



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE  
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

---

Corso di Laurea triennale in Economia Aziendale

**LA CRISI COVID-19 IMPATTI COMPARATI  
SUI SETTORI E L'EVOLUZIONE DELLA  
GDO**

---

**COMPARATIVE IMPACT OF COVID-19  
ON BUSINESS SECTORS AND THE GDO  
EVOLUTION**

Relatore:

Prof. Giovanni Marco Borroni

Rapporto Finale di:

Sara Marini

Anno Accademico 2020/2021



# Indice

<b>INTRODUZIONE.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITOLO I</b>	
<b>Impatto di una pandemia sull'economia globale .....</b>	<b>4</b>
1.1 Natura della pandemia e ripercussioni economiche.....	4
1.2 Shock economico globale .....	5
1.3 Effetti sulla popolazione globale.....	11
<b>CAPITOLO II</b>	
<b>Conseguenze economiche del Covid-19 in Italia .....</b>	<b>14</b>
2.1 Settore primario.....	16
2.2 Settore secondario.....	17
2.3 Settore terziario.....	18
<b>CAPITOLO III</b>	
<b>Il rinnovamento delle GDO nell'era pandemica .....</b>	<b>21</b>
3.1 Che cos'è la GDO.....	21
3.2 Com'è cresciuta e come si è adattata.....	26
3.3 Il caso dell'Esselunga .....	30
<b>Conclusioni .....</b>	<b>37</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>39</b>
<b>Ringraziamenti .....</b>	<b>41</b>



## INTRODUZIONE

Tra la fine di Dicembre 2019 e l'inizio di Gennaio 2020 è iniziata a livello globale un'emergenza sanitaria causata da un nuovo virus altamente contagioso e completamente sconosciuto al nostro sistema immunitario: sembra che tale "nuovo coronavirus Sars-CoV-2" abbia iniziato a circolare in una regione remota della Cina, precisamente a Wuhan, una delle città più popolate della parte orientale del pianeta e perno per il commercio e gli scambi.

Questo ha spinto il governo cinese ad avviare misure straordinarie di contenimento dell'infezione, ponendo sotto quarantena Wuhan e altre città in cui il focolaio stava prendendo piede, con l'obbligo per tutti di non uscire di casa e di indossare la mascherina.

Grazie a queste misure, fino alla fine di gennaio, la maggior parte dei casi è rimasta confinata al territorio cinese. I casi registrati in altri Paesi erano tutti "casi importati", cioè riguardavano persone che, transitando per la Cina, avevano ragionevolmente contratto l'infezione.

A metà febbraio un contagio da Sars-COVID-2 è stato registrato a Codogno, in Lombardia, ed è stato individuato come "prima trasmissione secondaria" in Italia; successivamente altri focolai si sono manifestati in altre parti del nord Italia, per poi propagarsi contemporaneamente in altre regioni Italiane e altri stati europei.

L'infezione da SARS-CoV-2 viene così dichiarata dall'OMS emergenza sanitaria di rilevanza internazionale.

La popolazione è stata dunque chiamata ad adottare e a rispettare misure di prevenzione atte al contenimento dell'infezione da Covid 19. Tali misure hanno avuto sicuramente un notevole impatto psico-sociale che ha cambiato drasticamente il modo

di vivere e rapportarsi al prossimo. Le misure sanitarie rese necessarie implicano infatti un distanziamento sociale di almeno un metro l'uno dall'altro, evitare contatti interpersonali, l'uso obbligatorio della mascherina, l'igienizzazione frequente delle mani, superfici e degli ambienti privati e pubblici. Si è andati dunque incontro a un inevitabile isolamento sociale e che ha avuto la sua espressione massima durante la fase di lockdown, ma che si protrae, in qualche misura, ancora oggi.

La pandemia del COVID-19 non è però soltanto un'emergenza sanitaria ma costituisce anche una grave crisi economica e del mercato del lavoro che sta avendo un enorme impatto sulle persone su scala mondiale.

Dal punto di vista economico e finanziario gli effetti negativi sono inevitabili nella situazione attuale, dal momento che le aree più coinvolte nella crisi sanitaria coincidono con le zone dei maggiori protagonisti del commercio mondiale: Cina, Unione Europea ed USA, che generano oltre la metà dell'intero commercio mondiale. L'impatto del rallentamento, a partire da questi paesi, si fa sentire sui flussi di scambio a livello globale, anche in aree relativamente poco esposte al contagio. Il commercio internazionale spesso garantisce la disponibilità e l'accessibilità economica di medicinali vitali, prodotti medici e servizi sanitari, in particolare per i paesi più vulnerabili: nessun paese è completamente autosufficiente per i prodotti e le attrezzature di cui ha bisogno per i suoi sistemi di sanità pubblica. Attraverso il commercio internazionale, è possibile sopperire a carenze della produzione, oltre che di apparecchiature sanitarie e di farmaci, anche di varie tipologie di beni di prima necessità, distribuendo in modo più efficiente questi beni dove sono più necessari. In questa situazione di emergenza, nonostante la tentazione di alcuni paesi di chiudere le frontiere e di applicare restrizioni agli scambi per accumulare scorte, i governi si accorgono anche di avere bisogno gli uni degli altri e

dell'importanza di agire, per quanto possibile, in modo coordinato a fronte di un problema che è assolutamente globale.

Nel primo capitolo saranno oggetto di discussione gli effetti diretti e indiretti causati dalla pandemia a livello internazionale, identificheremo alcuni principali tipi di shock economici. Infatti, dal lato della domanda abbiamo sperimentato la riduzione della spesa delle famiglie, chiusure delle scuole, richieste di congedi parentali; riduzione della mobilità nazionale e internazionale, cambiamenti nei modelli di erogazione di servizi conseguenti alla modifica del comportamento abituale dei cittadini mentre dal lato dell'offerta abbiamo visto che il blocco dell'attività in determinati settori, dovuta a misure di contenimento, ha forzato il fermo della produzione, ha determinato la sospensione dell'attività per ritardi nell'approvvigionamento di materie prime o beni intermedi e per le difficoltà a ricevere la merce dall'estero.

Nel secondo capitolo verranno trattate e analizzate le conseguenze economiche causate dalla pandemia in Italia. Metteremo in evidenza i settori che hanno subito principalmente gli effetti negativi di una simile pandemia e quei settori invece che ne hanno tratto beneficio. Tra i settori principalmente colpiti in senso negativo riconosciamo: il settore agricoli, quello manifatturiero, metallurgico, meccanico, immobiliare, automobilistico, turismo e mezzi di trasporto; tra i settori che hanno invece tratto beneficio: la farmaceutica, l'elettronica, l'informatica, e-commerce e la Grande Distribuzione Organizzata. In particolare nel mondo della GDO (Grande Distribuzione Organizzata) ci sono stati degli effetti positivi ma non così rilevanti come ci si saarebbe aspettato.

## **CAPITOLO 1**

### **IMPATTO DI UNA PANDEMIA SULL'ECONOMIA GLOBALE**

#### **1.1 NATURA DELLA PANDEMIA E RIPERCUSIONI ECONOMICHE**

L'arrivo di questa pandemia ha preso la popolazione molto alla sprovvista causando tanti disagi sia nel mondo sanitario ma anche in quello socio- economico. Per salvaguardare entrambi gli aspetti sono state adottate delle misure necessarie al contenimento del nuovo coronavirus come la quarantena, i confinamenti più o meno circoscritti e la pratica del distanziamento interpersonale. È stata limitata in maniera drastica la mobilità delle persone, con effetti diretti estremamente severi per i settori dell'economia che maggiormente si affidano all'interazione sociale come turismo, trasporti, intrattenimento e ristorazione.

A livello globale il lockdown è stato applicato con tempistiche e intensità differenti.

La Cina è stato il primo paese ad entrare in lockdown; le autorità cinesi, infatti, hanno chiuso Wuhan cancellando aerei e treni in partenza dalla città e sospendendo autobus, metropolitane e traghetti al suo interno.

Nell'area euro, l'Italia, colpita prima degli altri dalla pandemia, ha adottato misure più stringenti di quelle introdotte in Spagna e Germania e le ha mantenute nella loro maggiore intensità per un periodo relativamente più lungo.

Nel frattempo l'America ha sospeso l'ingresso negli Stati Uniti di tutti i cittadini stranieri che si erano recati in Cina negli ultimi giorni dallo scoppio della pandemia.

I leader europei hanno votato per chiudere almeno 26 paesi a quasi tutti i visitatori provenienti dal resto del mondo per almeno 30 giorni. Il divieto di viaggi non essenziali dall'esterno è stata la prima risposta coordinata all'epidemia da parte dell'Unione europea.

Successivamente gli Stati Uniti sono diventati ufficialmente il paese più colpito dalla pandemia.

Nel settore socio-economico i consueti canali di amplificazione sui mercati internazionali, come il settore finanziario e la domanda estera, hanno determinato un indebolimento dei prezzi delle principali materie prime, specialmente gas e petrolio, con conseguenze particolarmente negative sui paesi le cui esportazioni sono concentrate nei relativi settori estrattivi.

La crisi pandemica in corso è simmetrica a livello globale, gli effetti sui singoli paesi sono di natura, entità e tempistica diverse, con la ripresa economica che sarà influenzata da numerosi fattori, tra i quali l'evoluzione dei contagi e l'efficacia delle strategie di contenimento, la dipendenza differenziata delle singole economie dai settori più colpiti, oltre che dai flussi finanziari esterni, nonché l'andamento economico pre-crisi.

