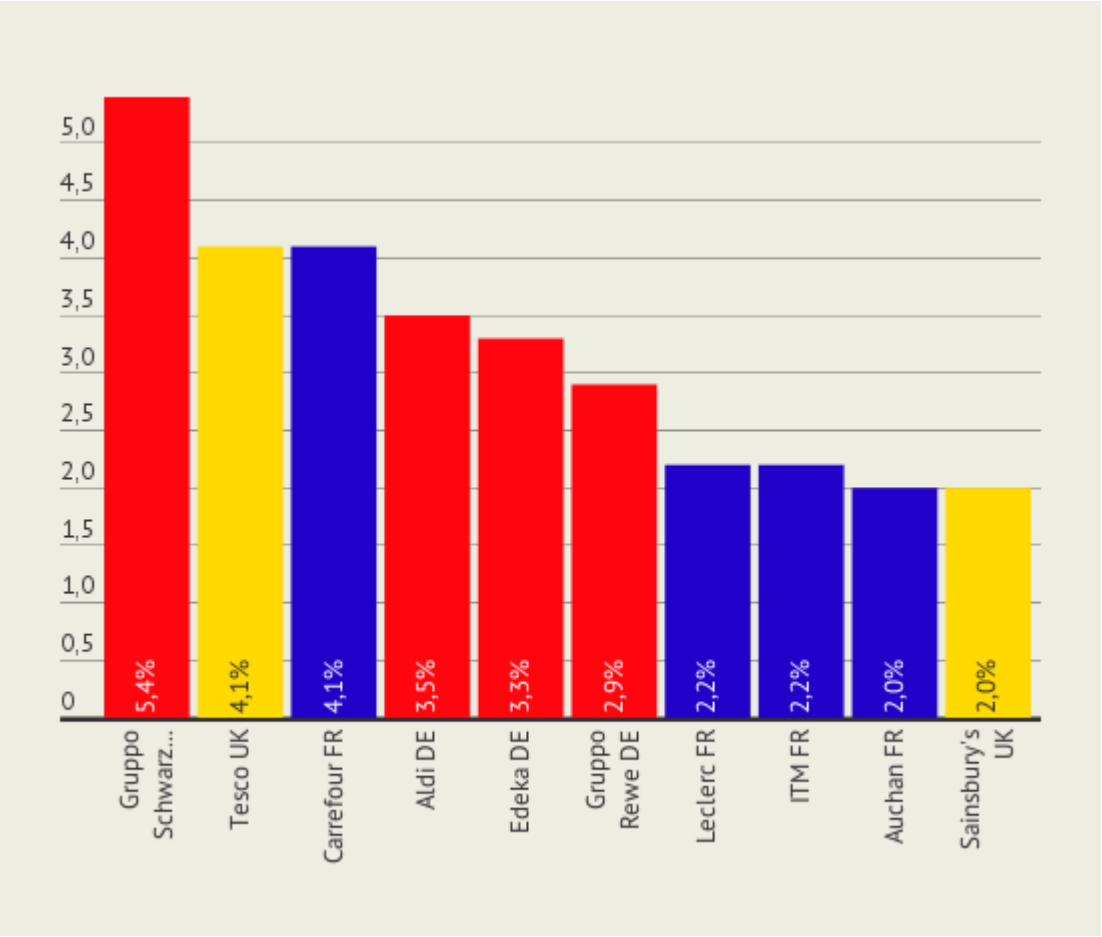
I supermercati europei in mano alla Germania

Truenumbers *è l'appuntamento quotidiano con la rubrica curata dal portale www.truenumbers.it, il più importante sito editoriale di Data Journalism in Italia, fondato da* ***Marco Cobianchi****. Una rubrica utile per saperne di più, per approfondire, per soddisfare ogni curiosità, ma sempre con la precisione che solo i numeri sanno dare. Per leggere tutti gli articoli della rubrica Truenumbers su* ***Key4biz*** *clicca qui.*



Controllano il 15,2% del settore. Nessun italiano in classifica,

nemmeno Esselunga

Paradossalmente l'ingresso di un operatore cinese nel mondo dei supermercati europei avrebbe introdotto un po' di vitalità, e anche concorrenza. Ma, per fortuna per l'Italia, **la famiglia dello scomparso Bernardo Caprotti ha rifiutato l'offerta del gigante cinese Yda** Investment Group che, a giugno, aveva messo sul piatto 7,5 miliardi per comprare l'Esselunga.

Caprotti, gigante italiano

Pur essendo uno dei più grandi operatori italiani, **i supermercati Esselunga, presenti soprattutto nel Nord Italia, Milano in particolare, non sono nella classifica** dei maggiori supermercati europei. Il grafico mostra le quote di mercato delle dieci più importanti catene di supermercati e ipermercati nell'Unione Europea.

Quattro sono tedesche (in rosso), quattro francesi (in blu) e due del Regno Unito (in giallo). Come si vede, in testa alla classifica c'è **il gruppo tedesco Schwarz, che possiede, tra gli altri, il marchio di hard discount Lidl**. La catena francese Carrefour, che nel 2000 era prima, è scesa al secondo posto, alla pari con la britannica Tesco.

La Germania leader nei supermercati europei

Nell'insieme, le prime dieci catene rappresentano il 15,2% del mercato europeo. In particolare: il Gruppo Schwartz è al 5,3% ed è leader nei discount; Edeka e Aldi hanno il 3,5% ciascuno mentre Rewe è al 2,9%. Questi ultimi tre marchi **hanno un modello commerciale misto, che si basa sia sui supermercati di medie dimensioni che sui discount**, che sembrano vincenti in Europa.

Le quattro catene francesi, invece, si posizionano nella fascia media di mercato, con in testa Carrefour (4,1%), seguito da Leclerc (2,2%), ITM-Intermarché e Auchan (2%) Le due catene britanniche, Tesco (4,1%) e Sainsbury’s (2%) puntano anch’esse a un target medio alto.

Crescono i discount in Italia

La quota di mercato dei discount nell’Unione Europea è cresciuta dal 16% del 2000 al 25% del 2015, soprattutto a scapito dei supermercati piccoli e di medie dimensioni, passati dal 46% al 42% ma anche dei grandi ipermercati, scesi dal 38% al 34%.

Tuttavia, i piccoli supermercati detengono ancora la quota di mercato più grande: 42%, rispetto al 34% degli ipermercati e al 25% dei discount. La superficie di vendita dei discount, in Europa, è raddoppiata: nel 2000 era di 15.750.000 metri quadri, nel 2015 di 35.153.000.

I dati si riferiscono al periodo 2000-2015
Fonte: Planet Retail

https://www.key4biz.it/i-supermercati-europei-in-mano-alla-germania/478260/