

## RETAIL & RETAIL

# Il retail e i suoi campioni locali



**1** Gruppo Arena (VéGé) rimane nella classifica dei top per Roi (indice del capitale investito)

**2 3** Supermercati Tosano e Multicedi (nella foto l'interno di un Dodecà), entrambi VéGé sono tra i retailer nella fascia di fatturato oltre i 500 mln €, ad avere registrato i maggiori incrementi nel giro di affari nel 2022



L'Osservatorio di Mediobanca, come ogni anno, fotografa l'andamento della gdo, indicando i big nazionali e quelli locali, con nuovi nomi insieme ai più tradizionali

**in** Marina Bassi

**Supermercati** continuano a essere l'ossatura portante della distribuzione moderna italiana, come dimostra la quota del 37,7% riferita al primo semestre 2023 (anche se in decrescita rispetto al 2019, quando il canale aveva un'incidenza del 38,5%), mentre gli **ipermercati** continuano a essere in difficoltà come dimostra la continua perdita di clientela, che li visti passare da un'incidenza del 25,9% del primo semestre 2019 al 22,5 dell'analogo periodo 2023, sempre più tallonati dai **discount**, che passano dal 18,9 al 23%, a conferma della loro dinamicità.

Dinamicità che contraddistingue anche i **drugstore** che, con la loro quota di poco superiore al 5% (stabile negli anni del confronto) drenano per il non food, gli acquisti proprio dagli ipermercati, avvaggiati anche dal loro ruolo di prossimità.

Sono questi alcuni dei (molti) numeri citati nell'**Osservatorio sulla Gdo**, il report che, ogni anno, **Mediobanca** dedica a radiografare andamenti e numeri di bilancio del retail italiano.

Come recita lo studio: "Nella gdo italiana a prevalenza alimentare è in corso un **processo di trasformazione e di spostamento all'interno dei canali di vendita**. Anzi, la linea di confine tra i diversi canali di vendita diventa sempre meno labile: da un lato, i discount si stanno supermercatizzando, attraverso l'ampliamento degli assortimenti e l'inserimento di nuove categorie di prodotti, ma anche il miglioramento

**RETAIL & RETAIL**

del livello di servizio; dall'altro la gdo tradizionale si sta muovendo verso un formato che predilige una taglia più piccola e un maggior peso della mdd, caratteristiche che contraddistinguono gli stessi discount. In futuro, quindi, -continua lo studio- il posizionamento dipenderà sempre meno dalla tipologia di canale e sempre più dall'offerta assortimentale e dall'esperienza di vendita. E questo richiederà investimenti in innovazione e digitalizzazione al fine di mettere a fattor comune in modo proficuo tutti i canali in un'ottica più sostenibile che metta al centro i bisogni della domanda".

Consumatori, quindi, da studiare, analizzare, ispirare, soddisfare, in un 2024 che, sempre secondo Mediobanca, "dovrebbe segnare una discontinuità rispetto alle turbolenze del biennio precedente, lasciando sul tappeto alcuni cambiamenti strutturali che hanno ridisegnato lo scenario complessivo del post-Covid".

Se questi sono gli scenari globali, vediamo quali sono i gruppi (intesi sia come agglomerati sia come singole aziende) che, in questo contesto riferito al 2022, sono riusciti meglio sia a interpretare meglio il mercato sia a esprimere le loro potenzialità. Entrando nel dettaglio, Mediobanca registra che **Selex** ha accresciuto la propria incidenza di 4,5 punti, posizionandosi a ridosso di **Conad** (14,7% e 15% le rispettive quote di mercato riferite a ottobre 2023) che pure ha incrementato il proprio peso dal 2018 di 2 punti percentuali. **Coop** ed **Esselunga** sono gli unici operatori di vertice ad aver perso terreno: -1,9 punti percentuali la prima che si attesta all'11,6% del mercato, e -1,2 punti la seconda che si conferma in quarta posizione con un 7,6% di quota di mercato. Seguono **VéGé** (7,5% del mercato) in crescita dal 2018 di 2,2

**Chi ha ottenuto il maggiore incremento di fatturato nel 2022\***

Metro Italia (VéGé)	+34,7% sul 2021
Syneos Ergon (Despar)	(+20,1%)
Supermercati Tosano Cerea (VéGé)	+18,4%
Multicedi (VéGé)	+16,7%
Retail Evolution Holding Iperal (Agorà Network)	(+15%)

\*Aziende della Distribuzione Organizzata con fatturato superiore a 500 milioni. In totale 25

**I top per Roi (indice di redditività del capitale investito) \***

Gruppo Arena (VéGé)	17,8%
Gruppo Rossetto (Agorà Network)	17,7%

\*Aziende della Distribuzione Organizzata con fatturato superiore a 500 milioni

**Maggiore crescita di fatturato tra il 2021 e il 2022\*\***

Sidi Piccolo Sistema Distributivo Innovativo (VéGé)	+21,4%
5 Erre CDS (Selex)	+14,4%
Supermercati Visotto (C3)	+14%

\*\*Aziende con un giro d'affari compreso tra i 200 e 500 milioni di euro

**Top per ebit margin nel 2022 \*\***

ISA - Industria Servizi Agroalimentari (VéGé)	4,5%
L'Abbondanza (Selex)	4,4%
5 Erre CDS (Selex)	3,7%
Supermercati Visotto (C3)	+3,6%
Retail Evolution Holding Iperal (Agorà Network)	(+15%)

