

Annuario R&S 2014

Principali Gruppi italiani della Gdo 2009-2013

⇒ Confronto fra le monografie pubblicate da R&S sui maggiori Gruppi italiani della Grande distribuzione organizzata nel quinquennio 2009-2013

L'Annuario R&S comprende sei tra i maggiori Gruppi italiani della Gdo. Si tratta di: Auchan-SMA, aggregato degli interessi italiani che nel 2013 rappresentavano il 10,1% del giro d'affari mondiale del gruppo (pari a 48,1 mld di euro); Carrefour, sempre interessi italiani, pari al 6,4% dei 74,9 mld mondiali; Gecos, marchio Pam (famiglia Bastianello); Supermarkets Italiani, marchio Esselunga (famiglia Caprotti) e dell'aggregato delle maggiori cooperative di consumatori (nove cooperative più due società da esse controllate) operanti a marchio Coop. Si ricorda che le attività di Auchan-SMA fanno capo alla famiglia francese Mulliez i cui interessi italiani hanno raggiunto nel 2013 un fatturato stimato pari a 7,5 mld realizzati essenzialmente nella grande distribuzione, anche non alimentare (Decathlon, Leroy Merlin, Bricocenter e Bricoman). A tali cinque gruppi si aggiungono gli interessi italiani del gruppo tedesco Metro, i cui interessi italiani sono pari al 7% circa del consolidato mondiale (46,3 mld su nove mesi, di cui poco meno della metà da attività di "cash and carry"). Poiché i ricavi italiani del gruppo tedesco sono rivenienti per il 63% da elettronica ed elettrodomestici ad insegna MediaWorld, *leader* di mercato con una quota del 15% circa, i relativi dati non sono stati aggregati a quelli dei restanti operatori attivi per lo più nel segmento "food".

Generalità ⁽¹⁾

In Italia la Gdo si caratterizza per una presenza relativamente contenuta delle grandi superfici (>1.000 mq): la loro quota è nel nostro Paese pari al 53% contro l'80% del Regno Unito, il 77% della Francia ed il 62% della Spagna. In effetti, il c.d. "libero servizio" (superfici inferiori ai 400 mq) è in Italia pari al 22% del totale, quota superiore anche al dato spagnolo (19%). La Germania si caratterizza invece per la forte presenza di superfici tra i 400 e i 1.000 mq, costituite in buona parte da discount che rappresentano uno dei tratti distintivi del mercato tedesco. Il mercato italiano è risultato particolarmente penalizzato dalla crisi: i volumi della Gdo tra 2008 e 2013 sono risultati stagnanti (+0,3%) ed i prezzi solo in modesta crescita (3%). I medesimi parametri riferiti alla media europea hanno segnato, rispettivamente, progressi pari al 3,5% ed al 12,7%. Tale dinamica è dipesa anche dalla minore concentrazione del mercato italiano ove manca una leadership forte per canale e territorio: i primi tre operatori rappresentano il 34% del mercato, contro il 61% del Regno Unito e della Germania, il 54% della Spagna ed il 53% della Francia.

Nel 2013 l'area di vendita al servizio del commercio al dettaglio si è assestata in Italia a 63,1 milioni di mq, di cui il 39% facente capo alla Grande distribuzione organizzata (alimentare e non), il resto a piccoli esercizi tradizionali. I punti vendita della Gdo alimentare si sono attestati a 28.232 unità, in riduzione dello 0,9% sul 2012; l'area di vendita è risultata pari a 17.224.126 mq, in calo dello 0,2% sul 2012, per una superficie media pari a 610 mq. La contrazione ha toccato in particolare gli

¹ Fonte: Rapporto Coop 2014, Consumi e Distribuzione.

ipermercati (superficie > 4500 mq), che hanno ceduto l'1,3% sul 2012 in termini di aree di vendita e lo 0,8% in punti vendita, e l'ampia categoria dei supermercati (dai 400 ai 2.500 mq) che sono calati dello 0,8% nelle superfici e dell'1,3% nei punti vendita. In crescita invece i *superstore* (2.500-4.500 mq) sia per aree di vendita (1,8%) che punti vendita (2%). Vi è poi la formula discount che si muove più marcatamente in controtendenza (+2,3% le aree di vendita e +1,8% i punti vendita). Le vendite per mq sono ovunque in flessione nel 2013 e si attestano a 6.300 euro negli *iper*, a 7.950 euro nei *superstore*, a 5.320 nei *supermarket* fino ai 4.760 euro dei *discount*. La media della Gdo alimentare italiana si è attestata nel 2013 a 5.350 euro. I dati di fatturato per l'intera Gdo a parità di negozi indicano nel primo semestre del 2014 una flessione dell'1,5%, un calo che non ha risparmiato né discount (-1,2%), né super (-0,90%) né ipermercati (-2,70%). Nel confronto con i principali Paesi europei i margini industriali espressi dalla Gdo alimentare italiana (mol/fatturato) si sono attestati nella media del periodo 2008-2012 su valori più bassi del 15% circa.

La grande distribuzione italiana non alimentare ha contato nel 2013 3.665 punti vendita, con una superficie media di 2.089 mq.

Nel 2013 i maggiori operatori della Gdo alimentare per quota di mercato sono stati: Coop Italia (15%), Conad (11,4%), Selex (8,4%), Esselunga (8,2%), Auchan (7,3%), Carrefour (5,9%), Eurospin (4,7%), Despar (4,7%), Sigma (3,6%) e Gecos (3,2%).

I maggiori operatori italiani (2009-2013)

Il fatturato 2009-2013 dei cinque Gruppi italiani della GDO alimentare, qui esaminati insieme a Metro, e le relative variazioni percentuali sul 2009 e sul 2012 sono indicati nella tabella che segue:

Tab. 1 - Fatturato (milioni di euro)

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan-SMA	Coop (*)	Totale (*)	Metro (*)
2009	5.829,8	6.026,4	2.485,7	5.281,7	11.257,0	30.880,6	5.082,3
2010	6.204,5	5.708,7	2.496,3	5.276,9	11.374,5	31.060,9	4.315,0
2011	6.445,2	5.405,3	2.559,6	5.158,0	11.600,2	31.168,3	4.222,4
2012	6.736,9	5.092,6	2.543,1	5.089,8	11.587,9	31.050,3	3.983,6
2013	6.788,6	4.763,3	2.459,1	4.869,2	11.271,0	30.151,1	3.390,1
<i>var % (13-09)</i>	<i>16,4</i>	<i>-21,0</i>	<i>-1,1</i>	<i>-7,8</i>	<i>5,2</i>	<i>-0,6</i>	<i>4,0</i>
<i>var % (13-12)</i>	<i>0,8</i>	<i>-6,5</i>	<i>-3,3</i>	<i>-4,3</i>	<i>0,5</i>	<i>-1,6</i>	<i>-3,1</i>

(*) Variazioni calcolate su base omogenea.

Le vendite dell'aggregato alimentare sono calate dell'1,6% (su base omogenea) sul 2012, attestandosi a 30,2 mld. di euro ⁽²⁾. Nell'ultimo anno solo Esselunga (+0,8%) e l'aggregato delle

² Ove possibile le variazioni percentuali sono espresse "su base omogenea" per tenere conto, essenzialmente, dell'importante discontinuità che ha interessato l'aggregato Coop nel 2013 per effetto della cessione delle attività "discount" facenti capo alla Dico e dalla acquisizione dei punti vendita in capo alla Distribuzione Roma.

maggiori cooperative a marchio Coop (+0,5%) hanno registrato aumenti. Carrefour è calata del 6,5%, Auchan-SMA del 4,3%, Gecos ha ceduto il 3,3%. Anche esaminando il quadriennio 2009-2013 solo Esselunga (+16,4%) e Coop (+5,2%, sempre su base omogenea) hanno conseguito incrementi di fatturato. Importante il ridimensionamento di Carrefour, il cui giro d'affari è sceso del 21%. Meno marcato è stato il calo di Auchan-SMA (-7,8%), marginale quello di Gecos (-1,1%).

