

06901 **Supermercati,
l'italiano** 06901
Eurospin
il più redditizio
d'Europa

Valente a pagina 10

L'INFLAZIONE SPINGE I CONSUMATORI A CERCARE OFFERTE E RISPARMIO NELL'ALIMENTARE

Gli italiani scelgono i discount

Studio Mediobanca: Eurospin regina di utili e sul podio internazionale per redditività del capitale investito

DI SILVIA VALENTE

L'incertezza sui costi e i problemi di approvvigionamento condizionano le abitudini di consumo degli italiani, in particolare in ambito alimentare. Da un lato l'inflazione ha trainato le vendite (+6,7% nel 2022), parallelamente quasi dimezzato i margini delle imprese del comparto (l'ebit margin è passato dal 2,4% nel 2021 all'1,4%). Dall'altro lato, inizia ad impattare sulla domanda che solo a gennaio 2023 si è ridotta del 6%, pur se su base annua si preveda un aumento del 2,8% delle vendite. Questa la fotografia scattata dalla nuova edizione dell'Osservatorio dell'Area Studi di Mediobanca sulla grande distribuzione organizzata (gdo) alimentare italiana e internazionale.

In effetti già nel corso del 2022 i consumatori, per cercare contenere l'impatto del caro vita sui loro portafogli hanno ricercato maggiori opportunità di risparmio in particolare scegliendo i prodotti a marchio del distributore (+9,4% sul 2021 delle vendite che hanno sfiorato i 13 miliardi nel 2022) e il canale dei discount (+5% negli ultimi cinque anni, proiettati oltre il 22%). Difatti la miglior performance di mercato nel corso del 2022 se la sono guadagnata a pari merito l'Eurospin e Agorà (+7,7%), di poco avanti a Lidl Italia (+6,7%).

Un trend che va a rafforzare quanto già in atto da qualche anno. Basta guardare al 2021 dove sono ancora l'Eurospin, Md e la Lidl i primi della classe, raggiungendo, rispettivamente, il 18,2%, il 15,1% e l'11,3% in termini di redditività del capitale investito. L'elevato roi vale per giunta all'Eurospin la medaglia d'argento a livello internazionale, tra le due statunitensi Target (al 30,1%) e Walmart (17,8%). Allargando ulteriormente lo sguardo e considerando l'intervallo 2017-2021, la dinamica non appare diversa. Il podio è occupato infatti nelle da Md (+9,7% medio annuo) e da Lidl Italia (+8%), seguiti da Agorà (+7,6%). Spetta però ancora una volta all'Eurospin la medaglia d'oro per utili cumulati dal 2017: quasi 1,3 miliardi, superando addirittura Esselunga, ferma a 1,2 miliardi.

Non stupisce quindi che gli investimenti per la crescita della rete dei discount siano aumentati del 60,6% negli ultimi cinque anni, mentre le risorse destinate alla grande distribuzione una riduzione del 14,1%.

Da notare, sottolinea l'Osservatorio Mediobanca, il dinamismo della distribuzione organizzata che ha visto gli investimenti crescere del 31,4% e ha acquisito una quota di mercato del 37,9% (+4,9% rispetto al 2017). Per di più, ben 14 operatori indipendenti sono entrati nel perimetro della distribuzione organizzata e altri cinque si

sono spostati all'interno del segmento.

Nondimeno emerge dal report che i retailer meridionali hanno brillato per vendite (+5,1% medio annuo sul 2017) a livello nazionale mentre gli operatori del Nord-Est hanno superato quelli del Nord-Ovest (+1,9% vs +0,9%), pur se non sui margini (1,3% vs 2,2%). Rimangono invece stabili tanto la concentrazione del mercato italiano quanto la quota delle compravendite online. Nello specifico, la market share dei primi cinque retailer resta pari al 57,1%, confermandosi al di sopra di quella della Spagna (49,8%) ma lontana da Paesi Bassi (80,1%), Francia (78,4%), Gran Bretagna (75,4%) e Germania (75%). Dall'altro lato prosegue la crescita del canale on-line (+10,5% sul 2021) che comunque però non si allontana dal 3% del fatturato complessivo.

Quanto alla dimensione esg società della gdo italiana, segnala Mediobanca, sulla governance c'è ancora da lavorare. Nei cda i giovani (14,1%) e le donne (22,8%) sono in netta minoranza. Si iniziano invece a vedere i risultati dell'impegno delle imprese del comparto per ridurre l'impatto ambientale: dal 2019 l'intensità energetica è calata del 15% e quella carbonica del 14,4% come viene prodotto il 3,7% in meno di rifiuti, di cui il 68,3% entra nel percorso di riciclo. (riproduzione riservata)



Superficie 49 %

I PRIMI RETAILER ITALIANI NEL PANORAMA INTERNAZIONALE NEL 2021

Dati dell'Osservatorio sulla gdo alimentare di Mediobanca

	Redditività	Nella classifica globale	Vendite al mq	Nella classifica globale
* Eurospin	18,2%	2	6.817 €	16
* Md	15,1%	8	5.625 €	21
* Lidl Italia	11,3%	16	7.520 €	14
* Agorà	8,9%	24	7.725 €	12
* Selex	8,4%	25	5.189 €	26
* Végé	7,4%	28	4.566 €	30
* Esselunga	7,3%	29	15.281 €	2
* Conad	5,9%	34	6.114 €	18
* Coop	1,6%	44	5.732 €	20
* Carrefour Italia	-24,1%	48	4.770 €	29

GRAFICA MF-MILANO FINANZA