



Le strategie della Gdo e gli effetti su fornitori e consumatori

Marco Pedroni, prima presidente di Coop Italia e ora di Ancc-Coop, l'Associazione nazionale delle cooperative di consumatori, intervistato nella pagina «Economia e Finanza» de *La Stampa* prevede che, a causa dell'inflazione, il Paese possa rischiare di entrare in recessione e uno dei primi segnali sarebbe la contrazione delle vendite nella Gdo, diminuite in volume nei primi sei mesi del 2023 di tre punti percentuali. Certamente l'aumento dei prezzi è causa della contrazione dei consumi, anche alimentari, credo però che si debba estendere l'analisi agli effetti della pandemia e al successivo incrocio con eventi, come la guerra in Ucraina, che hanno avuto impatti significativi sui comportamenti del consumatore. A tutti è noto che durante la pandemia l'andamento delle vendite della Gdo, soprattutto di beni alimentari, ha avuto un forte incremento, si parlava di più dell'8% in volume, influenzato dall'aumento dei consumi in casa, dalla tendenza ad aumentare le scorte e dalle difficoltà di movimento che spingevano a concentrare gli acquisti nei punti vendita della Gdo. Nei primi mesi del 2022, mentre si stava uscendo dalla pandemia e aumentava la disponibilità a spendere, è scoppiata la guerra in Ucraina aggiungendo incrementi ai prezzi dell'energia e di alcune materie prime (cereali, concimi, ecc.). Il sommarsi degli effetti dell'inflazione da costi con l'incremento della domanda provocò già nella seconda metà del 2022 un forte incremento dei prezzi, tanto che la Bce, la Banca centrale europea, decise di innalzare il costo del denaro, il primo dal 2011, dello 0,50%, il doppio di quanto in quel momento si aspettava il mercato.

PROSPETTIVE DI VENDITA DELLA GDO

Questo incrocio tra aumento dei costi e della domanda ha favorito la decisione delle imprese di difendere e di aumentare i loro margini di profitto per cui il Fondo monetario internazionale e la Bce stimano che i profitti delle imprese rappresentino

circa la metà dell'inflazione. Purtroppo è vano sperare che le imprese decidano autonomamente di ridurre i loro profitti, come dimostra la difficoltà con cui il Ministero delle imprese e del made in Italy tenta di convincere la Gdo e le imprese fornitrici di ridurre i loro prezzi. Chi si trova nella situazione peggiore è proprio la Gdo, la quale deve confrontarsi con la caduta della domanda dovuta al crollo dei salari reali (quelli calcolati sul potere d'acquisto), allo spostamento degli acquisti su beni di primo prezzo o in promozione, all'aumento dei consumi fuori casa, alla presenza all'interno della filiera della concorrenza dei discount e alla necessità di aggirare la forza dei marchi nazionali con prodotti a marca del distributore (Mdd). La Gdo cerca così di controllare la formazione del prezzo all'origine e mira a offrire prodotti che permettano di rafforzare la fedeltà all'insegna allineandosi alle aspettative di prezzo del cliente. Certamente questa strategia non va altrettanto bene per le imprese che producono per conto della Gdo e quelle a marchio nazionale, che subiscono la concorrenza dei prodotti a Mdd. Attualmente si stima che la quota delle vendite di prodotti a Mdd superi il 30%, di più in alcune catene come Coop e Conad, ma basta entrare in qualche discount per rendersi conto che la Mdd va oltre il 50% e proprio questo consente ai discount di assicurare prezzi che sono anche il 20% inferiori a quelli degli altri formati della Gdo e nello stesso tempo di apportare a questi prezzi incrementi superiori a quelli registrati dagli altri formati, proprio perché ancora lontani da quelli della concorrenza e, quindi, competitivi rispetto alle attese del consumatore. Temo che supermarket e superstore subiranno ancora riduzioni della domanda, perché sono cambiati i comportamenti dei consumatori e perché il loro potere d'acquisto è molto diminuito, soprattutto nelle classi a basso reddito, dove l'alimentazione incide ancora significativamente sul totale dei consumi. Resta da sperare nell'aumento dei salari, ma poi quale sarà l'effetto sull'inflazione? ●

L'INFORMATORE AGRARIO

www.informatoreagrario.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.