

Mastrolia annuncia a Linkontro-Niq un nuovo riposizionamento per i negozi Gs-Carrefour

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

NewPrinces, prezzi ancora giù

Comunicazione ad hoc al via. I fornitori siano responsabili

DI MARCO A. CAPISANI

Angelo Mastrolia, patron e presidente esecutivo di NewPrinces, si prepara a breve a un nuovo riposizionamento di prezzi per i suoi negozi Carrefour-Gs. Dopo la lettera inviata ai fornitori dello scorso dicembre per chiedere tariffe aggiornate e allineate alle condizioni di mercato odierne, una nuova comunicazione è all'orizzonte per un ulteriore contenimento dei costi, perché anche «i fornitori devono essere responsabili». D'altronde, «se i discount sono cresciuti così tanto in Italia, il motivo è anche che l'industria non si è resa conto delle condizioni di mercato e i diktat non ci piacciono nemmeno da parte delle multinazionali», ha risposto Mastrolia alla domanda di *ItaliaOggi* sulle sue prossime mosse sul mercato, a margine della seconda e penultima giornata di Linkontro, l'evento dedicato al largo consumo e organizzato da NielsenIQ (Niq) a Santa Margherita di Pula, vicino Cagliari.

Mastrolia parla (anche) ai consumatori. A proposito di comunicazione, poi, visto che la risposta del consumatore finale è quella che conta ed è lui che deve rendersi conto dell'abbassamento dei prezzi, allora «spingeremo anche sulla comunicazione» per renderlo maggiormente consapevole di «questo sforzo», sempre secondo il patron del gruppo quotato che è cresciuto negli ultimi mesi non solo acquisendo Carrefour Italia ma anche Plasmon e Diageo operations Italy. Dinamismo che spiega i ricavi registrati alla fine del primo trimestre 2026, a livello di

gruppo, per 1,5 miliardi di euro su del 122,5% rispetto al dato consolidato 2025 mentre l'ebitda adjusted raggiunge quota 76,5 milioni (+21,3%) e la perdita netta consolidata si riduce a -22,6 milioni dai precedenti -34,8 milioni, a parità di perimetro di consolidamento. Tra le prossime mosse di NewPrinces ci sono le possibili acquisizioni nel mondo del tonno in scatola, dei prodotti da forno e dell'olio, in quest'ultimo caso con la conferma indiretta sul dossier del gruppo spagnolo Deoleo, che ha in portafoglio i marchi Carapelli, Bertolli e Sasso e muove un giro d'affari da circa 800 milioni di euro. «Non dico nulla ma non ci sono altri player di quelle dimensioni in Europa, ognuno ne tragga le sue conclusioni», ha sintetizzato Mastrolia.

Pomodori sì, Realco no. L'Italia resta al centro delle strategie di gruppo non solo per Gs-Carrefour né solamente per il focus commerciale sulla marca privata o sulle proprie marche ma anche perché reindirizzerà sul mercato tricolore la sua produzione di pomodori, grazie allo stabilimento pugliese, finora maggiormente destinata ai consumatori britannici. Si vedrà quindi come reagiranno i produttori tricolori. Invece, sul capitolo Realco, NewPrinces non presenterà probabilmente un'offerta formale per la cooperativa di Reggio Emilia, nel pieno della procedura concordataria: «i negozi hanno perso radicamento sul territorio. Abbiamo avanzato una manifestazione d'interesse ma ora abbiamo alcune riserve» a proseguire, a giudizio dell'imprenditore.

Il gruppo vede il 2026 in netto miglioramento. «Abbiamo avuto un marzo molto positivo, confermato dall'andamento del mese di aprile. Sembra che l'andamento del retail si sia radicato, grazie alla riorganizzazione e al riposizionamento sui prezzi, per l'appunto. A fine anno, ci sarà un significativo miglioramento», ha proseguito il patron di NewPrinces, raccontando le motivazioni che hanno portato a una revisione delle guidance di gruppo, annunciando un miglioramento di «almeno 80 milioni di euro» a fine 2026, a livello di risultato netto di gruppo. Al momento, nel primo trimestre dell'anno, ci sono già le attività retail di Gs-Carrefour che segnano un ebitda positivo nel primo trimestre e nel periodo year-to-date. In particolare, «l'ebitda del periodo marzo-aprile ha registrato una crescita del 240% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, beneficiando delle prime sinergie derivanti dall'integrazione, del miglioramento della disciplina commerciale, dell'ottimizzazione promozionale e delle azioni di efficientamento operativo implementate dal management», ha comunicato nei giorni scorsi l'azienda attraverso una nota sul primo trimestre 2026. «Alla luce della performance registrata nei primi mesi dell'esercizio, il management ritiene che l'ebitda 2026 del perimetro retail possa attestarsi nel range 110-120 milioni di euro, in anticipo rispetto alle aspettative iniziali del management».

— © Riproduzione riservata — ■





Angelo Mastrolia, patron e presidente esecutivo di NewPrinces