

Commercio. Coop, Esselunga, Selex, Conad e Sma aumentano il numero di iper e supermercati

# La Gdo pronta al rilancio

## Tre miliardi all'anno in nuove aperture e 20mila posti di lavoro

Marika Gervasio  
 MILANO

La crisi dei consumi non frenerà i piani di sviluppo delle catene della grande distribuzione che per il 2010 e il 2011 prevedono nuove aperture di iper e supermercati in tutta Italia, con ingenti investimenti e la creazione di posti di lavoro. Almeno 20 mila all'anno negli ultimi tempi, con circa 3 miliardi di investimento, secondo le stime di Federdistribuzione. **Distribuzione, secondo le previsioni di SymphonyIri Group, si registra una timida ripresa dei consumi, con un progressivo rafforzamento delle dinamiche di vendita nelle grandi superfici, già dalla fine del primo semestre del 2010, anche se la crescita dei volumi resterà modesta e la domanda resterà ancora fortemente sensibile al prezzo.**

Tra il 2010 e il 2011 saranno 34 le nuove strutture di vendita, tra cui 7 ipercoop di cui due al sud, che inaugurerà Coop con un investimento, incluso come costo di costruzione, stimato in circa 250 milioni di euro e circa 5 mila nuovi posti di lavoro.

Coop continua a puntare sulla multisiticità che ritiene strategica: più formati - iper, ma anche supermercati di quartiere e piccole superette - per consumatori dai gusti e dalle abitudini più diverse.

Cinquemila i punti vendita in arrivo nel 2010 per Esselunga, che prevede di creare 300 posti di lavoro circa. E ancora, tra quest'anno e il prossimo, il numero di punti vendita Conad salirà di 343 strutture con un investimento di circa 250 milioni di euro e un investimento di 400 milioni di euro circa. «La nostra priorità», fa notare l'amministratore delegato di Conad, Camillo De Benedicis, «è lavorare sulla qualità dello sviluppo, per far crescere la nostra rete di punti di vendita, migliorare la competitività dei nostri soci e fidelizzare un numero crescente di clienti». Forte attenzione anche al segmento parafarmacie, distributori di carburanti (8 aperture), negozi di ottica e al modello di negozio, Saporici-Dintomi Conad i cui due primi punti di vendita sono stati inaugurati a metà giugno a Firenze.

### IL FRENO

Barberini (Federdistribuzione): «Rischio di un rallentamento in futuro se non si sostiene la domanda interna e non si riducono inutili vincoli

lizzare un numero crescente di clienti». Forte attenzione anche al segmento parafarmacie, distributori di carburanti (8 aperture), negozi di ottica e al modello di negozio, Saporici-Dintomi Conad i cui due primi punti di vendita sono stati inaugurati a metà giugno a Firenze.

Ha pianificato 102 nuove aperture (9 superstore, 36 supermercati, 21 discount, 25 specializzati detergenza e un cash&carry) per il 2010, con la creazione di 1.130 posti di lavoro, il gruppo Selex che prevede anche il rinnovamento di 25 punti di vendita per 180 milioni di investimento. «Oggi», spiega Manuele Tasca, direttore generale del gruppo - la qualità della location è un fattore inimitabile e, poiché non è facile trovare spazi ad alto potenziale, gli investimenti dei prossimi anni saranno orientati in modo più marcato verso le ristrutturazioni dei punti di vendita già aperti.

Il 2010 vedrà anche il completamento della trasformazione della rete di vendita italiana di Sma, che in tre anni ha coinvolto circa 250 negozi, con un investimento di ol-

tre 100 milioni di euro: le superette di vicinato a insegna Punto, i supermercati di prossimità a insegna Simply e i piccoli ipermercati a insegna IperSimply, come spiega Antonello Sinigaglia, direttore generale di Sma. Ma non solo. «Nel biennio 2010-2011», aggiunge Sinigaglia - Sma conta di aprire almeno 20 punti vendita diretti e 40 in affiliazione, dando lavoro a oltre 500 persone. E nel 2011 investimenti cospicui riguarderanno la formazione del personale.

Le grandi catene distributive non si fermano, dunque. Tuttavia per Federdistribuzione c'è il rischio di un rallentamento dello sviluppo in futuro. «Il sistema della distribuzione moderna organizzata», commenta il presidente Paolo Barberini - ha storicamente effettuato significativi investimenti in nuove aperture e ammodernamento delle reti commerciali attraverso i quali ha sempre garantito nuova occupazione e sviluppo delle economie locali. Ma per il futuro queste condizioni potrebbero cambiare. Siamo compresi in una

macrociclicale: da un lato i consumi in calo e quindi la necessità di tenere bassi i prezzi che affievoliscono le vendite, dall'altro inefficienze di sistema e aumenti di servizi e prodotti acquistati che appesantiscono i costi. Il risultato è un rallentamento delle aperture. Per questo, se le cose non cambieranno, per i prossimi anni ci aspettiamo un rallentamento nelle aperture».

Finora, continua Barberini, se stanno portando a conclusione progetti avviati anni fa in condizioni economiche diverse, ma per il futuro grande cautela da parte di molte aziende, in attesa di vedere qualche segnale più convincente di ripresa. C'è bisogno di una seria politica di sostegno alla domanda interna che ridiafiato alle famiglie, dimanzi vincoli inutili o corporativi, e di maggiori iniezioni di concorrenza nel sistema economico generale per ridurre competitività e fiducia alle imprese e creare le condizioni per ulteriori nuovi investimenti.

### Grande distribuzione

#### LO SCENARIO

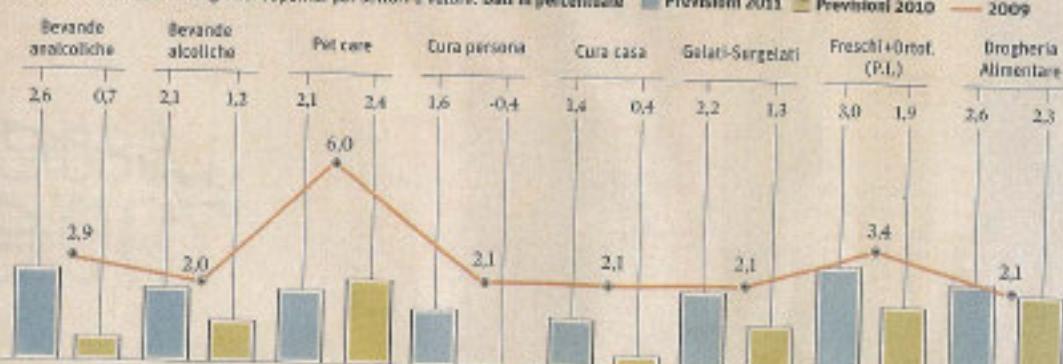
L'andamento delle vendite nei super e ipermercati. Dati in %

Volumi	Valore
2008	
0,6	4,5
2009	
2,3	2,5
Previsioni 2010*	
1,1	1,5
Previsioni 2011*	
1,3	2,4

(\*) previsioni Iri e del Iri e Sca Casas

#### I COMPARTI

Il trend delle vendite nelle grandi superfici per settori e valori. Dati in percentuale



Fonte: SymphonyIri Group