

Inumeri sono di NielsenIQ. *Data Stampa 6901-Data Stampa 6901* E' analisti di Antonio Di Ferdinando, ad di Conad Adriatico

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Il largo consumo vivace al Sud

Spinto da fresco, prodotti tipici e bio, benessere e premium

DI EMANUELE SCARCI

Largo consumo sempre vivace nel Mezzogiorno. Dopo un buon 2025, anche nei primi cinque mesi del 2026 il trend delle vendite al Sud rimane più dinamico rispetto al resto d'Italia. Secondo NielsenIQ, da gennaio a maggio di quest'anno, le vendite a valore di *grocery* (alimentari più prodotti per la cura della casa e della persona) nella distribuzione moderna sono cresciute del 2,2% al Sud. Molto meglio del Nord est, +1,9%, del Centro, +1,5%, e del Nord ovest, +1,1%. Il traino arriva, in particolare, dai prodotti alimentari tipici e dai freschi oltre che da quelli per la salute e il benessere. Come interpretare questo dinamismo del Sud? «Innanzitutto c'è una domanda di consumi incompressibili», risponde l'amministratore delegato di **Conad Adriatico, Antonio Di Ferdinando**. «Inoltre, continua il trend di prodotti biologici, del benessere e premium. E' però importante avere una buona rete di negozi per cogliere le opportunità ed essere molto vicini ai consumatori». Poi il top manager aggiunge: «Per quanto ci riguarda abbiamo anche un ruolo più difficile della media dei *retailer* perché presidiamo un territorio, sulla dorsale adriatica, lungo 800 km con abitudini alimentari diverse: dai formaggi, alla piadina, dallo stoccafisso al ketchup». Nel caso specifico di Conad Adriatico, come per tutta la catena della Margherita, gioca un ruolo rilevante il marchio del distributore con quasi duemila prodotti a prezzi ribassati rispetto al brand industriale. Sulla convenienza dei prezzi al Sud si gioca una partita vitale per i *retailer*: la penetrazione dei discount è elevata, con punte del 35% in Puglia. Risulta effi-

cace il paniere **Conad Basi&Fissi**, 750 prodotti di base che coprono 100 categorie merceologiche, con uno sconto medio del 25% rispetto alla marca. **Conad Adriatico è una delle 5 cooperative del colosso della grande distribuzione**. Conta su 446 punti vendita collocati dalle Marche alla Puglia e Basilicata e con 34 store in Albania e Kosovo. La quota di mercato è del 17,6%. Nel 2025 la rete commerciale ha realizzato vendite per 2,35 miliardi di euro, +4,83%, e un utile netto di 38,4 milioni. I maggiori ricavi sono generati in Abruzzo: quasi il 40%, contro il 32% della Puglia, ma il baricentro degli investimenti si sposta sempre di più verso il tacco, regione con quasi 4 mln di abitanti. L'Abruzzo ne ha appena 1,3 mln e le Marche 1,5 mln. La coop dei dettaglianti ha appena rilevato da Coop Alleanza 3.0 l'ipermercato di Andria e tagliato il nastro nei supermercati di Santa Cesario (Lecce), San Pietro Vernotico (Brindisi) e Santa Margherita di Savoia (Bat). Probabilmente la Puglia diverrà la regione di riferimento. **Tutta la dorsale adriatica** però è accomunata dalle performance dei bistrot "**Sapori & Sorrisi**" inseriti nei supermercati. «Il riscontro è eccezionale», commenta Di Ferdinando. «Gestiamo aree ristoro di varie dimensioni, fino a 160 posti a sedere. Ottima anche la marginalità, registriamo un utile operativo medio intorno al 15% del giro d'affari. Continueremo a investire con category manager e assortimenti dedicati». Ora il management ha puntato sullo sviluppo di una catena di ristoranti "**Sapori & Sorrisi**" esterna ai supermercati. Il primo test dovrebbe partire a breve, ma sulla localizzazione l'azienda non fornisce nessun riscontro.

— © Riproduzione riservata — ■



Antonio Di Ferdinando