Le proiezioni relative ai tassi di variazione del PIL nel 2020 sono negative per tutte le regioni mondiali, effetti più marcati li troviamo per le economie avanzate -8% rispetto a quelle attese per le economie emergenti e in via di sviluppo -3%.

## **1.2 SHOCK ECONOMICO GLOBALE**

Nel secondo trimestre del 2020 si è verificata la più forte contrazione trimestrale del prodotto interno lordo (PIL) globale mai registrata, seguita dalla più netta ripresa trimestrale quando, nel terzo trimestre del 2020, le restrizioni del lockdown sono state allentate e sono stati introdotti stimoli fiscali e monetari.

### Il danno globale della pandemia



**PERDITA ECONOMICA**  
**8,1-15,8**  
mila miliardi \$  
stima  
World Economic Forum  
(inizio agosto)

**17,3**  
mila miliardi \$  
Australian National  
University  
(stima a fine 2020)

**DEFICIT PUBBLICI**  
AUMENTO NEI PAESI AVANZATI  
**+20%**  
del Pil  
Fonte: Oxford Economics

**DISOCCUPAZIONE**  
AUMENTO  
NEI 37 PAESI DELL'OCSE

5,3% 2019 **9,7%** Oggi  
Fonte: OCSE

Negli USA durante la recessione del 2020, la chiusura di interi Paesi ha interrotto le catene di approvvigionamento portando ad un rallentamento dei settori ciclici.

Gli Stati Uniti hanno varato misure di nazionalizzazione in alcuni settori dell'economia, con lo scopo di ridurre la propria dipendenza dalle importazioni, e dunque dalla funzionalità delle filiere globali per garantirsi una certa autonomia, almeno per quanto riguarda la produzione di alcune merci essenziali.

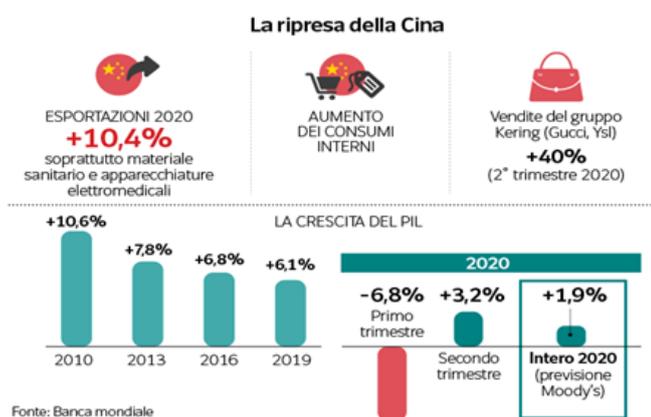
Per quanto il commercio sia oggi infinitamente più complesso di quanto non fosse un tempo, i principi fondamentali che ne sono alla base non sono cambiati: da una parte troviamo quello del vantaggio comparato, descritto da David Ricardo e dall'altra quello dei rendimenti di scala crescenti, descritto da Paul Krugman. In base a questi principi, aprirsi al commercio aumenta il benessere totale delle nazioni coinvolte. Il motivo è semplice: se un paese si apre al commercio, esso può specializzarsi in ciò che sa fare meglio (vantaggio comparato), portando ad una maggiore varietà e alla maggiore efficienza ottenibile quando la produzione avviene su larga scala (rendimenti di scala crescenti).

Nell'economia dei servizi molti settori hanno subito un arresto nei periodi di lockdown, dal momento che le attività "normali" (es. la gestione di un salone di bellezza o di un ristorante) sono diventate potenzialmente rischiose per clienti e collaboratori. Questo spiega anche la forte ripresa una volta rimosse le restrizioni, con il ripristino delle catene

di approvvigionamento e la riapertura di attività con le nuove limitazioni di sicurezza imposte dal COVID-19. I notevoli stimoli fiscali e monetari hanno fornito ulteriore sostegno alla ripresa.

Si ha una ripresa più graduale nella seconda parte dell'anno 2020 e un tasso di crescita negativo del PIL pari a -4,3 % ; le proiezioni sono tuttavia migliori rispetto a quelle dell'Eurozona ed al Regno Unito, dove si attestano a -8,3% e -9,8%.

La Cina dopo il +2,3% di crescita del 2020, mira a un forte rimbalzo dopo la crisi della pandemia del Covid-19, puntando nel 2021 ad un'espansione di oltre il 6% annuo con maggiori sforzi su riforme, innovazione e sviluppo di alta qualità. Il governo prevede un deficit di bilancio del 3,2% sul Prodotto interno lordo.



Il volume della bilancia commerciale cinese ha raggiunto i 268 miliardi di dollari con un +21% rispetto al novembre del 2019 mentre le importazioni sono cresciute 4.5%. Le esportazioni di apparecchiature mediche nel periodo gennaio-novembre sono aumentate del 42,5% rispetto al 2019, mentre le spedizioni di elettronica a novembre sono aumentate del 25% rispetto allo stesso mese del 2019.

La domanda di prodotti elettronici non è legata alla pandemia perché non è stata condizionata dalle nuove misure di social distancing che influenzano i servizi più del

commercio di beni. Le importazioni tendono ad essere guidate dalla domanda di materie prime per investimenti e prodotti agricoli, piuttosto che dai beni di consumo. Le importazioni di minerali di ferro nei primi 11 mesi del 2020 sono aumentate di quasi il 10,9% rispetto allo stesso periodo del 2019, mentre gli acquisti di soia dall'estero sono aumentati del 17,5%.

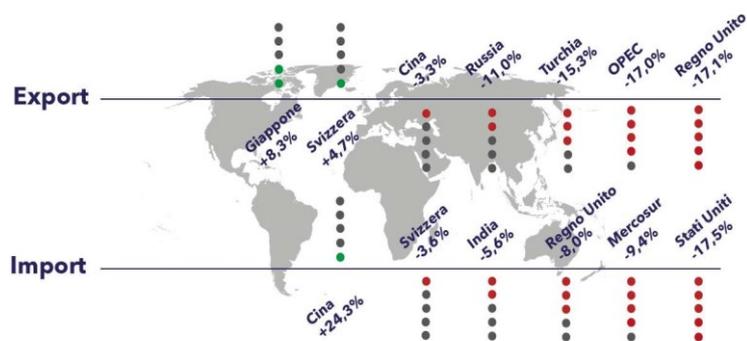
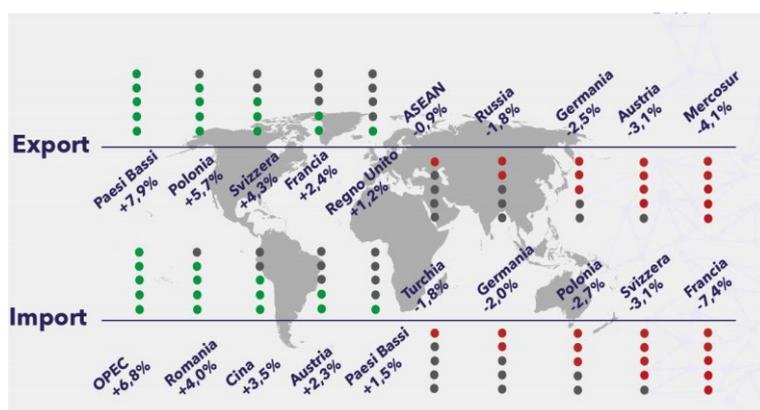
L'economia cinese è stata l'unica al mondo ad espandersi nel 2020, aiutata dalle iniezioni di liquidità della banca centrale per sostenere le imprese, dalla spesa fiscale extra per le infrastrutture e dal rapido controllo dei focolai di coronavirus a livello nazionale.

Accanto a quella ripresa, l'economia mondiale ha accumulato debito e ha visto aumentare le preoccupazioni per le bolle degli asset, alimentando le aspettative su una stretta agli stimoli monetari e fiscali mobilitati per contrastare la pandemia. La Cina ha previsto che il suo budget militare, il secondo al mondo dopo quello degli Stati Uniti, debba aumentare del 6,8% nel 2021, in leggero rialzo rispetto al 6,6% del 2020.

L'economia dell'area euro è stata colpita da un grave shock di natura eccezionale per effetto della pandemia di coronavirus (COVID-19). Nella prima metà dell'anno 2020 l'attività economica si è contratta bruscamente a seguito delle misure di confinamento e della più elevata avversione al rischio. Le reazioni coordinate della politica monetaria e delle politiche di bilancio e alla vaccinazione, hanno contribuito a stabilizzare l'attività nella seconda metà dell'anno 2020 e nei primi mesi del 2021. Il PIL è diminuito complessivamente del 6,6 %. L'inflazione annua complessiva è scesa allo 0,3 % dall'1,2% del 2019, soprattutto a causa del calo dei prezzi dell'energia, ma anche per via di fattori connessi alla pandemia.

Per le esportazioni la perdita più ampia ha riguardato macchinari e veicoli, che rappresentano di gran lunga il comparto principale di quanto l'Ue vende oltreconfine, con

12 miliardi di euro in meno rispetto a marzo 2019. Più contenuto il calo per l'alimentare, che passa da 23 a 22 miliardi di euro, mentre il settore petrolifero passa da 8 a 6 miliardi di euro. Altri 5 miliardi di perdita arrivano dall'ampia categoria dei beni non classificati in una delle altre categorie. Macchinari e veicoli hanno risentito molto della crisi passando da 93 a 86 miliardi. Troviamo una crescita delle importazioni nei prodotti chimici, scambiati per ben 9 miliardi in più e del tessile. Nel complesso, l'import è diminuito in misura maggiore dell'export.