La perdita di fatturato dei due gruppi francesi ha fatto seguito a dinamiche differenti delle strutture commerciali presenti in Italia. Carrefour ha ridotto nel quadriennio i punti vendita complessivi, sia diretti che in franchising/affiliazione, del 27,2% passando dai 1.545 del 2009 ai 1.125 di fine 2013, per un saldo negativo di 420 unità. Nel caso di Auchan-SMA si è avuto invece un lieve progresso dei punti vendita che si sono incrementati di 31 unità passando, da 1.775 a 1.806 (+1,7%). L'aumento maggiore è stato realizzato dalle Coop (+5,4% su base omogenea), seguite da Esselunga (+2,9%). La rete più estesa nel 2013 è quella di Auchan-SMA con 1.806 punti vendita, dei quali però oltre l'82% in franchising/affiliazione, formula cui il gruppo francese fa ricorso più estensivo, seguito da Carrefour con il 59% circa. Molto più limitata l'incidenza per Gecos-Pam (23% circa), per finire con Esselunga e Coop che gestiscono solo punti in proprietà. In generale, comunque, la formula dell'organizzazione in franchising/affiliazione appare in contrazione.

Tab. 2 - Punti vendita complessivi (unità)

	Esselunga	Carrefour (1)	Gecos Pam (1)	Auchan-SMA (1)	Coop (*)	Totale (*)	Metro (*)
2009	139	1.545	644	1.775	972	5.075	145
2010	141	1.302	596	1.827	975	4.841	150
2011	141	1.303	621	1.817	1.000	4.882	153
2012	144	1.218	596	1.840	1.011	4.809	162
2013	143	1.125	610	1.806	760	4.444	164
<i>var % (13-09)</i>	<i>2,9</i>	<i>-27,2</i>	<i>-5,3</i>	<i>1,7</i>	<i>5,4</i>	<i>-7,9</i>	<i>13,1</i>
<i>var % (13-12)</i>	<i>-0,7</i>	<i>-7,6</i>	<i>2,3</i>	<i>-1,8</i>	<i>0,7</i>	<i>-2,4</i>	<i>1,2</i>

(1) Inclusi i punti vendita in franchising ed affiliati.

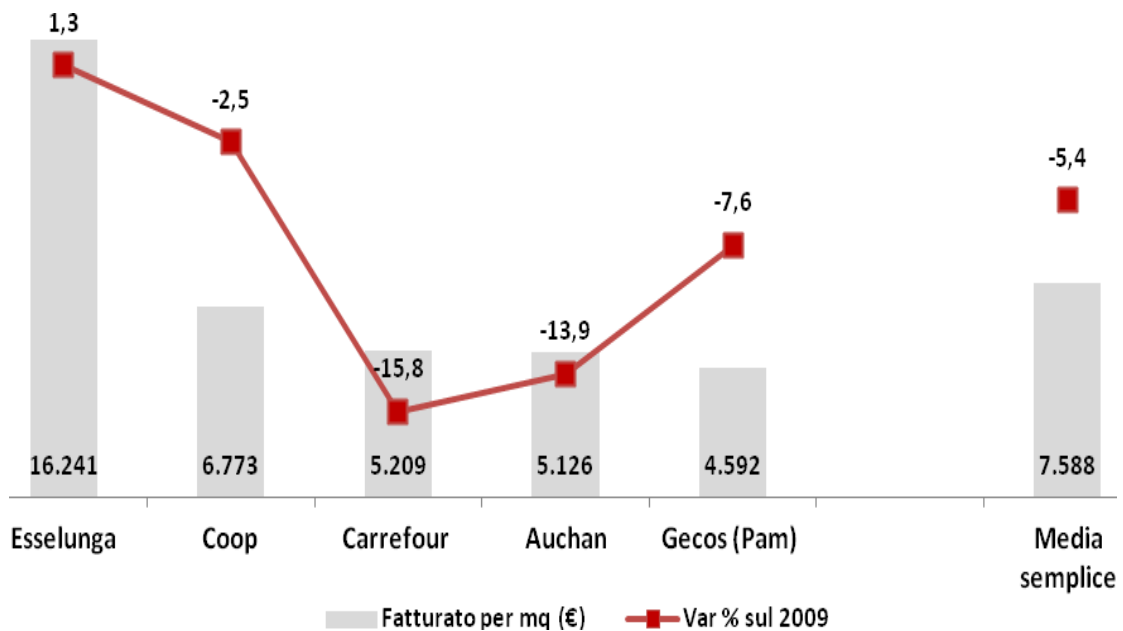
(*) Variazioni calcolate su base omogenea.

Nel quadriennio vi è poi stata una contestuale contrazione dei dipendenti (-1,1% per l'aggregato, circa 2.900 unità in meno). Il fenomeno appare peraltro limitato ai due gruppi francesi (Carrefour - 17,1%, Auchan-SMA - 8,1%).

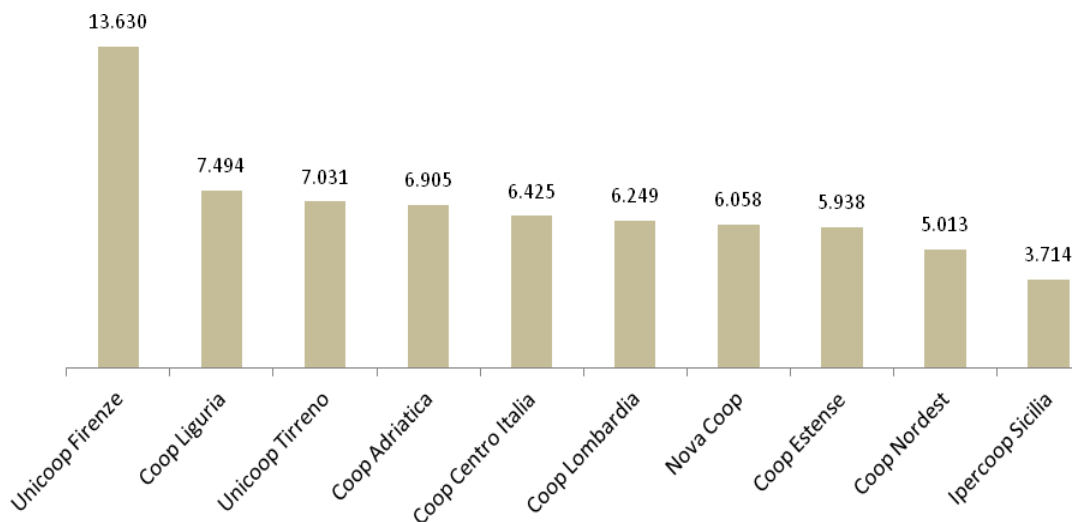
Esselunga ha confermato nel 2013 i ricavi per mq di superficie (dati sempre calcolati sui soli punti vendita di proprietà) di gran lunga superiori con oltre 16.200 euro/mq, contro i circa 7.600 euro medi dei Gruppi qui censiti. Nel quadriennio Esselunga è l'unico operatore ad avere aumentato i ricavi per mq (+1,3%) mentre, rispetto al 2012, ha ceduto dell'1,2%. Gli altri gruppi si collocano tra i 6.800 euro/mq delle Coop (-2,5% sul 2009, -0,6% sul 2012) ed i 4.600 euro/mq di Gecos (-7,6% sul 2009, -4,9% sul 2012). Flessioni assai importanti sul 2009 hanno interessato Carrefour (-15,8%) e Auchan (-13,9%). Solo Unicoop Firenze, all'interno dell'aggregato Coop, ha riportato vendite per mq paragonabili a quelle di Esselunga con circa 13.600 euro per mq (seguita da Coop Liguria a 7.500 euro circa). Anche esaminando il fatturato per punto vendita il quadro non muta: primeggia

