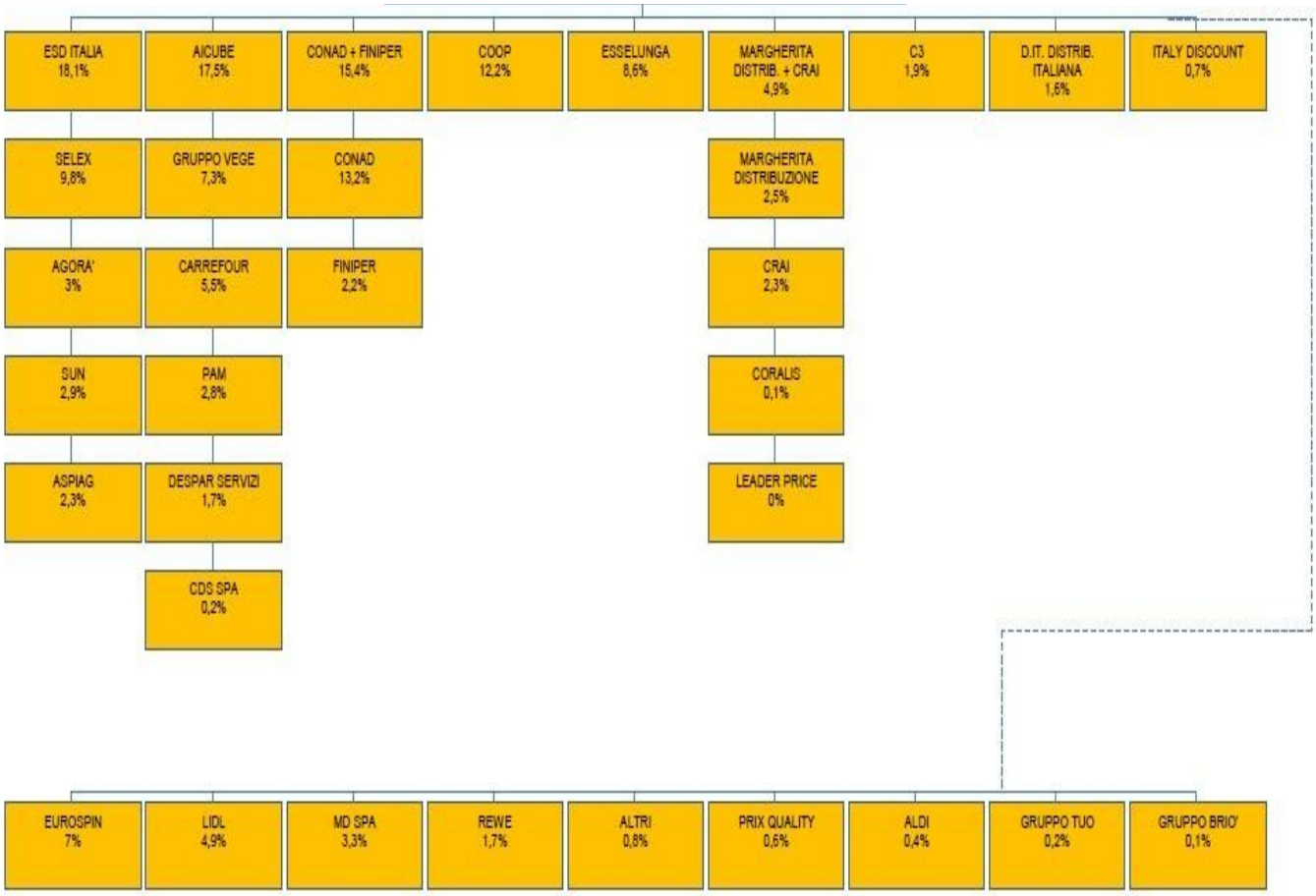
ΔΙΚΤΥΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΤΩΝ ΑΛΥΣΙΔΩΝ SUPERMARKET ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ - ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Το σύστημα προμηθειών των αλυσίδων supermarket στην Ιταλία είναι ιδιαίτερα περίπλοκο. Χαρακτηρίζεται δε, αφενός από την ισχυρή παρουσία των Οργανωμένων Δικτύων – Οργανωμένων/συνδεδεμένων διανομέων (Distribuzione Organizzata – Associata), δηλαδή συμμαχιών αλυσίδων λιανικής πώλησης προϊόντων ευρείας κατανάλωσης και αφετέρου από τους Κεντρικούς Αγοραστικούς ομίλους (Centrali di Acquisto). Οι τελευταίοι προκύπτουν από την ένωση των ανωτέρω Οργανωμένων Δικτύων, και έχουν ως σκοπό να ενισχύσουν την διαπραγματευτική τους ισχύ έναντι των μεγάλων εταιρειών παραγωγής και μεταποίησης. Τα παραπάνω λειτουργούν συμπληρωματικά με τα παραδοσιακά δίκτυα χονδρεμπόρων και εισαγωγέων. Στο παρακάτω σχεδιάγραμμα (πηγή Nielsen, Φεβρουάριος 2020) παρουσιάζονται στην πρώτη σειρά οι Κεντρικοί Αγοραστικοί Όμιλοι (centrali di acquisto) και στη συνέχεια οι όμιλοι λιανικής πώλησης ειδών ευρείας κατανάλωσης/ μέλη τους, ανάλογα με το μερίδιο αγοράς τους.