Le misure di stimolo alla ripresa economica post-Covid-19 intraprese dagli Stati Uniti comprendono un'ampia varietà di interventi di politica fiscale in linea con gli orientamenti adottati anche dai principali Stati Membri dell'Unione Europea e dal Regno Unito. Tali interventi possono essere racchiusi in tre macro-categorie:

- la prima riguarda gli aumenti di spesa pubblica e la rinuncia alle entrate fiscali che sono pari al 9,2 % del PIL (che sono costituite da misure di sostegno diretto al reddito, prestiti e incentivi alle imprese che mantengono la forza lavoro con particolare enfasi sulle piccole e medie imprese e incrementi di spesa sanitaria);
- la seconda è riferita al differimento dei termini di pagamento di tasse e contributi che sono pari a 2,6% del PIL);
- l'ultima comprende altre garanzie e provvedimenti di iniezione di liquidità che sono pari a 2,6 % del PIL.

Nella cornice di questi provvedimenti, sono stati previsti interventi settoriali specifici per l'industria del trasporto aereo per un valore di 32 miliardi di dollari, di cui la quota maggiore (25 miliardi di dollari) è destinata alle compagnie del trasporto passeggeri e la parte restante a quelle cargo e appaltatrici di servizi ausiliari.

Rispetto agli USA e ai paesi europei, la Cina ha promosso limitate forme di sussidio diretto ai lavoratori e consumatori privilegiando misure di sostegno agli investimenti infrastrutturali.

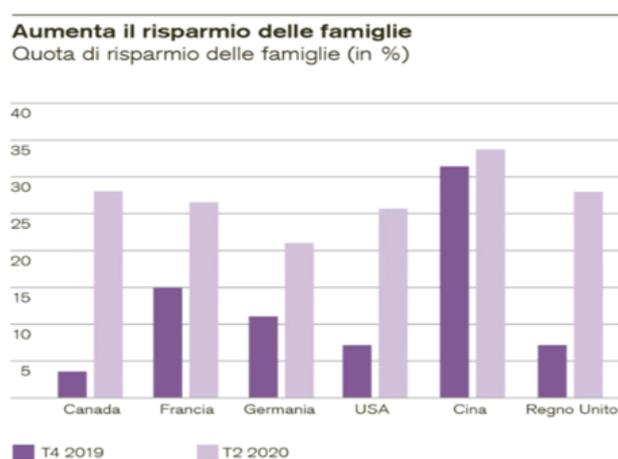
Se per attenuare gli effetti della crisi finanziaria del 2008 il governo centrale aveva introdotto misure espansive pari al 13% del PIL, al contrario per risollevare il paese dall'emergenza Covid-19 gli interventi pubblici sono stati circa il 5,6 %. Complessivamente le politiche fiscali e creditizie promosse nel 2020 dalla Cina in risposta allo shock provocato dal coronavirus sono solo il 40% di quelle intraprese nel 2009 in seguito alla crisi finanziaria globale.

### 1.3 EFFETTI SULLA POPOLAZIONE GLOBALE

Un altro insolito aspetto macroeconomico della recessione del 2020 è stato l'aumento parallelo dei tassi di risparmio di Stati Uniti, Europa e Asia.

Programmi di assistenza sociale e fiscale hanno sostenuto il reddito delle economie domestiche durante i lockdown, portando la spesa per consumi a livelli superiori a quelli consueti. Tuttavia, poiché la spesa per i servizi (a differenza della spesa per beni fisici) è stata limitata per effetto del distanziamento sociale, le famiglie sono anche riuscite a risparmiare a tassi elevati. Di conseguenza, i bilanci familiari sono migliorati in modo netto, una situazione insolita in fase di recessione. Un ulteriore aumento della spesa sarà possibile se continua ad aumentare il numero di ore di lavoro e a diminuire la disoccupazione, e la spesa per i servizi riprenderà al termine della pandemia.

L'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) ha riportato che durante il lockdown del 2° trimestre 2020 si è perso oltre il 15% delle ore di lavoro a livello globale, pari a oltre 500 milioni di posti di lavoro.



Nei soli USA, oltre 21 milioni di persone hanno perso la loro occupazione all'apice della crisi, nei mesi di marzo e aprile.

Anche il mercato del lavoro in Europa ha registrato forti flessioni in termini di ore, ma una minore perdita di posti di lavoro, dal momento che i governi hanno introdotto programmi ridotti ed hanno bloccato i licenziamenti (come avvenuto in Italia).

Attraverso l'adesione a questi sistemi, le società possono ridurre le ore di lavoro dei loro collaboratori e il governo integra la differenza di stipendio, con la cassa integrazione fino a una soglia massima dell'80%.

Anche le economie asiatiche e i mercati emergenti (ME) con elevato tasso di occupazione nel settore pubblico hanno mantenuto livelli di occupazione relativamente stabili durante la crisi.

Tuttavia, i Paesi con basso livello di protezione sociale come gli USA e alcuni ME hanno registrato notevoli turbolenze sui mercati del lavoro, con un'ondata di licenziamenti durante il lockdown, seguita da assunzioni durante la ripresa.

All'inizio del 2021, la situazione del mercato del lavoro globale è nettamente migliorata rispetto ai livelli minimi del 2020, ma la disoccupazione è rimasta significativamente più elevata rispetto a prima della pandemia.

È probabile che nei prossimi mesi, con l'attenuarsi dell'iniziale effetto positivo della riapertura delle attività, il tasso di riassunzione rallenti.

Dal momento che ci vorrà tempo prima che l'economia raggiunga i livelli di attività pre-pandemia, è probabile che i tassi di disoccupazione rimangano elevati per i prossimi due anni, e non si tratti necessariamente di uno sviluppo permanente.

Nelle regioni con mercati del lavoro relativamente liberi e flessibili, come gli USA, la disoccupazione



dovrebbe recuperare stabilità anche se la produzione rimanga al di sotto dei livelli pre-pandemia.

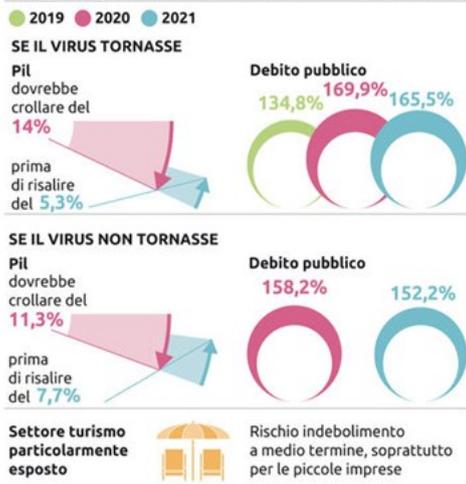
Il persistere della sottoccupazione potrebbe ostacolare la crescita dei salari, anche se è probabile che in Europa e in Giappone specifiche normative limiteranno il problema.

## CAPITOLO 2

### CONSEGUENZE ECONOMICHE DEL COVID-19 IN ITALIA

In Italia il covid-19 ha provocato un grave impatto sull'economia locale.

#### Le prospettive economiche dell'Italia



A causa delle difficoltà economiche e delle imprese italiane che hanno registrato una performance soddisfacente, la percentuale dei settori considerati maggiormente a rischio è passata da 35% al 65%; i settori principalmente impattati da questo blocco sono il turismo, l'automotive e i trasporti: la diffusione del virus determinerà una notevole riduzione dei turisti

da e verso l'Italia, a cui si aggiunge un significativo rallentamento dei servizi legati ai trasporti.

Il Fondo Monetario Internazionale attesta che nella prima fase della pandemia si è assistito ad una sospensione delle attività del ben 45% e oltre il 70% delle imprese, che hanno registrato una riduzione significativa del proprio fatturato rispetto al 2019. Ad essere particolarmente colpite dall'attuale crisi sono specialmente le piccole e medie imprese, che rappresentano la linfa vitale del tessuto economico italiano.

La crisi ha colpito le imprese in base alla loro dimensione, però la quota media del fatturato è crollato del 10% in tutti i settori. Per quanto riguarda le imprese circa 1/3 con meno di dieci dipendenti è considerata a rischio operativo, la quota scende di almeno 26,8% per le piccole imprese, il 15,1% per le medie imprese e il 10,7% per le grandi imprese. Il ritorno a livelli normali di attività dovrebbe essere molto graduale, portando le perdite di circa 6 miliardi di Euro sia nel turismo che per i servizi di trasporto. Sicuramente

le aziende che presentano un'elevata dipendenza dall'export e dalle catene di produzione globali hanno già cominciato a soffrire a partire da gennaio 2020 quando il corona virus ha cominciato a diffondersi in Cina.

Altre industrie, caratterizzate da una elevata leva finanziaria e da una scarsa liquidità, soffriranno dell'attuale fermo delle attività produttive e non saranno in grado di generare adeguati flussi di cassa per far fronte ai propri impegni. All'interno di questo panorama, ci sono dei settori che riusciranno a trovare comunque delle prospettive di sviluppo; fra questi, basti pensare al farmaceutico e al bio-medicale, anche in una prospettiva di medio-termine, e quelli che offrono servizi immateriali come ICT e Telecomunicazioni.