Esselunga a oltre 47 milioni nel 2013 (+11,2% sul 2009 e +0,1% sul 2012), di fatto il fatturato annuo di una media impresa italiana, davanti alle Coop (13,8 milioni, +27,1% sul 2009 e +27,5% sul 2012: incrementi influenzati dalla cessione nel 2013 dei discount Dico), Auchan-SMA (13,5 milioni, -7,4% sul 2009 e -3,6% sul 2012), Carrefour (8,7 milioni, -13,2% sul 2009 e -6,8% sul 2012) e Gecos (5 milioni, -9,7% sul 2009 e -5,7% sul 2012). I livelli sono naturalmente influenzati dalla superficie per punto vendita: quasi 3mila mq in media per Esselunga, 2.650 mq per Auchan-SMA, 1.950 mq per le Coop, 1.600 mq per Carrefour e circa 1.100 mq per Gecos. I dipendenti per 1000 mq di superficie di vendita sono massimi per Esselunga (49 unità), intermedi per l'aggregato delle Coop (33 unità), attorno alle 20 unità per i restanti Gruppi.

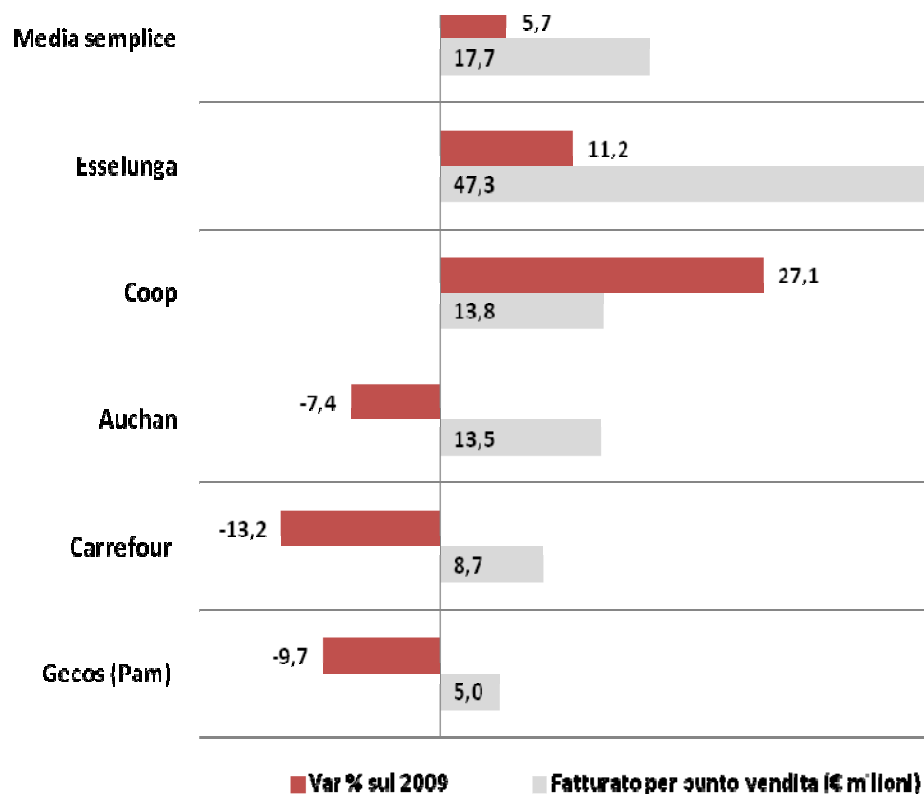
Graf. 1 - Fatturato per mq nel 2013 (euro) e variazioni % sul 2009



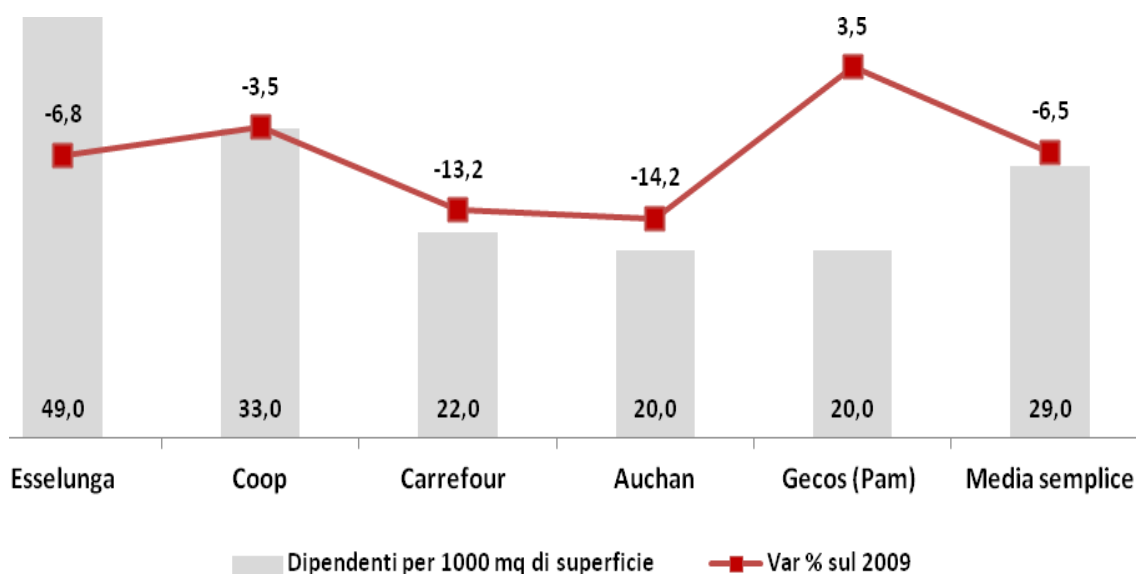
Graf. 2 - Fatturato per mq nel 2013 (euro) delle principali società dell'aggregato Coop



Graf. 3 - Fatturato per punto vendita nel 2013 (milioni di euro) e variazione % sul 2009



Graf. 4 - Dipendenti per 1000 mq di superficie e variazioni % sul 2009

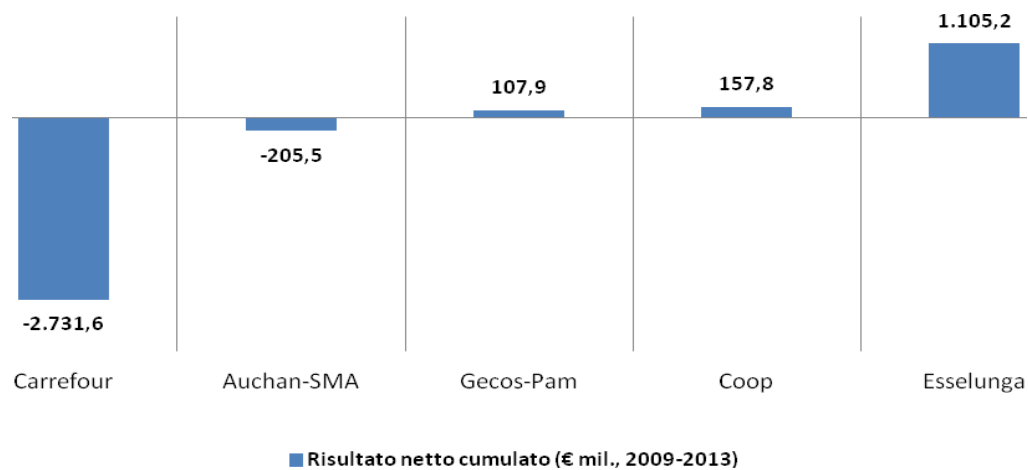


La struttura del conto economico, unitamente ad alcuni indicatori di efficienza e redditività, ed il cumulo dei risultati netti nel quinquennio sono riportati nella tabella e nel grafico che seguono.

