

Vanno a razzo le vendite on line la grande distribuzione fa festa

**UNO STUDIO MEOBANCA
METTE IN LUCE I NUMERI
DELL'E-COMMERCE:
PIÙ 134% NEL 2020
MA NON ANCORA CAPACE
DI GENERARE GUADAGNI
IL RAPPORTO**

ROMA Anno d'oro per la grande distribuzione. Con i ristoranti e i bar chiusi e la diffusione dello smartworking, durante la pandemia andare a fare la spesa era uno dei pochi motivi per uscire di casa e i dati dell'Osservatorio sulla Gdo italiana e internazionale a prevalenza alimentare dell'Area studi di Mediobanca confermano il boom del settore. Per il 2020 è atteso un +5% delle vendite di cui l'1% attribuibile all'esplosione dell'online, che potrebbe arrivare al 3% del mercato già nel 2021, due anni in anticipo rispetto al 2023 previsto prima della pandemia. Ma in questo campo l'e-commerce continua a non produrre guadagni. Nonostante una crescita del 134,4% nel 2020 e del 61,6% per quest'anno, portare a casa la spesa rappresenta ancora un problema e questo servizio viene effettuato per non perdere il cliente.

Nel 2020 il mercato della grande distribuzione risulta meno frammentato: i primi cinque ope-

ratori sono passati dal 52,8% al 57,5%. Anche se si resta ancora distanti dai numeri degli altri Paesi europei (tra il 70 e l'80%). Incrementi molto marcati l'anno scorso per discount (+8,7%), super (+6,8%) e drugstore (+6,6%). L'intero sistema dovrebbe ripiegare poi dell'1,6% nel 2021, cumulando nel biennio un aumento del 3,3%. Quest'anno flessione degli iper (-4,8% sul 2019), mentre i super resterebbero comunque premiati (+2,4%) grazie alla forte crescita del 2020, sufficientemente ampia per assorbire la flessione del 2021 (-4,1%). Appare continua nel biennio la crescita dei discount (+10,7% il 2021 sul 2019) e dei drugstore (+9,7%).

Se si guarda ai singoli marchi, Conad detiene la maggiore quota di mercato con il 14,8%, seguita da Selex al 13,7% e dalle Coop al 12,9%. Riguardo alle vendite per metro quadro nei confini nazionali, Esselunga detiene il primato internazionale: con 15.900 euro precede le britanniche J Sainsbury (13.600 euro), Tesco (11.500 euro), Wm Morrison (11.200 euro) e le due australiane Woolworths (10.700 euro) e Coles (10.400 euro). Quanto alla sostenibilità, nei gruppi italiani ci sono meno report sul tema (62,5%), rispetto a quelli internazionali (96,4%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2157 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