Σχεδιάγραμμα 1.

ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΤΩΝ ΑΛΥΣΙΔΩΝ SUPERMARKET (Hypermarket + Supermarket +Minimarket +Discount = 100%)



Αναλυτικότερα:

Α. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΜΕΓΑΛΩΝ ΔΙΑΝΟΜΕΩΝ (GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA-GDO)

Αφορά στον κλάδο των αλυσίδων λιανικής πώλησης ειδών ευρείας κατανάλωσης (supermarket) και περιλαμβάνει τις ακόλουθες κατηγορίες:

1. **Τους μεγάλους διανομείς (GD)**. Πρόκειται για μεγάλους ομίλους λιανικής πώλησης ειδών ευρείας κατανάλωσης που ελέγχονται από έναν διαχειριστή, ο οποίος προμηθεύει απευθείας και αυτόνομα τα σημεία πώλησης του (καταστήματα), μέσω των εμπορικών τμημάτων τους και των αγοραστών (buyer) που τα στελεχώνουν, συνηθίζεται δε παράλληλα να αποκαλούνται και "Centrale di Acquisto" (π.χ. η αλυσίδα supermarket Esselunga).

2. **Τα Οργανωμένα Δίκτυα-Οργανωμένοι/ Συνδεδεμένοι Διανομείς (Distribuzione Organizzata- Associata –DO/DA)**: Πρόκειται για διαφορετικές αλυσίδες λιανικής πώλησης προϊόντων ευρείας κατανάλωσης που συνδέονται με τη μορφή κοινοπραξίας ή συνεταιρισμού, με σκοπό τη δημιουργία μεγάλων εμπορικών σχημάτων προκειμένου να αποκτήσουν μεγαλύτερη διαπραγματευτική ισχύ. Τα εν λόγω σχήματα συγκροτούνται από πολλές διαφορετικές εταιρείες, οι οποίες σε μερικές περιπτώσεις λειτουργούν κάτω από το ίδιο εμπορικό σήμα. Παράλληλα, τα υπό εξέταση δίκτυα, συμμετέχουν ως μέλη στους **Κεντρικούς Αγοραστικούς Ομίλους** (Centrali di Acquisto). Παράδειγμα αποτελεί ο όμιλος SELEX στην Ιταλία και ο όμιλος ΕΛΟΜΑΣ στην Ελλάδα.

3. **Ανεξάρτητα εμπορικά καταστήματα** τα οποία δεν ανήκουν σε καμία αλυσίδα GD ή DO και σύμφωνα με τον οδηγό της Nielsen 2019, κατέχουν πολύ μικρό μερίδιο αγοράς.

Σημειώνεται ότι, οι όμιλοι supermarket της Ιταλίας δεν έχουν παρουσία στο εξωτερικό αλλά έχουν ισχυρή παρουσία στην εγχώρια αγορά, όπου οι αλυσίδες του εξωτερικού, αντιθέτως κατέχουν ελάχιστο μερίδιο. Η εγχώρια αγορά είναι κατακερματισμένη και αποτελείται από μεγάλο αριθμό αλυσίδων supermarket, τα οποία έχουν, στην πλειοψηφία τους, παρουσία σε ορισμένες περιφέρειες και όχι σε όλη την επικράτεια. Οι αλυσίδες που έχουν παρουσία σε εθνικό επίπεδο είναι οι: Conad, Eurospin (discount) και Selex.

Β. ΚΕΝΤΡΙΚΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΟΙ ΟΜΙΛΟΙ (CENTRALI DI ACQUISTO)

Οι Κεντρικοί Αγοραστικοί Όμιλοι (Centrali di Acquisto) αποτελούν συμμαχίες των ομίλων της κατηγορίας "Οργανωμένα Δίκτυα-Οργανωμένοι/ Συνδεδεμένοι Διανομείς (Distribuzione Organizzata- Associata –DO/DA)", οι οποίες έχουν ως στόχο την απευθείας διαπραγμάτευση με τους προμηθευτές, για την επίτευξη ανταγωνιστικότερων τιμών (μέσω διαφόρων τύπων συμβολαίων) αλλά και την εγγύηση της παρουσίας συγκεκριμένων προϊόντων σε όλο το δίκτυο καταστημάτων (π.χ. ο όμιλος Selex ανήκει στον κεντρικό αγοραστικό όμιλο ESD Italia). Οι ενώσεις αυτές εκτός από τις προμήθειες, σε ορισμένες περιπτώσεις, διαχειρίζονται κεντρικά και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private label), διαθέτουν δικές

τους αποθήκες και είναι υπεύθυνες για την προώθηση των προϊόντων (π.χ. ο Κεντρικός Αγοραστικός Όμιλος ESD).