Tab. 3 – Struttura del conto economico e indicatori di efficienza e redditività

In % del fatturato	Esselunga	Carrefour	Gecos (Pam)	Auchan-SMA	Coop
Valore aggiunto	19,6	15,5	16,4	16,2	18,8
Costo del lavoro	12,2	14,1	12,5	13,4	14,5
Mol	7,4	1,4	3,9	2,8	4,3
Ammortamenti	2,1	2,5	2,7	4,4	3,9
Mon	5,3	-1,1	1,2	-1,6	0,4
Oneri finanziari netti	0,3	0,6	0,0	-0,2	1,9
Risultato corrente	5,0	-1,7	1,2	-1,4	2,3
Costo del lavoro per dipendente (€ migliaia)	40,0	42,0	31,0	37,0	31,0
Costo del lavoro / valore aggiunto netto (in %)	69,7	108,5	91,2	113,6	97,3
Roi (%)	16,4	neg.	4,3	neg.	2,5
Roe (%)	15,0	neg.	4,6	neg.	1,3

Graf. 5 - Risultato netto cumulato 2009-2013 (milioni di euro)



Nel 2013 Esselunga ha segnato margini sul fatturato migliori, già a partire dal valore aggiunto (19,6%), precedendo le Coop (18,8%); per il gruppo di Caprotti il costo del lavoro ha l'incidenza più bassa sulle vendite (pur avendo Esselunga, come visto, il maggiore numero di dipendenti per 1000 mq di superficie ed un costo del lavoro per addetto a 40mila euro, secondo solo a quello di Carrefour a 42mila euro). Anche gli ammortamenti di Esselunga pesano relativamente di meno (2% del

fatturato). Ne discende un *ebit margin* che per Esselunga si attesta al 5,3%, seguita da Gecos all'1,2% e dalle Coop allo 0,4%. Negativi i due gruppi francesi. Le Coop recuperano parzialmente a livello di risultato corrente (2,3% del fatturato), grazie al generoso apporto della gestione finanziaria (1,9% delle vendite), ma senza avvicinare il risultato corrente di Esselunga (5% delle vendite). Il *roe* si muove di conseguenza toccando 15% per Esselunga, contro il 4,6% di Gecos e l'1,3% delle Coop, mentre i due gruppi francesi hanno chiuso il 2013 in perdita netta. Questi ultimi, nell'ultimo quinquennio, hanno cumulato perdite nette per quasi 3 miliardi di euro di cui 2,7 in capo a Carrefour. In utile cumulato Gecos (108 milioni), Coop (158 milioni) ed Esselunga (1,1 miliardi). Il livello di difficoltà di Carrefour ed Auchan-SMA è segnalato dal rapporto tra costo del lavoro e valore aggiunto netto, per entrambe superiore al 100%: la ricchezza prodotta non è sufficiente a ripagare l'impiego della forza lavoro che vi ha concorso.

Vi è tuttavia da segnalare che dal 2010 i margini industriali (Mon/Fatturato) del gruppo Esselunga appaiono in progressiva contrazione dal 7% al 5%; il Gruppo Pam emerge come il secondo operatore per margini industriali nel 2013, avendo distaccato il gruppo Carrefour che è progressivamente peggiorato dal 2010 segnando infine nel 2013 margini negativi; ancora peggiore il profilo di Auchan-SMA che già nel 2011 riportava margini negativi ed ha continuato da allora ad aggravarli. La caduta dei gruppi francesi ha consentito all'aggregato Coop di posizionarsi alle spalle di Esselunga e Pam quanto a margini industriali nel 2013. Circa il risultato corrente, il gruppo Caprotti conferma tanto la propria dominanza quanto il deterioramento dal 2010; grazie al miglioramento della propria gestione finanziaria nel 2012 e 2013, l'aggregato delle Coop ha confermato nel 2013 un profilo migliore rispetto al gruppo Pam; in grave caduta dal 2011 tanto Auchan-SMA che Carrefour, in negativo dal 2011 la prima, dal 2012 la seconda.

L'aggregato delle Coop nel 2013 presenta i seguenti profili:

- Unicoop Firenze si è confermata nel 2013 la maggiore cooperativa di consumatori, con ricavi per 2.734 milioni, seguita da Coop Adriatica a 1.886 milioni, Coop Estense con 1.217 milioni, Unicoop Tirreno con 1.064 milioni e Coop Lombardia con 1.002 milioni;
- la redditività complessiva delle singole cooperative dipende dalla gestione industriale e da quella finanziaria. Quanto alla prima, il rapporto tra margine operativo netto e fatturato mette in luce che sei società hanno presentato nel 2013 una gestione operativa in perdita, con risultati particolarmente negativi in capo a Ipercoop sicilia (-9,4%) e Unicoop Tirreno (-3,2%);
- i finanziamenti da soci appaiono in recupero del 3,4%, dai 10,4 miliardi del 2012 ai 10,8 miliardi del 2013; le consistenze maggiori sono raccolte da Unicoop Firenze (2.238 milioni) e da Coop Adriatica (2.079 milioni);
- il portafoglio degli investimenti finanziari è così composto: *a*) titoli non immobilizzati per 6,5 mld, in aumento del 17% sul 2012, di cui indicativamente 3,1 mld in titoli di stato (48% del portafoglio) e 2,4 mld. in obbligazioni (37%); *b*) partecipazioni, al lordo di quelle infragruppo, per di 2,1 miliardi (-1,6% sul 2012) tra cui principalmente: Finsoe per 1,2 miliardi (54,04% del capitale), Lima srl per 172 milioni (100%, finanziaria che detiene il 3,08% del capitale ordinario di Unipol), azioni privilegiate Unipol per ulteriori 94 milioni, Banca Monte dei Paschi di Siena per 83 milioni (1,83% del capitale sociale), Banca Carige per 72 milioni (1,5% del capitale), Holmo per 22 milioni (si tratta dell'8,12% della società che a sua volta detiene un ulteriore 24,2% della