Possiamo dimostrare che i settori che hanno risentito in prima battuta della crisi sono il settore terziario, dove ci sono state alcune performance che hanno avuto degli impatti positivi in questa pandemia, e il settore secondario.

LE PERFORMANCE PEGGIORI		
FATTURATO 2020 IN MILIONI DI EURO E VAR. % SU 2019		
-73,3%	3.339 €	ALBERGHI
-68,8%	2.903 €	AGENZIE VIAGGI E TOUR OPERATOR
-64,2%	948 €	STRUTTURE RICETTIVE EXTRA-ALBERGHIERE
-55,0%	1.190 €	PRODUZIONE RIMORCHI E ALLESTIMENTO VEICOLI
-55,0%	27.401 €	CONCESSIONARI AUTO E MOTOCICLI
-55,0%	785 €	TRASPORTI AEREI
-50,4%	1.675 €	GESTIONE AEROPORTI
-45,8%	21.419 €	AUTOMOBILI
-45,8%	6.768 €	VEICOLI COMMERCIALI INDUSTRIALI E AUTOBUS
-45,8%	12.664 €	COMPONENTI AUTO E ALTRI MEZZI DI TRASPORTO

LE PERFORMANCE MIGLIORI		
COMMERCIO ONLINE	6.707 €	+55,0%
DISTRIBUZIONE ALIMENTARE MODERNA	132.966 €	+22,9%
INGROSSO PRODOTTI FARMACEUTICI E MEDICALI	38.114 €	+13,8%
APPARECCHI MEDICALI	7.649 €	+10,2%
SPECIALITÀ FARMACEUTICHE	27.841 €	+8,2%
MATERIE PRIME FARMACEUTICHE	4.703 €	+7,5%
LAVANDERIE INDUSTRIALI	1.714 €	+4,6%
CANTIERISTICA	10.118 €	+4,0%
GAS INDUSTRIALI E MEDICALI	2.222 €	+4,0%
PRODUZIONE ORTOFRUTTA	5.530 €	+2,5%

FONTE: CERVEL

Dal punto di vista territoriale, nessuna regione sarebbe in grado nel 2021 di recuperare il fatturato pre-covid-19; per sei regioni (Basilicata, Abruzzo, Sardegna, Piemonte, Valle d'Aosta, Lazio) la perdita dei ricavi del 2020 è superiore al 20%, nelle altre regioni la caduta è intorno al 15%.



## 2.1 SETTORE PRIMARIO

Nonostante la crisi causata dalla pandemia e la sofferenza dei diversi comparti, l'agricoltura italiana si è classificata nel 2020 al primo posto in Europa per valore aggiunto con 31,3 miliardi di euro davanti a Francia (30,2 miliardi di euro) e Spagna (29,3 miliardi di euro). D'altro canto, bisogna considerare gli effetti dell'emergenza Covid-19, con una contrazione del PIL pari a -12,8% e del valore aggiunto in tutti i comparti produttivi: -3,7%

agricoltura, silvicoltura e pesca, -20,2% l'industria e -11% i servizi. Ma non solo: in caduta, rispetto al trimestre precedente, risultano anche i consumi finali (-8,7%), gli investimenti fissi lordi (-14,9%) e le unità di lavoro che sono diminuite del 2,4%.

La chiusura delle frontiere ha avuto conseguenze anche nel settore agricolo, nel quale vi è una forte presenza di lavoratori stranieri impiegati nella manodopera.

Per quanto riguarda i risultati economici, si ha una riduzione delle vendite di molti prodotti agroalimentari dal vino alla birra, dalla carne al pesce, dalla frutta alla verdura.

In alcuni settori come quello ittico e vitivinicolo la ristorazione rappresenta comunque il principale canale di commercializzazione per fatturato ma le restrizioni messe in vigore per contrastare il virus ne hanno modificato il consumo.

Ad essere stati più colpiti sono anche i prodotti di alto prestigio come i salumi, i formaggi fino ad arrivare ai tartufi.

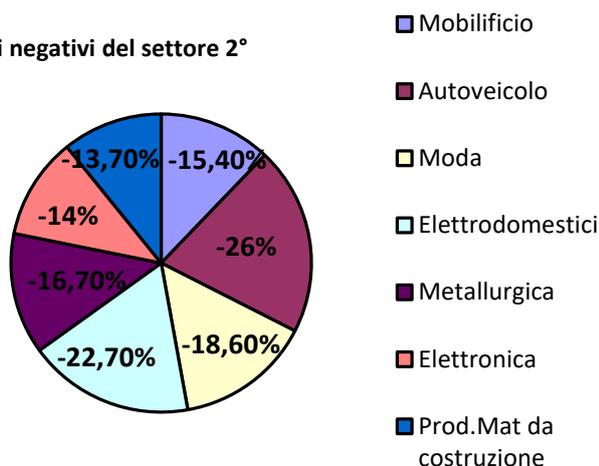
Perdite dirette e pesanti si sono registrate anche nel comparto del florovivaismo con le chiusure e lo stop a cerimonie ed eventi che hanno costretto a portare al macero fiori e piante.

## **2.2 IMPATTO SUL SETTORE SECONDARIO**

Anche il settore secondario ha risentito in modo negativo della grave crisi sanitaria e i settori maggiormente coinvolti sono quelli manifatturiero, metallurgico, meccanico, automobilistico, immobiliare.

Il settore manifatturiero italiano è stato fortemente colpito sia dal calo della domanda che dal calo dell'offerta, dato che le misure di contenimento hanno portato ad un rapido deterioramento del contesto operativo con una contrazione del 14,7% dei livelli di attività del manifatturiero italiano nel 2020 (si prevede un recupero nel 2021 del + 5,3%).

Aspetti negativi del settore 2°



Prospettive meno negative emergono anche per gli Altri intermedi: prodotti e materiali da costruzione -13.7%, elettrotecnica -14%, metallurgica -16.7% lo stesso settore autoveicolo è diminuito del -25,9%; infine il mobilificio con un -15,4%, il sistema moda con un -18,6% ed elettrodomestici con -22,7%.

L'immobiliare e l'edilizia hanno registrato un calo nei profitti e per cercare di aiutarli il governo ha emanato il Decreto Rilancio che prevede un super bonus del 110% per la ristrutturazione dei condomini e prime case.

### 2.3 IMPATTO SUL SETTORE TERZIARIO

La crisi nel settore terziario ha colpito in modo negativo solo alcuni tipi di comparti: il turismo - 60%, i mezzi di trasporto -12,1% e il settore petrolifero con una perdita del -32,9%. La crisi del turismo, trasporti e ristorazione ha influito sul Pil italiano e tutte queste fette di mercato sono in ginocchio nonostante i molti incentivi erogati dal governo con il Bonus Vacanze.

Il mercato turistico del 2020, in Italia, ha subito un calo di oltre 9 miliardi di euro, il 60% in meno del 2019. I trasporti si confermano la categoria merceologica più acquistata su internet (60%), ma perdono quota con -1 punto percentuale rispetto al 2019, in favore degli alloggi con + 34%. Ad impattare su questa tendenza vi è la prevalenza del mercato

domestico e la preferenza per l'utilizzo dei mezzi di trasporto di proprietà. Seguono infine, con un 6%, i pacchetti e tour organizzati: da un lato, il cliente ha cercato il contatto diretto con il fornitore per ricevere informazioni e rassicurazioni mentre dall'altro, il turismo di prossimità ha aumentato il ricorso a servizi conosciuti o comunque accessibili via telefono, email o chat, rendendo meno necessario l'utilizzo di intermediari. La spesa per i viaggi d'affari scende a 7,6 miliardi di euro, in diminuzione del 63% sull'anno precedente.

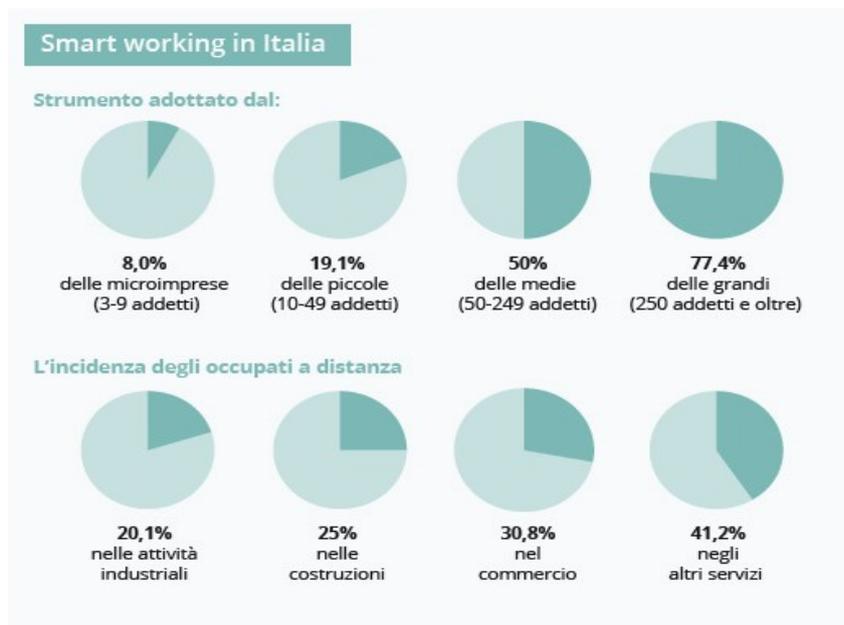
Dati molto negativi arrivano anche dal sistema aeroportuale italiano che chiude il 2020 con soli 53 milioni di passeggeri contro i 193 milioni del 2019. I dati di consuntivo di Assaeroporti segnalano un calo drammatico per gli scali nazionali che perdono in un anno 140 milioni di viaggiatori, il 72,6% del traffico.

