

OGGI I FUNERALI DI CAPROTTI

Esselunga: tutti i numeri della Ferrari dei supermercati

-di **Fabio Pavesi** | 2 ottobre 2016

Aveva fatto di un'attività tipicamente a bassa redditività, una gallina dalle uova d'oro. Una sorta di Ferrari dei supermercati. È questo il lascito di Bernardo Caprotti appena scomparso e della sua storica creatura. Quell'Esselunga resa da tempo un campione nel business della grande distribuzione in Italia. Capace di inanellare crescita dopo crescita e primati di efficienza che nessuno è stato mai in grado di eguagliare. Né le gloriose Coop appannate tra scarsa redditività e peso anomalo della finanza. Né i francesi di Carrefour o Auchan calati in Italia pensando a un terreno facile di conquista e che hanno finito per retrocedere sconfitti dal mercato e dallo stesso Caprotti.

Nel 2015 Esselunga ha chiuso i conti con un fatturato che ha superato i 7 miliardi (7,3 per l'esattezza). Nel 2010 i ricavi erano poco sopra i 6,2 miliardi. Non hanno mai smesso di crescere anno su anno a un tasso cumulato che è vicino al 20%. Nello stesso tempo il mercato della Gdo in Italia è cresciuto a malapena dell'1,5%. Un abisso, complice le cadute verticali di Carrefour che ha perso solo dal 2010 al 2014 il 19% dei suoi ricavi. O di Auchan-Sma in contrazione del 13%. Anche il sistema Coop ha faticato con i ricavi saliti solo dell'1,8% nel quadriennio 2010-2014.

Un solco profondo tra Esselunga e i suoi competitor. Ma la crescita del fatturato è stata coerente con la profittabilità. Una redditività storica che vede Esselunga distanziare di molte leghe tutta la concorrenza. La redditività industriale viaggia sopra il 7% dei ricavi contro lo 0,8% di Carrefour e Auchan e il 3,8% delle Coop. Nel 2015 il Mol di Esselunga attestato a 625 milioni valeva ben l'8,6% dei ricavi, mentre l'utile netto salito a 290 milioni è il 4% del fatturato. Numeri stellari che nessuno nella Gdo può mostrare. Del resto senza contare i 290 milioni di utili conseguiti l'anno scorso il gruppo fondato da Caprotti ha prodotto utili cumulati, come documenta R&S Mediobanca, per 1,1 miliardi tra il 2010 e il 2014. Tutto questo mentre Carrefour cumulava perdite per 2,4 miliardi, Auchan è andata in rosso per 316 milioni e le Coop hanno raccolto profitti cumulati nel periodo per soli 53 milioni.

Più che un supermercato una macchina da guerra di profitti. Questo senza mai dover ricorrere a mezzi di terzi. La Esselunga oggi vanta un patrimonio netto (frutto degli utili cumulati) per la bellezza di 2,3 miliardi. I debiti finanziari sono solo di 465 milioni a fronte di liquidità però per 284 milioni con un saldo di posizione finanziaria netta di soli 115 milioni.

Con questa struttura patrimoniale così capiente e con un debito pressoché inesistente Esselunga ha armi pronte per ogni evenienza. Può investire, aprire nuovi negozi o decidere di distribuire ricchi dividendi. Ecco perché non mancherà la fila dei possibili compratori. Il gioiello creato da mister Caprotti è una preda ambita da chiunque abbia capitali e che cerchi investimenti molto remunerativi. È un banco di prova che per ora vede sfilare solo acquirenti stranieri o peggio ancora fondi di private equity. Sarebbe un peccato per il nostro

sistema che la Ferrari dei supermercati finisca all'estero. La vendita di Esselunga è un banco di prova per la nostra imprenditoria. Un investimento sicuro, solido e che promette di essere redditizio. Guai lasciarselo sfuggire.

© Riproduzione riservata