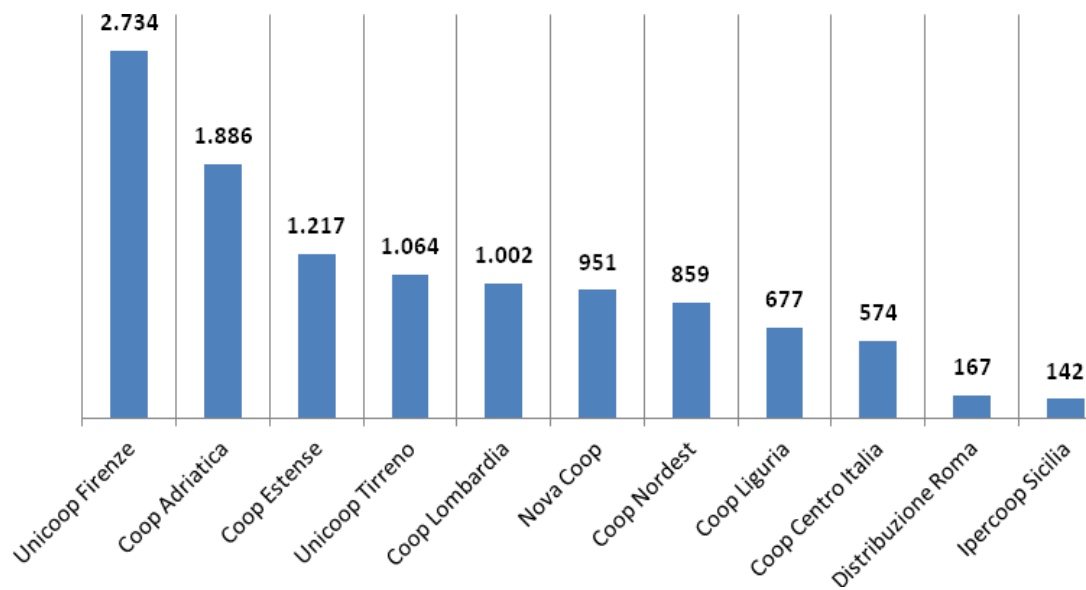
Finsoe); c) titoli immobilizzati per 1,5 miliardi (relativi per il 74% a titoli di stato ed obbligazioni); d) cassa e disponibilità per oltre 2 miliardi (+10,7% sul 2012);

- il portafoglio di attività finanziarie più corposo è detenuto dalla Coop Adriatica ed ammonta a 2,4 miliardi rappresentati principalmente da titoli non immobilizzati per 1,3 miliardi, cassa per oltre seicento milioni e da partecipazioni per 416 milioni; seguono Unicoop Firenze (1,8 mld), Coop Estense e Coop Nordest (entrambe con 1,5 mld.), Unicoop Tirreno (1,2 mld), Coop Liguria (1,1 mld.) e Nova Coop con poco più di un miliardo;
- per l'aggregato delle Coop nel 2013 la gestione finanziaria (saldo tra proventi ed oneri finanziari) è stata positiva per 210 milioni di euro (l'1,9% del fatturato) ed ha rappresentato un contributo importante alla redditività, essendosi ragguagliata a oltre 4 volte il margine della gestione industriale (pari a 47,1 milioni);
- poco meno della metà dei proventi finanziari netti sono stati assorbiti nel 2013 dalle svalutazioni, essenzialmente di titoli e partecipazioni, per 97 milioni di euro; dal 2009 la gestione finanziaria ha prodotto un saldo positivo di 889 milioni e comportato svalutazioni per 713 milioni; nell'ultimo quinquennio quindi il portafoglio finanziario ha generato risorse per circa 180 milioni;
- delle undici società che compongono l'aggregato Coop, quattro hanno chiuso il 2013 in perdita netta: quella maggiore è toccata alla Unicoop Tirreno (-24,2 milioni), seguita dalla Coop Lombardia (-15,3 milioni); il migliore risultato è di Coop Adriatica e Coop Liguria (entrambe +25,2 milioni), seguite dalla Unicoop Firenze (+22,5 milioni).

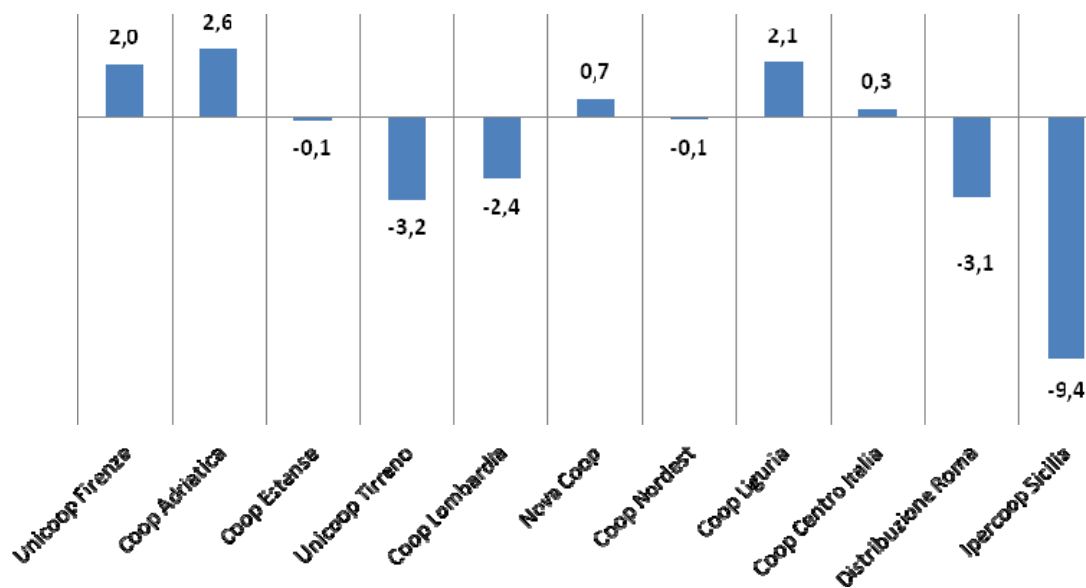
In sintesi, nel periodo 2009-2013 la gestione industriale delle coop ha prodotto margini cumulati positivi pari a 249 milioni, cui si aggiungono 889 milioni rivenienti dalla gestione finanziaria. Il portafoglio di titoli e partecipazioni ha sommato nello stesso periodo svalutazioni di poco superiori ai 700 milioni. Le poste straordinarie hanno comportato introiti per 238 milioni. Tenuto conto di imposte per 505 milioni, si ottiene un utile netto cumulato di circa 155 milioni.

GRAFICI E TABELLE

Graf. I - Fatturato nel 2013 (milioni di euro) delle società dell'aggregato Coop



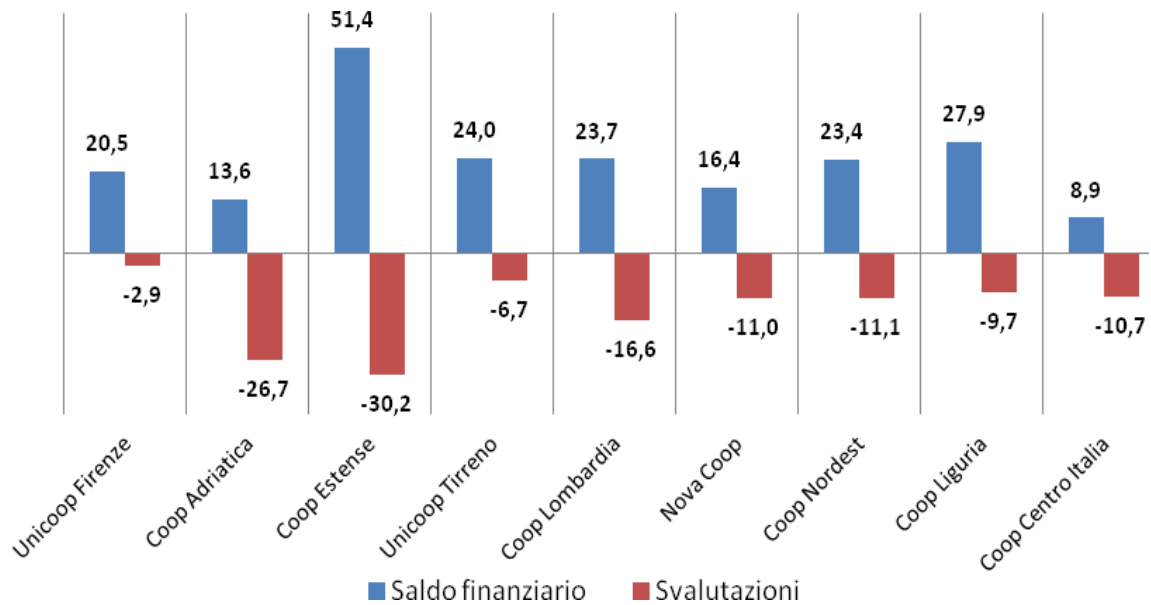
Graf. II - Mon / Fatturato (in %) nel 2013 delle società dell'aggregato Coop



