

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Assetto societario e logo nuovi, tutti sotto il nome dell'insegna, per il retail di NewPrinces

Mastrolia rilancia il marchio Gs

Sul tavolo piani di affiliazione, rinnovo store e pubblicità

DI MARCO A. CAPISANI

Angelo Mastrolia riorganizza le attività retail di NewPrinces group e le riunisce in un'unica società: Gs spa. Lo stesso nome nonché storica insegna italiana torna anche con un logo aggiornato, sostituendo progressivamente e gradualmente nei punti vendita il nome Carrefour, attività acquisite nel 2025. Ma il patron e presidente esecutivo di NewPrinces è in costante movimento anche su altri binari di sviluppo per il network retail che conta oggi, tramite Gs spa, più di mille punti vendita di cui 750 in franchising. Un fronte su tutti è la possibile affiliazione ad altri poli distributivi del retail tricolore. Magari col gruppo VéGé, come indicano indiscrezioni di stampa non confermate? Mastrolia ha risposto ieri a *ItaliaOggi* che «con il gruppo VéGé ci sono un ottimo rapporto e una stima reciproca, ma per quest'anno non è prevista l'adesione. Al momento non è in corso alcuna affiliazione».

Secondo snodo cruciale per Mastrolia è agire ripetendo sempre che «la risposta del consumatore finale è quella che conta ed è lui che deve rendersi conto del nostro abbassamento dei prezzi. Deve rendersi conto del nostro sforzo; per questo spingeremo anche sulla comunicazione», aveva spiegato l'imprenditore (vedere *ItaliaOggi* del 16/5/2026). Ed ecco, infatti, che Gs è andata on air in questi giorni con una campagna pubblicitaria incentrata sulla con-

venienza economica dell'offerta Gs-Carrefour ma in parallelo c'è già quella su astucci e zaini per il ritorno a scuola.

Le mosse so-

cietarie per il riassetto. Gs spa riunisce quindi, sotto un unico tetto, la parte produttiva, quella della logistica e la distribuzione. La società nasce infatti con il rena-

ming di Princes property spa, a sua volta risultato dell'incorporazione sia della vecchia Gs spa sia di Princes retail, che aveva in pancia l'asset Carrefour Italia. Questa nuova architettura societaria è già operativa da sabato 1° agosto 2026. E i negozi? Vale anche per loro l'operazione di riassetto. Il rilancio del marchio Gs sostituisce gradualmente quello di Carrefour in un percorso che verrà descritto e dettagliato, maggiormente, nei prossimi mesi. Anche perché, operativamente, non si tratta solo di un cambio d'insegna ma pure di aggiornare e personalizzare gli spazi degli ex store del conglomerato transalpino. Non a caso, hanno fatto sapere sempre ieri da NewPrinces, «in questa prima fase, l'obiettivo è definire con attenzione le priorità geografiche e operative. Nei prossimi mesi comunicheremo in quali regioni e città avverrà il primo inserimento, così come la tempistica prevista per il progressivo passaggio dell'intera rete al nuovo brand».

Il nuovo logo di Gs. NewPrinces presenta il nuovo simbolo di Gs, ispirato alla versione storica dell'immagine degli

storici «Generale Supermercati» perché mantiene la forma iniziale ovale ma all'interno di un più ampio cerchio, «simbolo di una filiera integrata» per l'appunto. Oltre che centro, punto di riferimento «per la spesa quotidiana degli italiani». Mastrolia ha sottolineato nella nota di gruppo che «il logo Gs porta con sé una storia importante e un legame costruito nel tempo con milioni di clienti. Per questo abbiamo scelto di conservarne gli elementi più riconoscibili: non un cambiamento del passato, ma la volontà di valorizzare un patrimonio».

Negozi, 2026 in netto miglioramento. NewPrinces, che opera in Italia sia nel retail sia pure nei mercati food&beverage, ha archiviato il primo trimestre 2026 con ricavi consolidati in forte crescita fino agli 1,5 miliardi di euro 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 di euro, a parità di perimetro di consolidamento.

La proiezione a fine anno, per il solo retail, è di un ebitda compreso nella forbice dei 110-120 milioni di euro, in anticipo rispetto alle aspettative iniziali del management.

—● Riproduzione riservata—■



Angelo Mastrolia





Il nuovo logo Gs, network con mille store di cui 750 in franchising