

Esselunga, i ricavi salgono a 4,63 miliardi

Su anche i volumi

Rimborsato con la liquidità un bond da 500 milioni

Esselunga rimborsa un bond da mezzo miliardo attingendo alla liquidità senza sottoscrivere nuovo debito per onorare la scadenza di ieri. È un segnale al mercato, dice l'azienda, della strategia di riduzione del debito e della solidità del gruppo, malgrado la pressione forte sulla grande distribuzione, stretta tra rincari, calo dei consumi e impoverimento del carrello della spesa che deprime i margini.

Ma il rimborso dell'emissione con cedola dell'0,875% — condizioni irripetibili in questa fase di tassi alti — è anche un segno che l'impegno finanziario necessario per portare a termine il risassetto in famiglia dopo la scomparsa del fondatore Bernardo Caprotti, non è più un peso sul gruppo presieduto da Marina Caprotti. Ora resta un bond da 500 milioni che arriverà a scadenza nel '27.

Il pagamento a scadenza dei titoli quotati — a una settimana dal giudizio dell'agenzia di rating Moody's che ha rivisto l'outlook da negativo a stabile — è sostenuto dai conti del primo semestre dell'anno, chiuso con un fatturato di 4,63 miliardi, in aumento del 7,3%, trainato dall'aumento dei prezzi ma che segnala anche un recupero dei volumi in un mercato totale della distribuzione che a fine anno si chiuderà con il segno meno. In crescita la redditività, salita a 358,5 milioni dai 215 del primo semestre '22, periodo in cui Esselunga ha investito 140

milioni per tenere fermi i prezzi in una fase di inflazione dirompente.

Un impegno che ora dà i suoi frutti, al pari dell'altro fronte, quello che ha visto Esselunga aderire al patto anti-inflazione lanciato dal governo e partito a ottobre. Il gruppo ha infatti bloccato i prezzi su 40 prodotti della sua linea di primo prezzo «Smart» e applicato uno sconto del 20% su una selezione di prodotti a marchio Esselunga che variano ogni due settimane ha fatto registrare un aumento del 150% dei volumi.

Si tratta di scelte in linea con la strategia dell'azienda che non ha voluto riversare sui clienti tutti gli aumenti richiesti dai fornitori, nei mesi in cui anche i costi di struttura, soprattutto quelli energetici, hanno continuato a salire. I prezzi a scaffale hanno registrato un aumento medio del 9,8% contro il 10,5% applicato dai fornitori. Il gruppo ha mantenuto il passo degli investimenti, pari a 177,3 milioni. Nel primo semestre sono infatti stati aperti i negozi di Albenga e Genova San Benigno. Il secondo semestre è poi iniziato con l'apertura di un nuovo supermarket a Roma e l'ampliamento del negozio di Torino in Corso Bramante. L'ultima parte dell'anno vedrà Esselunga inaugurare a Milano lo store a Cascina Merlata il 15 novembre più una LaESSE e l'ampliamento del nuovo negozio a Mantova.

Daniela Polizzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il profilo



● Dal 2020 Marina Caprotti, classe 1978, è la presidente esecutiva del gruppo Esselunga che ha chiuso il primo semestre con 4,63 miliardi di fatturato, in crescita del 7,3%.

● Nei primi sei mesi il gruppo ha investito 177,3 milioni e aperto i negozi di Albenga e Genova San Benigno

● Esselunga possiede 187 negozi



Superficie 22 %