Nel settore terziario si registrano però anche delle crescite:

- le case farmaceutiche hanno incrementato del +4,2% i livelli di attività nel 2020
- il commercio online è aumentato del +40% con un'espansione del ramo del food delivery che si è sviluppato in termini generazionali con il 70% della popolazione che usufruisce di queste piattaforme.

In Italia il food delivery rappresenta un mercato da 400 milioni di euro con ampi margini di crescita, ma l'evoluzione di questo modello porterebbe alla dematerializzazione dei ristoranti e alla nascita di vere e proprie catene virtuali che moltiplicherebbero i punti di produzione del cibo e diminuirebbero i tempi di consegna.

Il settore dell'elettronica e informatica non si è lasciata travolgere dalla crisi ma bensì grazie a queste nuove tecnologie e all'amplificazione dello smart working, tante imprese hanno mantenuto buone le entrate con un trend positivo.



I settori che hanno avuto esiti positivi sono gli unici con prospettive di export in crescita sia nel 2020 che nel 2021, rispetto agli altri settori che dovrebbero recuperare fatturati persi durante la crisi.

## **CAPITOLO 3**

### **IL RINNOVAMENTO DELLE GDO NELL'ERA PANDEMICA**

#### **3.1 CHE COS'È LA GDO**

La grande distribuzione organizzata (GDO) è una tipologia di vendita al dettaglio di prodotti di largo consumo, realizzata tramite una serie di punti vendita gestiti a libero servizio, organizzati su grandi superfici e, generalmente, aderenti ad un'organizzazione o ad un gruppo che gestisce più punti vendita contrassegnati da una o più insegne commerciali comuni. Possono ricavare alcune caratteristiche tipiche di ogni soggetto ricompreso nella categoria abbiamo:

- prima di tutto le grandi superfici: generalmente gli spazi occupati dall'attività commerciale dovrebbero essere ricompresi tra i 200 metri quadrati e i 4000 metri quadrati.
- in secondo luogo, i prodotti che vengono venduti da un player operante nella grande distribuzione organizzata sono solitamente beni poco costosi, destinati ad essere venduti in grande quantità con un ciclo di magazzino decisamente velocizzato.
- il terzo aspetto è che ogni operatore di questo settore si trova sempre all'interno di una lunga catena che coinvolge diversi soggetti economici (produttori, fornitori, etc) in cui il distributore finale è generalmente l'ultimo step prima di arrivare al consumatore che acquisterà il prodotto.

La nascita e la diffusione dei player di questo settore, infatti, è sempre stata collegata al benessere economico di un Paese, rappresentando in assoluto il simbolo di una società capace di mantenere alti i consumi dei singoli e, dunque, reattiva la propria economia. Del resto, quando la situazione economica rallenta e la fiducia degli individui diminuisce per

una qualsiasi ragione, è proprio la grande distribuzione organizzata a mostrare le prime sofferenze, dal momento che solitamente in questi casi si riducono in modo sensibile i consumi.

Spesso si parla di GDO come di un'unica categoria, ma in realtà all'interno di questo settore sono tanti gli operatori con caratteristiche molto diverse. Tutti però hanno una cosa in comune: negli ultimi mesi hanno visto le vendite crescere, anche se l'e-commerce ancora una volta avanza.

L'importanza della GDO è dimostrata anche dal fatto che il suo arrivo in Italia, "storicamente" ha portato ad una modifica radicale di tutto il settore della distribuzione dei beni di consumo, mettendo all'angolo il modello basato sui negozi di prossimità. Tra l'altro, la forza d'impatto di questo segmento non si limita soltanto all'aspetto economico. La nascita dei grandi magazzini, dei supermercati, degli ipermercati e dei centri commerciali ha avuto delle ripercussioni sociali e culturali. Talvolta in senso negativo: c'è chi considera questi luoghi dei veri e propri "non-luoghi", indistinguibili, che inaridiscono il tessuto cittadino in cui sono inseriti distruggendone la socialità, in senso positivo: è la divisione "commercio/grande distribuzione" a segnare ed accompagnare l'avvento della cosiddetta "società dei consumi" in cui il consumatore può avere un contatto diretto con il mondo della produzione dei beni, escludendo dall'equazione il mediatore, ovvero il commerciante.

Grazie, al nuovo tipo di business che la GDO propone, fatta di prezzi fissi, pubblicità, grande varietà di beni a disponibilità immediata, i centri commerciali hanno dato la spinta definitiva al superamento delle società industriali, permettendo la nascita di un nuovo contesto in cui lo shopping costituisce un vero e proprio "elemento costitutivo del nuovo cittadino-consumatore".

L'importanza della GDO è evidente. Tuttavia, si è parlato di GDO come se questa rappresentasse una categoria definita ed unitaria. In realtà, non è così. Pur essendoci una definizione unica, all'interno di questa categoria operano tanti attori con caratteristiche e formule organizzative diverse.

Ci sono degli scopi perseguiti dai vari operatori compresi nella GDO, però la "grande distribuzione organizzata" è una categoria ampia, variegata e composita. Basta, considerare alcuni aspetti gestionali per individuare già una macro-distinzione tra la grande distribuzione (GD) e la distribuzione organizzata (DO).

Con il termine grande distribuzione (GD) si intende una struttura di retail decisamente centralizzata e con una proprietà unica che gestisce in modo diretto i diversi punti vendita, che tendenzialmente sono sparsi nel territorio con tante strutture di dimensioni variabili. Per la distribuzione organizzata (DO), che ha anche il nome di distribuzione associata, è più simile alla figura giuridica del consorzio e, infatti, è costituita su base volontaria da tanti singoli esercenti.

Le differenze tra le due categorie sono che la prima è proprio di organizzazione: nella grande distribuzione c'è solitamente una "casa madre" che gestisce le varie filiali sparse nel territorio in modo diretto, mentre la distribuzione organizzata prevede un modello aggregativo in cui i negozi minori si uniscono in gruppi d'acquisto per poter comprare i prodotti a prezzi più vantaggiosi e garantire così ai fornitori ordini maggiori ostentando una maggiore solidità economica. Si possono eliminare alcuni passaggi intermedi della catena distributiva come, i grossisti, di conseguenza, acquistare direttamente dai produttori, ottenendo migliori margini di guadagno e proponendo prezzi più competitivi ai clienti.

La seconda è che tendenzialmente, i player della distribuzione organizzata possono contare su spazi particolarmente ampi che spesso si trovano nelle aree periferiche delle città. Questo fa sì che si formino dei veri e propri centri suburbani in cui più operatori del settore operano contemporaneamente, spesso condividendo delle aree dove si concentrano le attività di gran parte della catena distributiva.

Al contrario, nella distribuzione organizzata, le superfici impiegate all'interno del business sono più contenute anche perché spesso le aree di vendita dei vari aderenti si trovano maggiormente integrate all'interno del tessuto cittadino. Questo è una chiara conseguenza dell'origine composita di tale organizzazione, che proprio per tale ragione tende ad assumere l'aspetto di una vera e propria rete di negozi.

Queste due sono le principali formule di mercato in cui si compone la grande distribuzione organizzata e sebbene possano sembrare opposte e concorrenti in realtà sono strettamente legate da rapporti organizzativi e commerciali vantaggiosi per entrambe. In ogni caso, la distinzione tra distribuzione organizzata e grande distribuzione non è l'unica distinzione che si può individuare nella GDO.

Esistono, infatti, almeno quattro tipologie di punti vendita al dettaglio, che si distinguono per diversi aspetti (tra cui, dimensione, ampiezza e profondità degli assortimenti, posizionamento di prezzo, caratteristiche espositive, disponibilità di parcheggi e altro ancora).

Partiamo dal più piccolo, ovvero il cosiddetto libero servizio, che è un punto vendita al dettaglio di prodotti alimentari, con pagamento all'uscita. Tra tutti, è certamente l'operatore della grande distribuzione organizzata che più assomiglia al tradizionale negozio di quartiere: si trova in aree cittadine anche centrali e offre una gamma di prodotti alimentari abbastanza ampia, ma in generale poco profonda.

La seconda tipologia è il supermercato, che è un punto vendita al dettaglio generalmente di prodotti alimentari, organizzato prevalentemente a libero servizio. Solitamente dispone di una superficie di vendita superiore ai 400 metri quadrati entro cui vende per lo più prodotti di largo consumo, spesso confezionati, ma anche una parte di articoli non alimentari di uso domestico.

Più grande del supermercato c'è l'ipermercato, che è un punto vendita con una superficie superiore ai 2.500 metri quadrati, a cui di solito si aggiunge un parcheggio riservato alla clientela. Esso ha un assortimento di prodotti decisamente più vasto, che ricomprende sia beni alimentari che non.

