



Vlaanderen
is internationaal
ondernemen

GROOTDISTRIBUTIE

IN ITALIË

FLANDERS INVESTMENT & TRADE MARKTSTUDIE

////////////////////////////////////

GROOTDISTRIBUTIE IN ITALIË –
ALGEMEEN – UPDATE MEI 2022

Publicatiedatum / 17.05.2022

////////////////////////////////////

FIT MILAAN
Flanders Investment and Trade
Via Fiori Oscuri 11
20121 Milano
Italia
milan@fitagency.com

1. VOORWOORD

De **grootdistributie is een gegeven in constante evolutie, ook in Italië**; acquisities, verbroken en nieuwe allianties, new entries, franchising en verschuivingen maken een helder overzicht moeilijk.

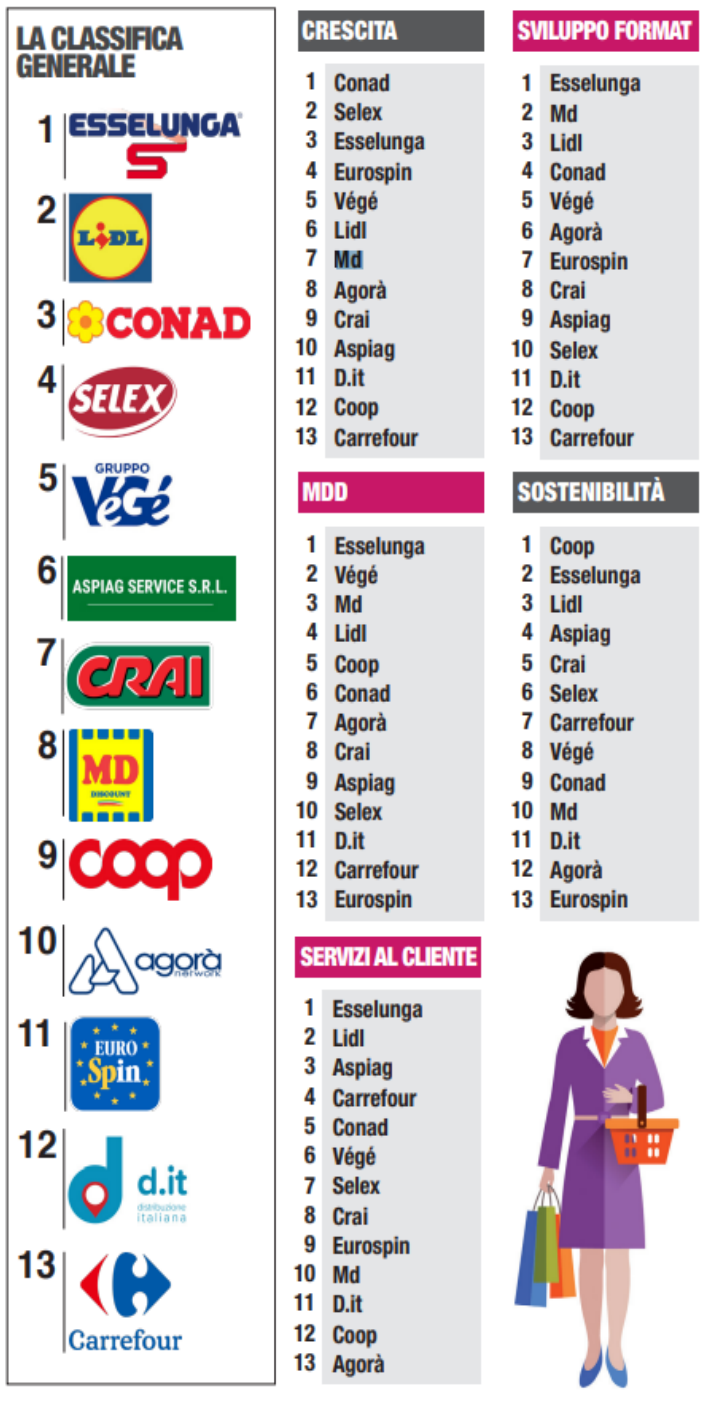
De meeste spelers zijn niet gebonden aan de publicatie van hun financiële resultaten zodat de gebruikte data sterk bronafhankelijk zijn en vaak niet recent.

Door de constante evoluties zijn er vaak ook discrepanties op de websites van de bedrijven zelf.

