienda del futuro, por la digitalización y la mejora de la experiencia de compra".

ITAB-La Fortezza quiere seguir siendo un referente gracias a tres elementos diferenciales, que son la producción propia, la flexibilidad y un precio asequible, detalla el directivo, para quien "la innovación es nuestro motor". Empresa global, pero de presencia local, ITAB-La Fortezza posee un laboratorio en sus instalaciones centrales de Suecia, en el que se inyecta anualmente varios millones de euros para lanzar innovadores conceptos de equipamiento comercial en los 30 países en los que está presente. ●