Infine, la quarta tipologia è il discount, le dimensioni sono variabili poiché può occupare una superficie di vendita che varia dai 200 ai 1.000 metri quadrati. Non è così varia, invece, la gamma di prodotti offerti, che nella maggior parte dei casi esclude i prodotti freschi o quelli di marca, solitamente limitati a pochi brand ad alta rotazione o addirittura sostituiti con prodotti del discount stesso. Il punto forte di questo tipo di punti vendita è senza dubbio il prezzo, che è decisamente concorrenziale proprio grazie alla rapida rotazione degli stock di prodotti, all'impiego di attrezzature espositive semplici e alla disposizione di un servizio al cliente molto limitato.

Per completare queste quattro categorie se ne deve aggiungere una quinta, che è quella dei centri commerciali, costituita da delle aree solitamente suburbane, in cui si concentrano più unità di vendita commerciale non specializzata e di grandi dimensioni.

Un ulteriore criterio di distinzione che si può applicare al settore è legato alla tipologia di prodotti che vengono commercializzati. Restando, all'interno dei punti vendita di dimensioni medio-grandi, spesso organizzati sotto un'unica insegna, si possono

distinguere due categorie di grande distribuzione: la grande distribuzione organizzata e la grande distribuzione specializzata.

Questo tipo di distribuzione ha la particolarità di essere specializzata in una sola categoria merceologica, come ad esempio l'elettronica, l'oggettistica per la casa o gli attrezzi per il fai da te.

Invece, nella grande distribuzione organizzata, la tipologia dei prodotti messi in vendita è molto varia, anche se tendenzialmente vengono preferiti alimentari e freschi o comunque tutti quei beni che hanno un ciclo di magazzino molto rapido.

### **3.2 COM'È CRESCIUTA E COME SI È ADATTATA**

Dopo aver spiegato che cos'è la GDO e come è strutturata è legittimo domandarsi quale sia situazione della grande distribuzione organizzata in Italia di com'è cresciuta e come si è adattata.

Osservando i dati relativi all'anno scorso 2020 ci si rende conto che la GDO italiana sta attraversando un periodo abbastanza positivo rispetto a gennaio 2019, infatti, il valore delle vendite risulta essere aumentato del 2,3%. Anche le previsioni di inizio 2021 confermavano questa fase espansiva della GDO italiana, data soprattutto da una leggera ripresa dei consumi da parte delle famiglie italiane che prevedevano di spendere di più nel 2020. Per questo, si era ipotizzata una crescita intorno al 1,4%, stima che però non teneva conto delle prestazioni dell'e-commerce che già nel 2019 si mostravano particolarmente brillanti (+26% degli acquisti totali online rispetto al 2018, con una quota sul complessivo grocery prossimo al 2,5%) e che, molto probabilmente sarebbero ulteriormente cresciute arrivando a toccare il 30% di aumento. Tutte queste previsioni sono state stravolte dall'emergenza sanitaria dei mesi precedenti, che ha avuto un impatto enorme su questo come su altri settori.

L'arrivo del coronavirus, infatti, ha portato ad un'impennata imprevista nei consumi dei beni alimentari di prima necessità. Le code fuori dai supermercati, la prospettiva di dover restare in casa per lungo tempo, l'incertezza sulla durata del lockdown: tutto questo ha avuto un riflesso notevole sulle vendite, che almeno nella prima fase hanno avuto un'impennata verso l'alto. Secondo alcune rilevazioni, infatti, il Nord Est ha mostrato gli incrementi più alti (+7,4%), seguito dal Sud (+5,2%), dal Nord Ovest (+3,5%) e infine dal Centro Italia (+1,8%).

Ma le statistiche più interessanti sono due:

- la prima è che a trainare questa crescita sono stati in particolare i market di dimensioni limitate, che hanno fatto registrare un +27%, seguiti dai supermercati (+12,9%) e dai discount (+7,9%). Questo, probabilmente è giustificato dal fatto che in un periodo ad alto pericolo di contagio, le persone hanno preferito andare ad acquistare in luoghi piccoli, dove il rischio di assembramenti era minore.
- la seconda statistica riguarda l'e-commerce ed è quella che forse racconta meglio i cambiamenti di questo settore. Nel periodo tra la fine di febbraio 2020 e i primi giorni di maggio 2020, le vendite dei prodotti di largo consumo attraverso la rete sono cresciute del +144,6%, arrivando, nella fase di picco ad un incredibile +304,6%.

Si può ipotizzare che un risultato del genere sia dovuto al fatto che le persone hanno preferito non uscire di casa in un momento così delicato, ma è innegabile che ciò riveli anche una tendenza ormai avviata da tempo, ovvero che il digital retail sta diventando un canale rilevante per comprare anche i prodotti di consumo alimentare e di uso più strettamente quotidiano.

Accanto a quelli economici, il settore della GDO ha colto e registrato i cambiamenti socio-comportamentali del consumatore, oggi più informato e consapevole, esigente e attento nelle proprie scelte alimentari.

Aumentando la comodità dei servizi d'acquisto e invogliando il cliente a vivere l'esperienza e gli spazi del supermercato, il settore GDO sta quindi riscrivendo la shopping experience sotto più aspetti:

- Il primo aspetto è la vendita e food service: la nuova ristorazione del settore GDO: un primo esempio di come il settore della GDO sta ripensando la shopping experience del consumatore riguarda la nascita di aree di food service all'interno dei supermercati. In alcuni casi si tratta di piccoli punti di ristoro e wine corner per un drink o uno snack spezza-fame. In altri casi si tratta di veri e propri locali dall'offerta all day long in grado di coprire i diversi momenti della giornata. Eataly è stato un pioniere in questo senso, introducendo da subito chioschi, corner bar e i ristoranti tematici sul prodotto all'interno della sua struttura. Lo scopo è quello di aumentare l'indice di gradimento del cliente, i suoi tempi di permanenza in loco e un coinvolgimento che vada oltre la semplice esperienza di spesa.
- Il secondo aspetto è la digitalizzazione e l'"omnicanalità". Queste sono le parole d'ordine del futuro prossimo della GDO, un settore che azzerà la linea di demarcazione tra mondo fisico e mondo digitale ed è alla portata di tutti: di chi ha poco tempo per fare la spesa, di chi apprezza le comodità che la tecnologia oggi offre, di chi utilizza il digitale come principale canale di interazione con il mondo esterno e di chi ama lasciarsi coinvolgere in un'esperienza totale e trasversale.

- Il terzo aspetto è il Km zero, da diversi anni il settore GDO si è adattato alle tendenze di spesa dei consumatori, che oltre ad avere meno tempo e voglia di cucinare, preferiscono riempire il frigo con frutta e verdura locale, fresca, coltivata secondo i ritmi stagionali e incontaminata da pesticidi o altre sostanze che possano garantire una certa soglia produttiva. Se da un lato, quindi, aumenta la tendenza all'acquisto di prodotti semi-preparati o già pronti all'uso, dall'altro cresce il numero di persone che sceglie il km 0, un tempo presente solo sui banchi dei mercati rionali e da qualche anno entrato a far parte del circuito della GDO. Dal 2010, anno di creazione del primo supermercato a km 0 realizzato per iniziativa di Coldiretti, Consorzi Agrari e Regione Veneto, sono diversi oggi i supermercati che dedicano aree specifiche dei loro spazi ai soli prodotti locali. Un modo, questo, per rispondere al ritorno di molti consumatori alla spesa contadina, presso i produttori o i mercati rionali, e per mantenere prezzi più contenuti e vantaggiosi, sia per il cliente che per il produttore.
- Ultimo aspetto è la lotta antispreco, da non sottovalutare tra le tendenze emergenti è l'adozione di diverse soluzioni per combattere gli sprechi alimentari del settore GDO. Non è un segreto che prodotti ancora buoni e freschi ma mal confezionati o esteticamente rovinati finiscano nella spazzatura. Come ha fatto il Comune di Milano dove ha dato vita a "Zero Sprechi", il progetto che ha creato, in zona Isola, un hub di quartiere dove le strutture caritative possano reperire il cibo in eccedenza dalle 4 mense aziendali e i 15 supermercati del territorio che hanno finora aderito all'iniziativa. Anche la tecnologia si è posta al servizio del risparmio, offrendo

diverse applicazioni che permettono di scoprire quali sono i negozi in cui è possibile reperire cibi ancora buoni ma in scadenza e prodotti scontati.

### **3.3 IL CASO DELL'ESSELUNGA**

Nel 1957 nasce in Italia la Supermarket Italiani S.p.A. e per la prima volta viene inaugurato il supermercato a nome Esselunga. L'azienda opera in Italia prevalentemente nel settore alimentare della Grande Distribuzione Organizzata attraverso una rete di vendita composta, da 165 negozi localizzati nelle regioni Lombardia, Liguria, Veneto, Piemonte, Emilia Romagna, Toscana e Lazio. Inoltre, il Gruppo gestisce nei principali negozi 99 bar ad insegna Atlantic e 40 negozi di profumeria selettiva ad insegna EsserBella/eb, ed è attivo anche nel settore immobiliare mediante la ricerca, progettazione e realizzazione di nuove iniziative, in quanto strumentali all'attività commerciale.

Alla fine di marzo 2020 permane l'incertezza macroeconomica, correlata alla diffusione del Covid-19 che, nelle prime settimane del 2020 ha impattato prima l'attività economica in Cina e successivamente in altri Paesi, tra cui, dalla fine di febbraio 2020, in Italia.