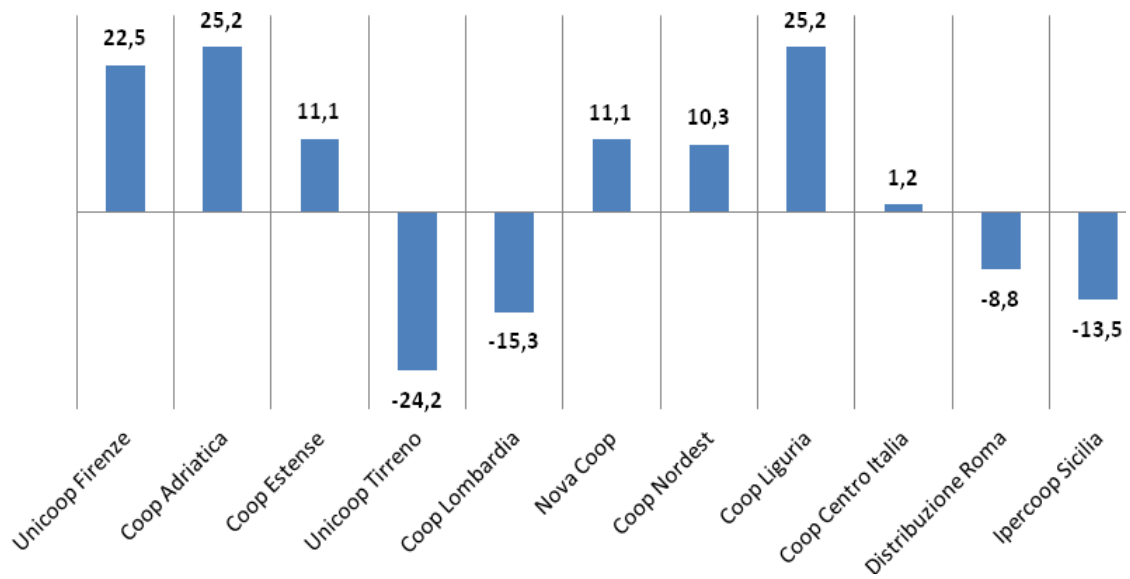
Tab. I - Dettaglio del portafoglio finanziario delle Coop (2013)

Milioni di euro					Totale	Per memoria: raccolta da soci
	Cassa	Titoli non immobilizzati	Titoli immobilizzati	Partecipazioni		
Unicoop Firenze	202,3	1.326,6	210,0	13,7	1.752,5	2.237,5
Coop Adriatica	632,8	1.251,3	76,4	415,6	2.376,1	2.079,1
Coop Estense	170,5	747,1	220,7	349,0	1.487,3	811,3
Unicoop Tirreno	47,3	434,3	466,7	231,2	1.179,4	1.178,4
Coop Lombardia	60,6	777,0	41,1	118,7	997,4	1.095,0
Nova Coop	94,8	707,8	7,6	239,4	1.049,6	736,3
Coop Nordest	446,8	530,8	128,8	375,3	1.481,7	1.381,7
Coop Liguria	77,8	570,2	197,6	279,0	1.124,6	672,1
Coop Centro Italia	281,5	160,2	170,0	98,2	710,0	607,0
Distribuzione Roma	5,9	0,0	0,0	0,0	5,9	0,0
Ipercoop Sicilia	13,0	0,0	0,0	0,0	13,1	0,0
Totale	2.033,3	6.505,2	1.518,9	2.120,1	12.177,6	10.798,4

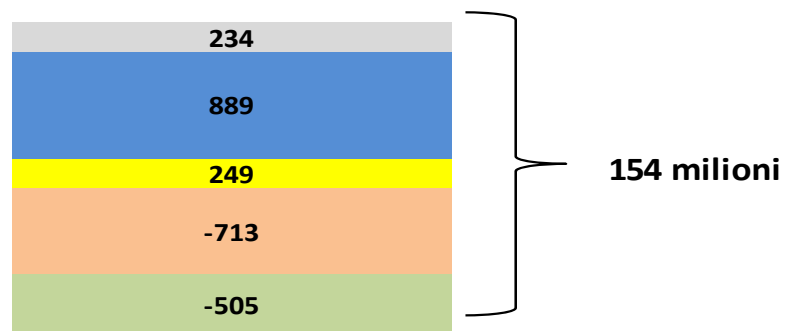
Graf. III - Saldo finanziario e svalutazioni nel 2013 (nove Coop, milioni di euro)



Graf. IV - Risultato netto 2013 delle Coop (milioni di euro)

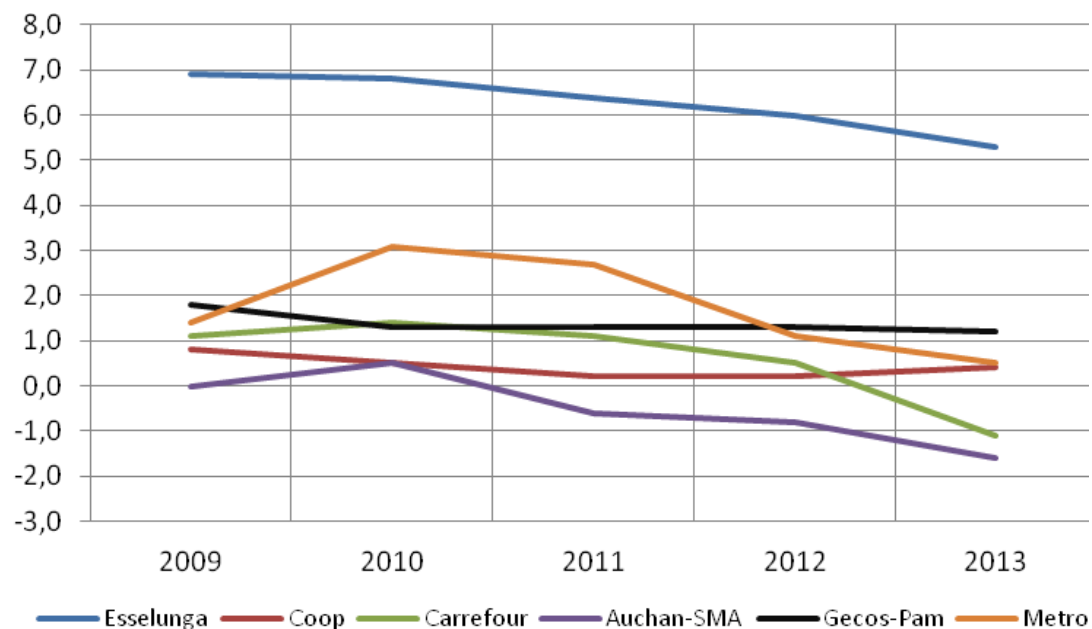


Graf. V - Aggregato Coop: risultati cumulati 2009-2013 (milioni di euro)