Bovendien beperkt de grootdistributie zich niet tot de traditionele definitie van hyper-, supermarkt en superettes. Sommigen zijn ook actief in het discount- en cash & carry-kanaal of hebben **gediversifieerd** naar immobiëlen-, verzekerings- en/of bankactiviteiten.

Naast de GWB-groepen onderscheidt men tevens:

- Discount
- Cash & Carry: Verkoop aan groothandel
- Traditioneel: Verkoop consumptiegoederen met winkeloppervlakte kleiner dan 100 m². *Deze definitie is vrij vaag. Men verwijst wel degelijk naar de zelfstandige kruidenier die niet behoort tot een overkoepelend grootwinkelbedrijf. Hiertoe behoren ook de marktkramers en de mono-productenwinkels.*
- Gespecialiseerde winkel (bv. drugstore: gespecialiseerd in schoonmaak- en schoonheidsproducten, huishoudartikelen)



3.1 MARKTQUOTA VAN DE GROOTDISTRIBUTIEBEDRIJVEN

Marktquota van de belangrijkste Italiaanse grootdistributiebedrijven

Bron: Nielsen – GNLC – update september 2021

GRUPPO DISTRIBUTIVO	QUOTA % MERCATO (SET. 2021)
Conad	15
Selex	14,5
Coop	12,3
Esselunga	8,3
Gruppo VéGé	7,1
Eurospin	6,9
Carrefour	5,1
Lidl	4,7
Agorà	4,0
MD	3,4
Gruppo Pam	2,8
Crai	2,5
Aspiag	2,4
Finiper	2,3
D.it Distribuzione italiana	1,8
Despar Servizi	1,6
C3	1,6
Rewe	1,3
Aldi	0,5
Prix Quality	0,5
Italy Discount	0,4
Negozi indipendenti	0,3
Gruppo Tuo	0,3
Catene indipendenti	0,3
Coralis	0,1
Leader Price	0,1
Gruppo Briò	0

Fonte: Nielsen GNLC – edizione settembre 2021
Totale Iper+Super+Superette+Discount (Indici di potenzialità Total Store)

3.2 DISCOUNT KANAAL

Het kanaal van de discounts heeft haar marktquotum in 2021 meer dan verdubbeld t.o.v. 2007:

- 2007: 9,5%
- 2021: 21,7%
- Prognose 2023: 24,6%

Het consumententijdschrift [Altroconsumo](#) heeft een enquête gehouden om na te gaan welke supermarktketens de voorkeur van de Italianen geniet. Maar liefst 9.799 leden gaven hun mening. Uit de koop- en consumptiegewoonten is naar voor gekomen dat er geen wezenlijke verschillen zijn tussen de grote nationale supermarktketens, de regionale ketens en de discountwinkels.

Deze analyse van 'Altroconsumo' van de 'discounts' in Italië leverde volgende rangschikking op voor wat de algemene klanttevredenheid betreft, uitgedrukt in percentages:

1. Aldi (79%).
2. Eurospin (79%).
3. Prix (79%).
4. TuoDi (78%).
5. Md Discount (78%).
6. Più (76%).
7. Lidl (76%).
8. In's (76%).
9. Penny Market (76%).
10. Todis (75%).

De keuze van de plaats om te gaan winkelen hangt af van verschillende factoren zoals bijvoorbeeld de nabijheid van de winkel bij de woning of werkplek, of men met de auto naar de supermarkt gaat of te voet.

Voor 21% van de Italianen is de economische factor echter doorslaggevend. Het gemiddelde maandelijkse bedrag dat aan boodschappen in de grootdistributie wordt besteed, bedraagt 209 euro. Dit cijfer daalt tot 164 euro, 45 euro minder voor degenen die zeggen financiële moeilijkheden te hebben.

De helft van de ondervraagden betaalt met een debetkaart, 33% met een kredietkaart en slechts 9% met contant geld. Sommige mensen kiezen een verkooppunt ook op basis van promoties en de mogelijkheid om te betalen met punten die zij via klantenkaarten hebben verzameld.

4. 2022: LAATSTE NIEUWTJES VANUIT HET GROOTDISTRIBUTIEELANDSCHAP

4.1 FINIPER – UNIEURO

Het akkoord tussen het grootdistributiebedrijf FINIPER en UNIEURO, non-food electroketen, een akkoord omtrent de opening van 'shop-in-shop' corners onder merknaam 'Unieuro by Iper' heeft sinds 2018 geleid tot de opening van 21 corners. De corners beschikken over een verkoopoppervlakte tussen de 400 en 800m².