Il Gruppo, sin dall'inizio, non solo ha adottato misure di protezione ed iniziative in linea con le disposizioni imposte dai decreti, ma ha applicato delle linee guida per tutelare la salute e la sicurezza dei propri clienti, delle proprie persone e garantire la continuità operativa necessaria alla fornitura di beni di prima necessità.

Tra le principali decisioni ed iniziative poste in essere dal Gruppo nel periodo relativo alle restrizioni, troviamo:

- nel periodo tra fine febbraio e aprile dell'anno 2020, al fine di garantire lo svolgimento delle attività operative quotidiane di vendita di beni di prima necessità, il personale delle controllate Atlantic S.r.l. ed EsserBella S.p.A., su base volontaria hanno supportato il personale della controllante Esselunga

S.p.A.; con l'obiettivo di offrire il proprio contributo nell'emergenza vissuta dal Paese.

Inoltre è stato definito un piano straordinario di attività:

- agli ospedali e istituti impegnati in prima linea nell'assistenza dei pazienti e nella ricerca scientifica Esselunga ha donato nei mesi di marzo e aprile 2020 Euro 2,5 milioni;
- per tutti gli over 65 anni, dal 7 marzo 2020 sino al 30 giugno 2020, il servizio di consegna della spesa a domicilio è diventato gratuito sia per l'e-commerce Esselunga a Casa sia per le consegne dai negozi all'abitazione
- creazione dei buoni spesa del governo attraverso i quali l'ordinanza della Protezione Civile n. 658 del 29 marzo ha destinato ai Comuni italiani un contributo per misure urgenti di solidarietà alimentare. Esselunga, da sempre vicina al territorio e alle sue esigenze ha deciso di donare un ulteriore 15% del valore del contributo destinato dal Comune ai cittadini;
- per tutto il personale dei negozi e dei settori operativi delle sedi Esselunga, in considerazione dello sforzo eccezionale profuso nelle settimane di massima emergenza a servizio della clientela è stato effettuato un intervento straordinario di welfare del valore di 150 Euro a persona, a cui va aggiunto un importo una tantum erogato in occasione delle festività natalizie pari a ulteriori 200 Euro a persona;
- per tutto il personale d'ufficio, la possibilità di effettuare la prestazione lavorativa in modalità smart-working estesa a tutti i giorni lavorativi della Consolidato Gruppo Esselunga 3 settimane. Tali misure sono state assunte con l'obiettivo di dimostrare la propria vicinanza alla comunità, garantire la

continuità del servizio ai nostri Clienti e salvaguardare la salute e sicurezza dei nostri dipendenti;

- per i fornitori, allo scopo di agevolare i pagamenti e di alleviarne la tensione finanziaria, UniCredit Factoring ha messo a disposizione a Esselunga affidamenti di 530 milioni di euro per le anticipazioni di pagamento dei crediti commerciali.
- hanno aderito ad una collaborazione con l'Arma dei Carabinieri per cui sono stati donati pacchi alimentari a oltre 3.000 famiglie in Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria per un valore di circa 100.000 euro. L'iniziativa è stata inoltre replicata, con un impegno dello stesso valore e con un nuovo partner, Intesa SanPaolo. Ulteriori contributi sono stati offerti a numerose associazioni ed enti, tra questi ad esempio la Croce Rossa per un valore di 100.000 euro.

Possiamo dire che prima di questo periodo la GDO di Esselunga era già ben organizzata con i canali dell'e-commerce e delle consegne a domicilio, dando la possibilità di scegliere tra oltre 15.000 prodotti di ogni categoria compresi i freschi e i freschissimi, preparati e confezionati poco prima della consegna, per una spesa completa al 100%.

Durante il periodo di lockdown Esselunga ha dimostrato di essere all'altezza e preparata ad affrontare le difficoltà causate dal Covid.

Mostriamo il quadro macroeconomico del 2020 e l'andamento della gestione, dove la contrazione del PIL è stata pari all' 8,9%, il tasso di inflazione è stato pari al -0,2%, le vendite sono cresciute del 2,9% a Euro 8.373,7 milioni, i prezzi a scaffale hanno risentito degli effetti causati dal Covid-19 con una diversa propensione all'acquisto promozionale e un diverso mix di acquisti da parte dei clienti che hanno portato ad un'inflazione dell'1,1%, però le vendite sono cresciute nei prodotti freschissimi (frutta e verdura, pesce

e carne). L'inflazione ricevuta dai fornitori è stata pari al 2,7% e pertanto, l'andamento dei prezzi di vendita ha solo in parte assorbito l'incremento dei prezzi di acquisto, sono stati erogati sconti ai Clienti per Euro 1.523 milioni, c'è stata mantenuta la convenienza relativa nei prezzi di vendita rispetto alla concorrenza con 2,4 punti percentuali sotto la media della Trading Area e con 2,5 punti percentuali sotto la media del mercato nazionale. Tale convenienza relativa è rimasta pressoché costante negli ultimi anni, nel corso del 2020 il Gruppo ha aperto sei nuovi negozi: Milano in Viale Tibaldi, Barzanò (LC), Montecatini Terme (PT), Parma in via Verdi, Genova in via Piave e Pistoia in Viale Matteotti, ha aperto quattro nuovi punti vendita ad insegna laESSE a Milano in Via Melchiorre Gioia, Viale Monte Nero, Corso Genova e Via Mercato, Il Gruppo Esselunga nonostante la crisi pandemica ha continuato i suoi investimenti, che ad oggi ammontano ad Euro 389,4 milioni, di cui Euro 332,2 milioni in immobili impianti e macchinari, Euro 56,0 milioni in attività immateriali, Euro 0,9 milioni in investimenti immobiliari, gli investimenti immobiliari si riferisce a terreni o immobili non strumentali all'attività ordinaria del Gruppo. Inoltre il decremento di Euro 19,6 milioni si riferisce a: investimenti per Euro +0,9 milioni, ammortamenti per Euro -2,6 milioni, svalutazioni nette per Euro -6,9 milioni, riclassifiche per Euro -11,1 milioni alla categoria immobili, impianti e macchinari relative a variazioni di destinazione d'uso di immobili.

C'è stato un aumento dell'organico medio di 24.694 persone, con una più di 789 unità medie rispetto al 2019.

Per quanto riguarda l'incremento del fondo svalutazione magazzino è correlato ad un incremento dello slow moving come causa del diverso comportamento del consumatore che ha inciso su determinate categorie merceologiche. Dove il lockdown di marzo-maggio

ha influito notevolmente sul flusso di movimento delle persone e, la chiusura della propria catena di bar e profumerie, ha contribuito all'incremento delle giacenze di magazzino.

Il rischio di liquidità è gestito in modo accentrato dal Gruppo che attua un monitoraggio periodico della posizione finanziaria attraverso la predisposizione di opportune reportistiche dei flussi di cassa sia previsionali che consuntivi. La Capogruppo gestisce, attraverso la propria tesoreria centralizzata, la liquidità anche delle proprie controllate per ottimizzare i flussi di cassa. Non sono stipulati contratti di cash pooling.

Inoltre in data 3 agosto 2017 Esselunga S.p.A. ha stipulato tre contratti, riferiti a tre linee di credito revolving non revocabili con tre istituti di credito, per un importo complessivo di Euro 300 milioni con scadenza a 5 anni, dove il Gruppo ad oggi non ha mai avuto esigenza di utilizzare le suddette linee di credito. Le fasce di scadenza sono determinate sulla base dell'esercizio intercorrente tra la data di riferimento del bilancio e la scadenza contrattuale delle obbligazioni al lordo degli interessi maturati al 31 dicembre.

L'aumento dei debiti commerciali, che potrebbe essere causato dall'apertura di nuovi punti vendita e dall'incremento dei prezzi di acquisto delle merci, dato che l'inflazione ricevuta dai fornitori è stata pari al 2,7%, come evidenziato dalla relazione sulla gestione.

I debiti per IRES verso società controllante si riferiscono ai debiti fiscali verso la consolidante Supermarkets Italiani S.p.A. da parte delle società che aderiscono al consolidato fiscale, mentre la voce debiti verso l'Erario - IRES accoglie il debito per imposte correnti delle società che non partecipano al consolidato fiscale. Essendo l'IRES l'imposta sul reddito delle società, l'aumento potrebbe essere causato dall'incremento dei profitti della controllante Supermarkets Italiani S.p.A.

L'impegno del Gruppo per rafforzare il canale e-commerce ha permesso di registrare una crescita delle Vendite già nel primo semestre (+0,9%), nel secondo semestre la crescita delle Vendite è stata del +4,8%. Complessivamente le Vendite del Gruppo sono cresciute del 2,9% e nonostante l'emergenza sanitaria e gli incentivi del Gruppo di aiutare il personale e i loro clienti sono riusciti ad aprire 6 nuovi negozi.

La percentuale di aumento delle vendite è stata penalizzata:

- dalle restrizioni che hanno interessato i bar e le profumerie e in assenza di queste la crescita del Gruppo si sarebbe attestata al 3,6%;
- dall'erogazione di sconti ai Clienti per Euro 1.523 milioni per mantenere il livello di competitività nella difficile fase economica del Paese. Se includessimo anche le altre forme di supporto ai Clienti il dato salirebbe da Euro 1.523 ad Euro 1.678 milioni;
- dal fatto che è stata mantenuta la convenienza relativa nei prezzi di vendita rispetto alla concorrenza con 2,4 punti percentuali sotto la media della Trading Area e con 2,5 punti percentuali sotto la media del mercato nazionale (Fonte NRPS Nielsen). Tale convenienza relativa è rimasta pressoché costante negli ultimi anni.