\*\* Aziende con un giro d'affari compreso tra i 200 e 500 milioni di euro

**Top per Roi \*\***

Sisa Sicilia	20,8%
Gambardella (VéGé)	19%
L'Abbondanza (Selex)	12,6%

\*\* Aziende con un giro d'affari compreso tra i 200 e 500 milioni di euro

Fonte: Osservatorio Gdo, Mediobanca, 2024

## RETAIL & RETAIL



**1** **3** Il Centesimo e Famila sono le insegne con cui opera in Sicilia il gruppo 5 Erre Cds (Gruppo Romano, socio Selex), tra i retailer top per crescita del fatturato nel 2021-22 nella fascia 200-500 mln di euro  
**2** Anche Supermercati Piccolo, azienda familiare campana socio VèGé, ha registrato una delle migliori crescite di fatturato nel 2022, tra i retailer con un giro d'affari tra i 200 e i 500 milioni di euro  
**4** Anche Apulia Distribuzione, oggi VèGé, mentre nel 2022 ex master franchisee di Carrefour è tra i retailer con performance finanziarie da campione

punti, Eurospin (7,2%, +0,7) e Lidl Italia (6,1%, +2)".  
Analizzando l'andamento del settore secondo criteri che privilegiano i modelli organizzativi (cooperative, grande distribuzione, distribuzione organizzata, termini che, come spesso si è detto, hanno ormai più un valore a livello di teoria economica che in termini concreti sul mercato) proprio l'aggregato relativo alla d.o. dimostra una particolare vivacità. Inoltre, "Senza questa forma di associazionismo - sottolinea il rapporto- l'intero settore risulterebbe meno dinamico con una market share dei primi sette retailer ferma al 52%".  
Un'ulteriore dimostrazione della vitalità della distribuzione organizzata viene dal fatto che le due società che

hanno visto aumentare in maggior misura il proprio peso nel quadro nazionale appartengono a questo aggregato: si tratta di Selex, in crescita di 2,7 punti percentuali, e VèGé (+1,8 punti). Numeri che migliorano se ci riferisce solo all'agglomerato relativo alla distribuzione organizzata.

"All'interno di questo segmento, Selex è cresciuto di 6,3 punti percentuali, raggiungendo il 38,6%, seguita da VèGé il cui peso si attesta al 27%, in crescita di 4,1 punti rispetto al 2019. Agorà ha guadagnato 2,1 punti con un fatturato che nel 2022 ha rappresentato l'11,6% dell'intero giro d'affari della d.o., mentre si è ridotto il peso di C3 (-2,4 punti, 5,7% nel 2022), Crai (-2 punti, fino al 4,4% nel 2022), Despar Italia

## RETAIL & RETAIL



- 1 I discount con copertura nazionale (Eurospin, Lidl, MD, Aldi, Penny Market, In's) nel 2022 rappresentavano il 67,6% degli store complessivi
- 2 Nel 2022, Eurospin operava con 1.137 negozi, seguita da MD (838) e Lidl (700 negozi). Lidl, Penny Market e Aldi hanno solo negozi diretti, che per Eurospin e MD rappresentano circa due terzi dei negozi totali
- 3 In aumento del 52,9% nello stesso periodo anche le insegne multiregionali (Todis, DPiù, Prix, ARD, Ekom)

(-0,8 punti, 9,3% nel 2022) e **D.IT** (-0,5 punti, 3,4% nel 2022)".

Come già nelle passate edizioni, in questo scenario sono da segnalare le performance di diversi operatori locali, nelle edizioni precedenti chiamati campioni locali che, nelle diverse fasce di segmentazione del fatturato raggiungono risultati di particolare rilievo a livello di ebit margin, roi e struttura finanziaria. Così tra le aziende che si contraddistinguono per il maggiore incremento in termini di fatturato troviamo, accanto a nomi noti come **Multicedi**, **Supermercati Tosano** (tutti soci di VêGê), **Ergon** (Despar) e **Iperal** (Agorà), attivi nella fascia dei retailer con fatturati superiori ai 500 milioni di euro, troviamo aziende più locali e con

giri d'affari tra i 200 e i 500 milioni di euro come **Sidi Piccolo** (VêGê), **Cds** (Selex) e **Supermercati Visotto** (C3), mentre **Gruppo Arena** (VêGê) rimane top per roi (indice del capitale investito) insieme a **Gruppo Rossetto** (Agorà)

Un altro elemento di cui tenere conto riguarda le performance secondo la **distribuzione geografica**: secondo Mediobanca, dal 2019 le regioni del sud, pari al 15,7% del fatturato complessivo, hanno fatto registrare andamenti particolarmente positivi, "crescendo a un tasso medio annuo del 9,2%, sostenute anche da una maggiore propensione al consumo casalingo". Le altre aree del Paese, invece, hanno mostrato dei tassi di crescita più contenuti: +6,1% per il Nord-Est (che pe-

sa sul fatturato totale il 27%), +5,4% il Centro Italia (20,2%) e +4,7% le imprese del Nord-Ovest (37,1%).

**Al Sud con i suoi retailer**, di grande o piccola dimensione che siano, va anche assegnato il **primato in termini di marginalità**, con un ebit margin medio nel quadriennio 2019-2022 pari al 2,7%; a seguire le imprese della gdo del Nord-Ovest e del Centro (in entrambi i casi 1,8%) e, infine, quelle del Nord-Est, con un rapporto dell'1%.

Chiudiamo infine con alcuni insight sulla dimensione dei punti di vendita. Come recita il report, in Area 1 la superficie media di ipermercati e supermercati è pari a 1.690 mq, che diventano 1.377 mq in Area 2, 1.140 mq in Area 3 e 895 nell'Area 4, a fronte di una media nazionale di 1.236 mq.