De shops worden rechtstreeks door Finiper beheerd en de producten worden enkel via Unieuro aangekocht.

4.2 CONAD – CONSORZIO NAZIONALE DETTAGLIANTI

In de periode 2019 -2021 heeft Conad haar oorspronkelijke 7 coöperatieven herleid tot 5:

- CONAD Nord Ovest is ontstaan door de fusie van CONAD del Tirreno en NORDICONAD
- Pac 2000A Soc. Coop. is ontstaan uit de fusie van Pac en Conad Sicilia.

4.3 NIEUWE AANKOOPCENTRALE AICUBE 4.0

Op 13 juli 2018 werd de aankoopcentrale 'AICUBE' opgericht door de alliantie van Carrefour Italië, Gruppo Pam en Gruppo Végé.

Einde 2019 heeft Gruppo Pam zich echter teruggetrokken uit 'AICUBE', waarna Carrefour Italië en Gruppo Végé beslist hebben een nieuwe aankoopcentrale op te richten, namelijk 'AICUBE 4.0'.

4.4 SLUITING AANKOOPCENTRALE 'GRUPPO LEVANTE'

Op 30 november 2018 werd een nieuwe aankoopcentrale opgericht door 'Crai Secom' en 'D.IT – Distribuzione Italiana, nl. 'Gruppo Levante' die slechts een kort bestaan heeft gekend wegens het akkoord dat 'Gruppo Levante' ondertekend had met de aankoopcentrale 'Auchan Italia'.

Deze overeenkomst werd echter eind 2020 beëindigd door de overname door Conad van bijna alle activa van Auchan Retail.

Na deze transactie heeft D.IT op centraal niveau besloten haar betrekkingen met de merkindustrie alleen voort te zetten, waarmee het einde van Gruppo Levante werd bekrachtigd.

////////////////////////////////////

4.5 GRUPPO PAM

Dankzij een akkoord van PAM Franchising met 'RetailPro' (newco waarvan PAM lid is) heeft Gruppo PAM haar netwerk van verkooppunten uitgebreid. Hierdoor werden in de periode 2020-2021 een honderdtal verkooppunten geopend in Zuid-Italië.

4.6 COOP ALLEANZA 3.0

COOP ALLEANZA 3.0 werd in januari 2016 opgericht uit de fusie van de drie consumptiecoöperatieven van de Regio Emilia-Romagna, nl. deze van Modena-Ferrara, Reggio-Emilia en Bologna.

Begin januari 2019 deden de eerste geruchten over een crisis de ronde n.a.v. de publicatie van de balans van 2017 waar een tekort van 37 miljoen tevoorschijn kwam.

Na de publicatie van de balans van 2018, bleken de verliezen op te lopen tot 289 miljoen euro, terwijl de winst 4,8 miljard bedroeg, hetgeen in de lijn van 2017 lag.

De verliezen zijn vooral te wijten aan het aanleggen van reserves en depreciatie van o.a. immobiliën en financiële posten evenals de negatieve prestaties van een aantal winkelpunten, i.h.b. van de hypermarkten die voor 50% op verkoop wegen.

In de afgelopen jaren heeft Coop Alleanza 3.0 een aantal acties ondernomen om de groei van de verkoop en de kostenefficiëntie te ondersteunen.

In mei 2021 werd de balans van 2020 gepubliceerd. Hieruit blijkt dat Coop Alleanza 3.0 in twee jaar 112 miljoen Ebitda teruggewonnen heeft en dat het in mei 2020 bijna het break-even punt heeft bereikt, met name -8 miljoen, tegenover -120 miljoen in 2018.

Mario Cifiello, Voorzitter van Coop Alleanza 3.0 bevestigt tevens de terugkeer naar winstgevendheid in 2022, zoals uiteengezet in het relaunchplan.

4.7 MD – NIEUW LOGISTIEK CENTRUM

Op 28 april 2022 werd het nieuwe logistieke centrum van MD geopend te Cortenuova – Provincie Bergamo. Het betreft de grootste logistieke pool voor het discountkanaal.

Totale netto oppervlakte: 182.000 m² waarvan 112.000 m² overdekt, bestemd voor de goederenbehandeling.

Deze investering die ongeveer 100 miljoen euro bedroeg, zal MD in staat stellen 250 winkelpunten te bedienen in het noordwesten van Italië en in Lombardije.