Per quanto riguarda l'andamento delle Vendite riscontriamo 5 fasi:

- 1) Pre-Coronavirus (fino al 20 febbraio) rappresentativa del normale andamento del business prima dell'emergenza, con una crescita del +3,6%;
- 2) Fase di accaparramento (21 febbraio - 12 marzo) durante la quale le grandi scorte fatte dai Clienti hanno generato una crescita del +14,9%;

- 3) Lockdown (13 marzo - 3 maggio) durante la quale le limitazioni alla mobilità sociale, soprattutto il divieto di spostamento tra Comuni, gli ingressi contingentati nei negozi, il divieto di vendita di alcune merceologie e di apertura di alcune attività (bar, profumerie), hanno penalizzato fortemente la crescita con una contrazione delle vendite del 15,0% nonostante l'impatto positivo dell'e-commerce;
- 4) Fase 2 (dal 4 maggio – 8 novembre) con una crescita sostenuta, +4,9%, anche grazie al contributo dell'e-commerce;
- 5) Lockdown Light (dal 9 novembre – 31 dicembre) caratterizzata da parziali restrizioni in alcune Regioni ed una crescita del +9,7%.

## CONCLUSIONI

Lo scopo dell'elaborato è stato quello di analizzare i principali danni economici che seguono il diffondersi di una malattia infettiva ad alta morbosità. La trasmissione del virus è favorita dall'alto tasso di globalizzazione che caratterizza il mondo odierno. Il diffondersi di un virus a livello globale comporta una profonda crisi economica nei paesi con un maggior numero di casi ma non solo, anche in tutti quei paesi che vi sono coinvolti tramite scambi commerciali e tramite la partecipazione alle catene di valore globale. A differenza di molte altre crisi che hanno caratterizzato il passato, la crisi causata da COVID-19 ha colpito maggiormente i paesi più sviluppati del globo, creando contemporaneamente uno shock dell'offerta e uno shock della domanda, diventando così lo shock più drammatico vissuto dai tempi della Grande Depressione.

La maggior parte delle epidemie e pandemie che colpiscono la popolazione mondiale durano circa un trimestre, limitando così quelli che sono gli effetti a lungo termine. I danni più gravi vengono registrati in un primo periodo a seguito delle misure di contenimento e chiusura attuate dal governo per frenare il contagio, con i paesi che rappresentano oltre il 50% del PIL mondiale in blocco, il crollo dell'attività commerciale è molto più grave rispetto alle crisi precedenti. Nel lungo periodo le imprese sopravvissute dovranno dominare un nuovo ambiente caratterizzato dall'adozione di nuove tecnologie e dal ritiro di alcuni settori dalle catene di valore globale.

Tramite l'analisi e lo studio dei settori è stato possibile apprendere quali sono le principali ripercussioni economiche che si abbattano su un determinato paese colpito dal virus, e quali sono i possibili scenari designabili a seguito della diffusione del virus su vasta scala. Ci sono stati dei lati molto vantaggiosi per quanto riguarda la tecnologia soprattutto sullo smart-working, perché ha dato la possibilità a molte famiglie di organizzarsi, passare del

tempo con i propri cari; un altro aspetto positivo lo troviamo sul food delivery che prima della pandemia era praticato solo nelle grandi città mentre oggi lo possiamo trovare in tutta l'Italia, dandoci la possibilità di comprare i generi alimentari senza uscire dalla propria abitazione.

Con il caso dell'Esselunga abbiamo dimostrato che nonostante la crisi, questi grandi canali di distribuzione hanno aiutato il cittadino e i dipendenti con molte agevolazioni e scontistiche, testimoniate dal fatto che le Vendite sono cresciute di poco rispetto a quello che si pensava realmente.

Ritengo che queste GDO nel loro complesso siano molto economiche e pratiche, perché nel suo interno puoi trovare una vasta gamma di prodotti situati tutti nello stesso punto.

Possiamo concludere dicendo che questa pandemia ci ha resi consapevoli dell'effimerità delle catene di approvvigionamento, delle divisioni e delle difficoltà endemiche dei governi, e dei limiti delle organizzazioni internazionali.

## SITOGRAFIA

<https://www.diritto.it/coronavirus-nuove-misure-di-contrasto-al-contagio/>

<https://www.money.it/FMI-Italia-debito-PIL-160-per-cento-stime-2021>

<https://www.doxee.com/it/blog/customer-experience/la-gdo-definizione-distinzioni-e-prospettive-nel-retail/>

[https://quifinanza.it/soldi/crisi-economica-2020-caratteristiche-conseguenze/379695/#La\\_crisi\\_economica\\_2020\\_in\\_Italianytimes.com/article/coronavirus-timeline.html](https://quifinanza.it/soldi/crisi-economica-2020-caratteristiche-conseguenze/379695/#La_crisi_economica_2020_in_Italianytimes.com/article/coronavirus-timeline.html) [sulpanaro.net/2020/10/recessione-economica-globale-da-covid-19/](http://sulpanaro.net/2020/10/recessione-economica-globale-da-covid-19/))

[https://www.umbertonobileciampino.edu.it/wp-content/uploads/2014/09/COVID-19\\_AGGIORNAMENTO\\_DVR\\_10-03-20.pdf](https://www.umbertonobileciampino.edu.it/wp-content/uploads/2014/09/COVID-19_AGGIORNAMENTO_DVR_10-03-20.pdf)

<https://www.parlamento.it/application/xmanager/projects/parlamento/file/repository/affariinternazionali/osservatorio/approfondimenti/PI0172.pdf>

<https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/bollettino-economico/2020-2/index.html>

<https://www.money.it/Conseguenze-economiche-COVID-19>

<https://www.ilgiornale.it/news/economia/coronavirus-ocse-economia-italiana-crisi-nera-nel-2020-1869320.html>

<https://www.corriere.it/economia/cards/perche-l-economia-il-covid-non-sara-piu-come-prima/esplosione-debito-pubblico.shtml>

<https://www.credit-suisse.com/microsites/investment-outlook/it/global-economy.html>

<https://www.finanza.lastampa.it/News/2021/01/18/italia-in-deflazione-nel-2020-terza-volta-dal-1954/NDdfMjAyMS0wMS0xOF9UTEI>

[https://www.istat.it/it/files/2021/02/Occupati-e-disoccupati\\_dicembre\\_2020.pdf](https://www.istat.it/it/files/2021/02/Occupati-e-disoccupati_dicembre_2020.pdf)

[https://www.eulerhermes.com/it\\_IT/news-e-approfondimenti/corporate-news/Covid19-impatto-sulla-economia-italiana.html](https://www.eulerhermes.com/it_IT/news-e-approfondimenti/corporate-news/Covid19-impatto-sulla-economia-italiana.html)

<https://www.lavoce.info/archives/73473/le-imprese-italiane-durante-la-pandemia/>

<https://www.fatebenefratelli.it/blog/crisi-economica-coronavirus-effetti-lavoratori-imprenditori->

<https://www.italiani#:~:text=Disoccupazione%2C%20aumento%20delle%20disuguauglianze%20e,dalla%20pandemia%20ancora%20in%20corso.>

<https://know.cerved.com/imprese-mercati/gli-impatti-del-covid-19-sui-ricavi-delle-imprese-italiane/>

<https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/35025-1-impatto-del-covid-19-sull-agricoltura-italiana-nel-secondo-trimestre.htm>

[https://winenews.it/it/lagricoltura-italiana-e-leader-in-europa-ma-le-conseguenze-della-pandemia-lasciano-il-segno\\_434487/](https://winenews.it/it/lagricoltura-italiana-e-leader-in-europa-ma-le-conseguenze-della-pandemia-lasciano-il-segno_434487/)

<https://www.diariodelweb.it/economia/articolo/?nid=20200918-547256>

<https://www.startmag.it/economia/ecco-i-settori-che-risentiranno-di-piu-e-di-meno-della-crisi-da-covid-19-report/>

<https://www.ilsole24ore.com/art/covid-e-crisi-economica-perche-l-italia-sta-pagando-piu-altri-paesi-ADkpbDVB>

[https://www.repubblica.it/viaggi/2021/01/27/news/turismo\\_italiano\\_il\\_crollo\\_e\\_anche\\_nell\\_e-commerce\\_meno\\_60\\_per\\_cento-284461700/](https://www.repubblica.it/viaggi/2021/01/27/news/turismo_italiano_il_crollo_e_anche_nell_e-commerce_meno_60_per_cento-284461700/)

<https://www.startmag.it/economia/ecco-i-settori-che-risentiranno-di-piu-e-di-meno-della-crisi-da-covid-19-report/>

<https://www.digitalic.it/economia-digitale/online-food-delivery-mercato-espansione>

<https://www.doxee.com/it/blog/customer-experience/la-gdo-definizione-distinzioni-e-prospettive-nel-retail/>

<https://www.laurenziconsulting.it/2019/07/15/settore-gdo-storia-e-trend/>

<https://www.esselunga.it/cms/sostenibilita.html>

<https://www.esselunga.it/content/dam/istituzionale20/sostenibilita/quick-link/area-download/politica-sostenibilta.pdf>