

DIVENTERANNO GS

Data Stampa 6901 Data Stampa 6901

NewPrinces svela il piano di rilancio dei supermercati ex Carrefour

Capisani a pag. 17

Il gruppo NewPrinces svela il piano di rilancio degli oltre mille negozi acquisiti dai francesi

Carrefour, parte il rebranding L'insegna Gs ricomincia dal Sud. La private label fa sinergie

DI MARCO A. CIPISANI

Una potenza di fuoco da 435 milioni di euro, così Angelo Mastrolia risponde con un solo numero alle numerose domande di giornalisti e analisti finanziari riguardo alla sostenibilità economica del rilancio di Carrefour Italia. Dopo il via libera della Commissione europea all'acquisizione dei negozi italiani dall'omonimo gruppo francese, il patron e presidente esecutivo di NewPrinces group passa subito alla fase operativa, illustrata ieri martedì 2 dicembre. Emergono così gli obiettivi finanziari al 2026 con ricavi consolidati per circa 7 miliardi di euro e un ebitda sopra i 400 milioni di euro ma soprattutto spiccano i dettagli dell'operazione che vuole integrare la filiera dalla produzione alla distribuzione: ci sono le previsioni di crescita dei ricavi per circa 500 milioni di euro grazie al nuovo assortimento a scaffale e in particolare a ulteriori lanci della marca privata, sfruttando per esempio le attività del gruppo nella lavorazione del latte. C'è pure l'intenzione di guardare a ulteriori acquisizioni, con attenzione particolare al segmento degli alcolici e in generale a operazioni che facciano crescere la divisione ready to drink. «Abbiamo parlato con Campari ma siamo aperti a diverse opportunità», ha precisato Fabio Fazzari, group financial director, in merito al possibile interesse verso marchi del gruppo presieduto da Luca Garavoglia.

Il piano di sviluppo con maggio-

ri dettagli operativi e temporali arriverà il prossimo marzo ma, intanto, per gli oltre mille negozi che passeranno entro la fine del 2028 dall'insegna Carrefour a quella storica tricolore Gs c'è l'intenzione di partire col rebranding dalle

regioni del Sud Italia, risalendo poi progressivamente lungo la Penisola. Per ogni formato di vendita (per esempio per i Carrefour Express di prossimità urbana) così come per gli accordi di franchising, si farà un'analisi caso per caso. In generale si punta a un nuovo posizionamento sia commerciale sia a livello di comunicazione di store (da legarsi alla nuova offerta a scaffale e pur nel solco della continuità per le abitudini di spesa dei consumatori). Semmai, un approfondimento a parte è riservato agli ipermercati, formati da tempo in crisi su tutto il mercato, il cui ruolo verrà rivisto in funzione di maggiori servizi per il mondo horeca (hotel, restaurant, caffè), in chiave digitale per il b2b e il b2c, oltre che per lo stesso mercato retail (in generale si vedranno nei prossimi mesi le ricadute occupazionali di tutto questo network retail). A chiusura del cerchio strategico non poteva mancare la logistica, da integrare con Centrale del latte d'Italia, altra controllata del polo internazionale che dispone di marchi come Plasmon (recentemente acquisito), Delverde, Polenghi, Latte Tigullio e Polenghi lombardo.

La nota di colore è non solo che torna sul mercato la storica insegna Gs (Generale supermercati) ma che si tratta di un'avventura industriale che ha incrociato i suoi destini con quelli, tra gli altri, del gruppo pubblico Iri (Isti-

tuto per la ricostruzione industriale) e di imprenditori del calibro della famiglia Caprotti, di Marco Brunelli, Leonardo Del Vecchio e Gilberto Benetton.

Al lato immobiliare va un accento anche in questa acquisizione, un po' come per l'uscita dal mercato tricolore di altri francesi, quelli di Auchan. A parte la riorganizzazione dei negozi a gestione diretta e una selezione di quella in franchising, non sono invece inclusi nell'operazione i centri commerciali che fanno capo a Carmila, società creata e controllata dal gruppo Carrefour.

Tutti i numeri di NewPrinces group. In attesa del primo traguardo di business al 2026, le stime proiettano un esercizio 2025 con ricavi complessivi per 6,7 miliardi di euro, considerando i 3,7 miliardi di fatturato nel 2024 di Carrefour Italia e i 2,6 miliardi della stessa NewPrinces, a cui si aggiungono 170 milioni di euro da Plasmon e 234 milioni dal business delle bevande ready to drink. Dai 6,7 miliardi del 2025 ai 7 miliardi del 2026 per poi tendere, al 2030, sopra quota 8 miliardi. Parallelamente nel tempo, l'ebitda è atteso dai circa 400 milioni del 2025 a superare questa soglia l'anno prossimo e toccare quella degli oltre 550 milioni nel 2030. Il management prevede, infine, che «entro la fine dell'esercizio 2025, il gruppo possa riportare



una posizione finanziaria netta positiva compresa tra i 150 milioni di euro e i 200 milioni, escludendo gli effetti Ifrs 16». Confermato per fine anno un utile netto consolidato che supererà i 700 milioni di euro. Da ricordare, nel dettaglio, che Carrefour aveva già versato pre-closing circa 530 milioni di euro, a copertura dei debiti infragruppo. Si aggiungono inoltre 245 milioni di euro a supporto del rilancio targato Mastrolia. In tutto, l'impegno dei francesi è di 775 milioni di euro.

— © Riproduzione riservata — ■



Angelo Mastrolia



Un vecchio supermercato Gs a Roma