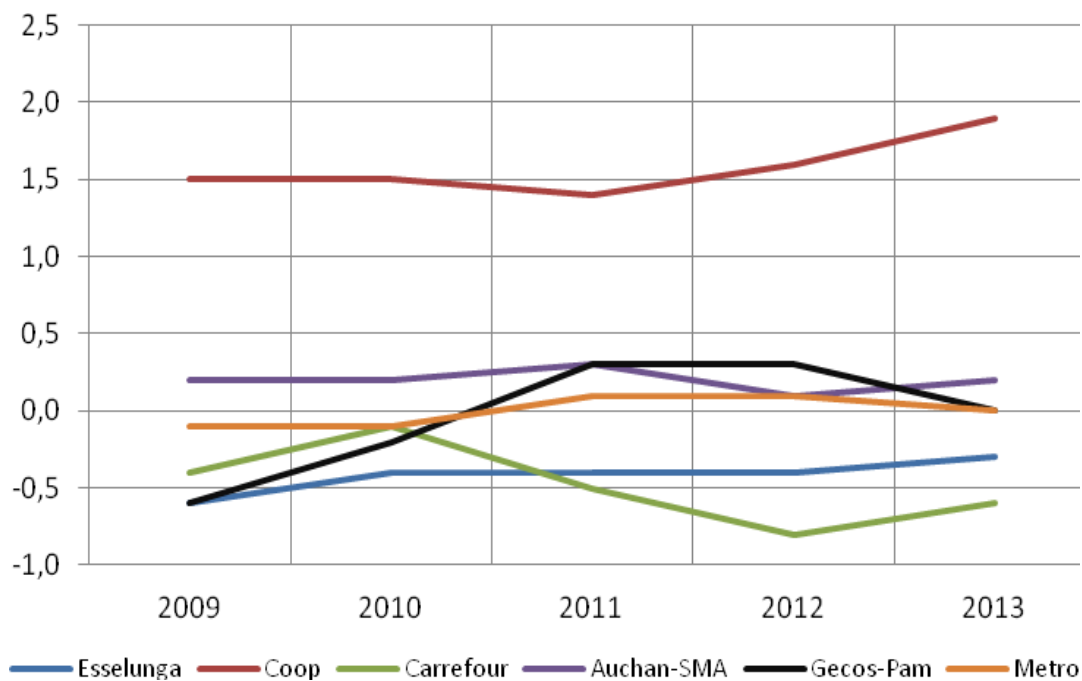


- Margine industriale
- Saldo finanziario
- Svalutazioni di attività finanziarie
- Poste straordinarie e terzi
- Imposte

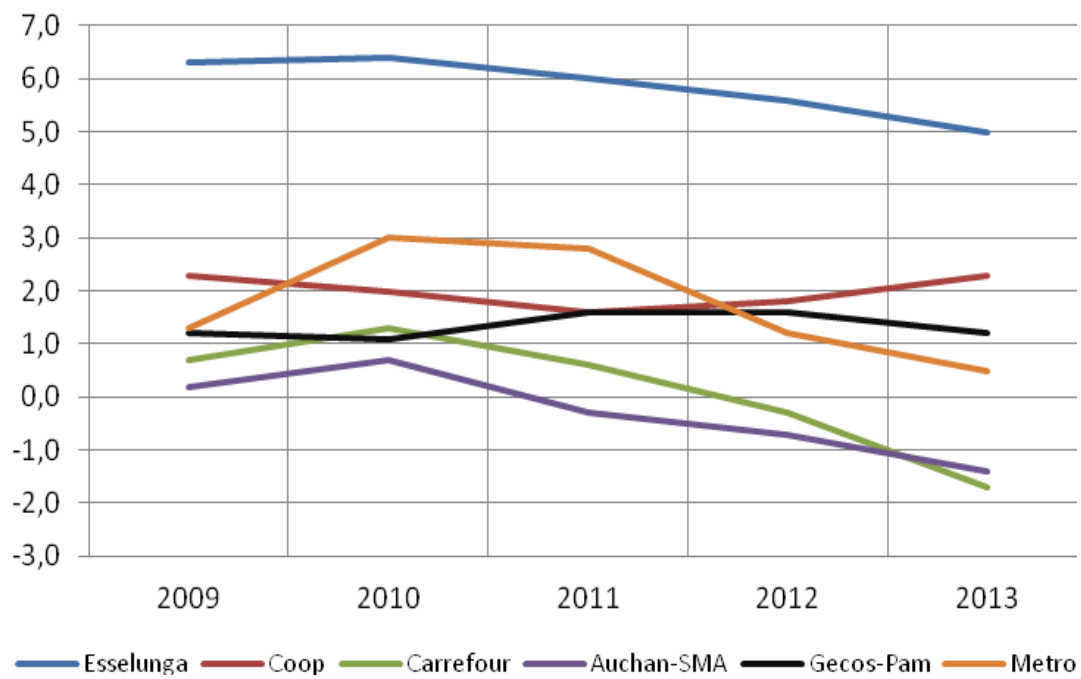
Graf. VI - Cinque Gruppi della GDO e Metro: Mon in % del fatturato, 2009-2013



Graf. VII – Cinque Gruppi della GDO e Metro: saldo della gestione finanziaria in % del fatturato, 2009-2013



Graf. VIII - Cinque Gruppi della GDO e Metro: risultato corrente in % del fatturato, 2009-2013



Tab. II - Dati di struttura (2009-2013)

Fatturato complessivo (netto di Iva, milioni di euro)

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan-SMA	Coop (*)	Totale (*)	Metro (*)
2009	5.829,8	6.026,4	2.485,7	5.281,7	11.257,0	30.880,6	5.082,3
2010	6.204,5	5.708,7	2.496,3	5.276,9	11.374,5	31.060,9	4.315,0
2011	6.445,2	5.405,3	2.559,6	5.158,0	11.600,2	31.168,3	4.222,4
2012	6.736,9	5.092,6	2.543,1	5.089,8	11.587,9	31.050,3	3.983,6
2013	6.788,6	4.763,3	2.459,1	4.869,2	11.271,0	30.151,1	3.390,1
<i>var % (13-09)</i>	16,4	-21,0	-1,1	-7,8	5,2	-0,6	4,0
<i>var % (13-12)</i>	0,8	-6,5	-3,3	-4,3	0,5	-1,6	-3,1

Dipendenti (numero medio)

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan-SMA	Coop (*)	Totale (*)	Metro (*)
2009	19.232	19.392	8.921	18.952	51.747	118.244	11.435
2010	19.322	17.917	9.497	19.347	52.872	118.955	11.760
2011	19.685	16.528	9.789	18.654	52.799	117.455	11.794
2012	20.221	16.009	9.973	18.257	52.384	116.844	11.643
2013	20.605	16.080	10.081	17.417	51.143	115.326	11.514
<i>var % (13-09)</i>	7,1	-17,1	13,0	-8,1	1,9	-1,1	0,7
<i>var % (13-12)</i>	1,9	0,4	1,1	-4,6	1,1	0,2	-1,1

Punti vendita complessivi

	Esselunga	Carrefour (1)	Gecos Pam (1)	Auchan-SMA (1)	Coop (*)	Totale (*)	Metro (*)
2009	139	1.545	644	1.775	972	5.075	145
2010	141	1.302	596	1.827	975	4.841	150
2011	141	1.303	621	1.817	1.000	4.882	153
2012	144	1.218	596	1.840	1.011	4.809	162
2013	143	1.125	610	1.806	760	4.444	164
<i>var % (13-09)</i>	2,9	-27,2	-5,3	1,7	5,4	-7,9	13,1
<i>var % (13-12)</i>	-0,7	-7,6	2,3	-1,8	0,7	-2,4	1,2

(1) Inclusi i punti vendita in franchising ed affiliati.