De strategische ligging aan het knooppunt van de belangrijkste autosnelwegen, garandeert elk winkelpunt wekelijks 2,5 leveringen van diverse goederen en 5 leveringen van verse producten.

//

4.8 AKKOORD CONAD – AUCHAN

Op dinsdag 14 mei 2019 werd de overname aangekondigd van de activiteiten van AUCHAN door CONAD, het Nationaal Consortium van kleinhandelaars, geleid door Afgevaardigd Bestuurder Francesco Pugliese.

Het akkoord voorzag in de overname van bijna alle 1.600 verkooppunten in Italië van Auchan. Het betrof zowel hyper- als supermarkten en buurtwinkels met het uithangbord Auchan en Simply.

Slechts 33 punten Auchan, allen gelegen in Sicilië, werden niet overgenomen, evenals een 50-tal punten 'Lillapois', drugstores gespecialiseerd in schoonheids- en verzorgingsproducten en hygiëneproducten voor het huis.

In december 2020 werd het overnameproces van Auchan door Conad afgerond.

4.9 GRUPPO VÉGÉ

Gruppo Végé heeft dan weer 'Decò Italia' opgericht. Het betreft een consortiumbedrijf dat opgericht werd door 'Multicedi' en 'Arena', beiden leden van Gruppo Végé, vooral actief in Campanië en Sicilië, met als doel de eigen PL producten verder te ontwikkelen en de aanwezigheid ervan te versterken in de respectievelijke verkooppunten.

4.10 SUN TREEDT TOE TOT SELEX

Op 1 januari 2021 treden de 5 Italiaanse familiebedrijven van het consortium 'SUN' toe tot Selex Gruppo Commerciale die hierdoor een marktquotum van 13,7% verovert en met haar netwerk van hyper- en supermarkten, superettes en discounts de tweede plaats verovert in de ranking van de Italiaanse Moderne Distributie. Sun brengt haar 640 verkooppunten naar de groep 'Selex' die vanaf 1 januari 2021 beschikt over een netwerk van 3.207 verkooppunten, verspreid over heel Italië.

- Ho.Re.Ca.: is in Italië: Hotel Restaurant Catering
- IBC (Industria dei Beni di Consumo) – Industrie van consumptiegoederen
- ITA - ICE: Italian Trade Agency (Istituto per il commercio estero)
- I+S+ST+CC –kanalen staan voor
 - I (Hypermarkt)
 - S (supermarkt)
 - ST Superette
 - CC (Cash & Carry).
- LCC (Largo Consumo Confezionato): voorverpakte consumptiegoederen
- Lis (Libero Servizio): vrije bediening
- MDD (Marca del Distributore): het merk van de retailer
- MOL: Margine Operativo Lordo = E.B.I.T.D.A. (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization)
- P.O.S. – Point Of Sale – in Italië ook Piano Occupazione Spazi: actieplan dat tenminste om de zes maanden wordt opgesteld, meestal voor de hypermarkten, om tijdig de promotiezones en de producten die in promotie zullen aangeboden worden, te bepalen
- Primo Prezzo: 'witte' producten
- w.p.: winkelpunt

Interesse in meer?

Wil u, na het lezen van deze studie, de markt diepgaander verkennen en wenst u contacten?

Neem contact op met ons kantoor in [Milaan](#).

Disclaimer

De informatie die u in deze publicatie vindt is bedoeld als achtergrondinformatie die u moet in staat stellen een beeld te vormen met betrekking tot de hierin behandelde materie. Zij is met de grootste zorg verzameld op basis van de beschikbare data en documentatie op het ogenblik van de publicatie. Deze publicatie heeft bijgevolg niet de ambitie van volledigheid of geldigheid voor uw specifieke situatie. Zij kan bijgevolg nooit beschouwd worden als een juridisch, financieel of ander gespecialiseerd advies. Flanders Investment & Trade (FIT) kan in die zin nooit verantwoordelijk gesteld worden voor gebeurlijke foutieve vermeldingen, weglatingen of onvolledigheden in deze publicatie. FIT kan evenmin verantwoordelijk worden gesteld voor het gebruik of de interpretatie van de informatie in deze publicatie. De verwijzingen in deze publicatie naar bepaalde entiteiten, bedrijven en/of personen houden geen bijzondere aanbevelingen in die voor Flanders Investment & Trade enige verantwoordelijkheid zou kunnen teweegbrengen. Datum van publicatie: mei 2022.