

Il rapporto

Supermercati, in Italia guidati dalle famiglie

Fatturato a 112 miliardi, in crescita del 3%

Fatturato 2024 stimato in crescita del 3% a 112,88 miliardi per la grande distribuzione alimentare con una ripresa nel 2023 degli investimenti (del 18,7%), margini in miglioramento e aumento di giovani e donne nei board. Sono alcuni dei punti toccati durante la presentazione dell'ultimo osservatorio dell'area studi di Mediobanca sul settore. Secondo il report, prioritari per le aziende sono gli investimenti su capitale umano e digitalizzazione. In Italia la gdo è per l'85,4% nelle mani delle famiglie ed è caratterizzata da una grande eterogeneità dove «è importante mantenere le leve commerciali ma è altrettanto importante essere presenti localmente sul territorio» ha commentato Maniele Tasca, direttore generale di Selex. Anche Francesco Avanzini, direttore generale di Conad, ha parlato della «necessità di essere legati al territorio, a una imprenditorialità piccola, ma con un modello di brand con un'unica insegna nazionale». In un mercato frammentato «le acquisizioni rappresentano un'opportunità per il futuro» per Massimiliano Silvestri, presidente di Lidl Italia mentre per Domenico Brisigotti, dg di Coop Italia serve «efficientamento e dimensione per fare industria».

Emily Capozucca

© RIPRODUZIONE RISERVATA

85,4

per cento
delle aziende
della gdo
italiana sono
nelle mani di
famiglie