(segue)

(continua)

Punti vendita di proprietà

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan- SMA	Coop (*)	Totale (*)	Metro (*)
2009	139	477	420	326	972	2.334	145
2010	141	449	432	325	975	2.322	150
2011	141	450	440	328	1.000	2.359	153
2012	144	448	454	326	1.011	2.383	162
2013	143	459	468	320	760	2.150	164
<i>var % (13-09)</i>	2,9	-3,8	11,4	-1,8	5,4	3,2	13,1
<i>var % (13-12)</i>	-0,7	2,5	3,1	-1,8	0,7	1,1	1,2

Punti vendita non di proprietà in % del totale

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan- SMA	Coop (*)	Totale (*)	Metro (*)
2009	0,0	69,1	34,8	81,6	0,0	54,0	0,0
2010	0,0	65,5	27,5	82,2	0,0	52,0	0,0
2011	0,0	65,5	29,1	81,9	0,0	51,7	0,0
2012	0,0	63,2	23,8	82,3	0,0	50,4	0,0
2013	0,0	59,2	23,3	82,3	0,0	51,6	0,0
<i>diff. punti (13-09)</i>	0,0	-9,9	-11,5	0,6	0,0	-2,4	0,0
<i>diff. punti (13-12)</i>	0,0	-4,0	-0,5	0,0	0,0	1,2	0,0

(*) Ove possibile, variazioni calcolate su base omogenea.

Fonte: R&S-Mediobanca

Tab. III - Dati unitari (2009-2013)

Fatturato per punto vendita (€ '000)

	Esselunga	Carrefour (1)	Gecos Pam	Auchan- SMA	Coop	Media semplice	Metro
2009	42.553	10.068	5.549	14.595	10.833	16.719,6	28.395
2010	44.318	10.040	5.350	14.618	10.891	17.043,4	28.766
2011	45.710	9.789	5.388	14.227	11.008	17.224,4	27.597
2012	47.277	9.372	5.315	14.021	10.796	17.356,2	24.590
2013	47.307	8.737	5.011	13.514	13.765	17.666,8	23.537
<i>var % (13-09)</i>	11,2	-13,2	-9,7	-7,4	27,1	5,7	-17,1
<i>var % (13-12)</i>	0,1	-6,8	-5,7	-3,6	27,5	1,8	-4,3

Superficie per punto vendita (mq)

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan	Coop (nove maggiori)	Media semplice	Metro
2009	2.712,2	1.668,8	1.114,3	2.457,1	1.561,4	1.902,8	n.d.
2010	2.822,7	1.648,1	1.106,5	2.544,6	1.594,9	1.943,4	n.d.
2011	2.851,1	1.622,2	1.111,4	2.618,9	1.584,5	1.957,6	n.d.
2012	2.902,8	1.629,5	1.090,3	2.625,8	1.583,3	1.966,3	n.d.
2013	2.923,1	1.603,5	1.091,9	2.646,9	1.944,8	2.042,0	n.d.
<i>var % (13-09)</i>	7,8	-3,9	-2,0	7,7	24,6	7,3	n.c.
<i>var % (13-12)</i>	0,7	-1,6	0,1	0,8	22,8	3,8	n.c.

Fatturato per mq (€)

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan	Coop (nove maggiori)	Media semplice	Metro
2009	16.038,0	6.185,0	4.970,7	5.957,2	6.949,0	8.020,0	n.d.
2010	16.011,7	5.876,3	4.818,2	5.845,2	6.900,6	7.890,4	n.d.
2011	16.113,0	5.820,4	4.858,3	5.510,1	6.924,5	7.845,3	n.d.
2012	16.431,6	5.597,3	4.829,3	5.346,9	6.816,4	7.804,3	n.d.
2013	16.240,6	5.208,7	4.592,4	5.126,2	6.773,4	7.588,3	n.d.
<i>var % (13-09)</i>	1,3	-15,8	-7,6	-13,9	-2,5	-5,4	n.c.
<i>var % (13-12)</i>	-1,2	-6,9	-4,9	-4,1	-0,6	-2,8	n.c.

(segue)

(continua)

Fatturato per dipendente (migliaia di €)

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan	Coop	Media semplice	Metro
2009	303	311	279	279	218	278,0	444
2010	321	319	263	273	215	278,2	367
2011	327	327	261	277	220	282,4	358
2012	333	318	255	279	221	281,2	342
2013	329	296	244	280	216	273,0	330
<i>var % (13-09)</i>	8,6	-4,8	-12,5	0,4	-0,9	-1,8	-25,7
<i>var % (13-12)</i>	-1,2	-6,9	-4,3	0,4	-2,3	-2,9	-3,5

Dipendenti per 1000 mq di superficie di vendita

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan	Coop	Media semplice	Metro
2009	53	25	19	24	34	31,0	n.d.
2010	50	23	20	24	34	30,3	n.d.
2011	49	22	20	22	34	29,5	n.d.
2012	49	22	20	21	33	29,1	n.d.
2013	49	22	20	20	33	29,0	n.d.
<i>var % (13-09)</i>	-7,0	-12,3	5,5	-14,8	-2,3	-6,5	n.c.
<i>var % (13-12)</i>	-0,1	0,0	-1,1	-3,9	1,0	-0,5	n.c.

(1) Calcolato escludendo i cash & carry.

Fonte: R&S-Mediobanca

Conti economici in % del fatturato nel 2013

	Esselunga	Carrefour -GS	Gecos Pam	Auchan- SMA	Coop	Media (*)	Metro
Acquisti di beni e servizi	94,0	96,0	80,9	96,5	90,2	91,5	91,0
+/-Costi e ricavi diversi	13,6	11,5	-2,7	12,7	9,0	8,8	3,1
VA	19,6	15,5	16,4	16,2	18,8	17,3	12,1
Costo del lavoro	12,2	14,1	12,5	13,4	14,5	13,3	10,3
Mol	7,4	1,4	3,9	2,8	4,3	4,0	1,8
Ammortamenti	2,1	2,5	2,7	4,4	3,9	3,1	1,3
Mon	5,3	-1,1	1,2	-1,6	0,4	0,8	0,5
Oneri finanziari netti	0,3	0,6	0,0	-0,2	1,9	0,5	-
Risultato corrente	5,0	-1,7	1,2	-1,4	2,3	1,1	0,5
Costo del lavoro / Valore aggiunto netto	69,7	108,5	91,2	113,6	97,3		n.c.

(*) Media semplice

Fonte: R&S-Mediobanca

Ratio economico-patrimoniali nel 2013

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan- SMA	Coop	Metro
Magazzino / Fatturato (%)	5,3	8,3	10,0	10,3	9,5	9,9
Debiti commerciali / Acquisti di beni e servizi (%)	18,6	21,6	30,4	26,1	16,2	18,2
Debiti fin a ml / Totale debiti finanziari (%)	90,8	75,9	46,6	51,6	9,6	-
Totale debiti / Capitale netto (%)	152,0	192,3	226,5	234,0	271,5	569,7
ROI (%)	16,4	n.c.	4,3	n.c.	2,5	16,1
ROE (%)	15,0	n.c.	4,6	n.c.	1,3	n.c.

Dati per addetto (€ '000) nel 2013

	Esselunga	Carrefour	Gecos Pam	Auchan- SMA	Coop	Metro
Fatturato	329	296	244	280	216	330
Valore aggiunto netto	58	38	33	33	32	n.c.
Costo del lavoro	40	42	31	37	31	34

Fonte: R&S-Mediobanca