Τα χαρακτηριστικά των **Κεντρικών Αγοραστικών Ομίλων (Centrali di Acquisto)** είναι:

- καθορίζουν τους γενικούς όρους (μέσω συλλογικών συμβάσεων), βάσει των οποίων θα προμηθεύονται τα προϊόντα οι επιχειρήσεις / μέλη τους, από τις μεγάλες εταιρίες παραγωγής και μεταποίησης.

- Οι γενικοί όροι των παραπάνω συμβάσεων αφορούν, αφενός στις εκπτώσεις (δηλαδή πραγματικές μειώσεις τιμών από τις τιμές καταλόγου των προϊόντων) και αφετέρου στις εισφορές που πληρώνουν τα μέλη τους (εισφορές για γενικά έξοδα όπως γραμματεία, τμήμα παραγγελιών, εκδηλώσεις /προσφορές κτλ).

- Παράλληλα, οι όμιλοι-μέλη τους έχουν την δυνατότητα να διαπραγματεύονται απευθείας με τους προμηθευτές την αγορά προϊόντων που δεν έχουν καθοριστεί από τον Κεντρικό Αγοραστικό Όμιλο (**Centrali di Acquisto)** και δεν προβλέπονται από τις συλλογικές συμβάσεις.

- Εξαιρούνται των συλλογικών συμβάσεων και διαπραγματεύονται απευθείας από την κάθε επιχείρηση/όμιλο, κυρίως τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private label) , τα προϊόντα discount, τα τοπικά προϊόντα, ορισμένα από τα φρέσκα και τα μη τρόφιμα.

- Σύμφωνα με στοιχεία της Federdistribuzione, το 2019 το 35% των συνολικών προμηθειών του κλάδου πραγματοποιήθηκε μέσω των Κεντρικών Αγοραστικών Ομίλων (Centrali di Acquisto).

Οι κυριότεροι Κεντρικοί Αγοραστικοί Όμιλοι (**Centrale di Acquisto)** είναι οι**:** AICUBE, CONAD-FINIPER, COOP, ESD ITALIA, DISTRIBUZIONE ITALIANA, MARGHERITA DISTRIBUZIONE+CRAI, C3 (σχεδιάγραμμα 1).

Επιπλέον, ορισμένοι από αυτούς τους Κεντρικούς Αγοραστικούς Ομίλους, συνασπίζονται και δημιουργούν ακόμη μεγαλύτερα σχήματα, τις **Υπεραγορές (Supercentrale di Acquisto).** Πρόκειται δηλαδή για ενώσεις Κεντρικών Αγοραστικών Ομίλων σε εθνικό ή και σε διεθνές επίπεδο. (πχ, η ESD Italia είναι μέλος της Ευρωπαϊκής υπεραγοράς EMD AG). Με τον όρο Supercentrale, μπορεί να χαρακτηρίζεται και ένας Κεντρικός Αγοραστικός Όμιλος (Centrale di Acquisto) μεγάλου μεγέθους (π.χ. ο αγοραστικός όμιλος ESD συχνά αναφέρεται και ως Supercentrale).

Επισημαίνεται ότι, ο τομέας των προμηθειών των αλυσίδων supermarket στην Ιταλία είναι εξαιρετικά δυναμικός και μεταβάλλεται συχνά η σύνθεση του, καθώς πραγματοποιούνται συνεχείς μετακινήσεις από τον έναν όμιλο στον άλλο, εξαγορές και συγχωνεύσεις επιχειρήσεων. Χαρακτηρίζεται δε, από την τάση των επιχειρήσεων να συγκεντρώνονται σε μεγαλύτερους ομίλους.

Η διάρθρωση των προμηθειών των διαφόρων ομίλων είναι διαφορετική και εξαιρετικά περίπλοκη. Συνοψίζοντας, σε γενικές γραμμές, ακολουθούνται παράλληλα τρεις διαφορετικοί τρόποι προμήθειας, ανάλογα με το προϊόν :

- μέσω των Κεντρικών Αγοραστικών Ομίλων (centrale di acquisto)
- μέσω των Οργανωμένων Δικτύων-Οργανωμένων/ Συνδεδεμένων Διανομεων (Distribuzione Organizzata- Associata –DO/DA)
- αυτόνομα

Παράδειγμα αποτελούν οι όμιλοι Selex και Sun που ανήκουν και οι δύο στην Κεντρική Υπεραγορά ESD Italia. Στον όμιλο Selex, ο ενδιαφερόμενος προμηθευτής θα πρέπει να επικοινωνήσει απευθείας με τους αγοραστές (buyer), ενώ στον όμιλο Sun, θα πρέπει να επικοινωνήσει με τους αγοραστές (buyer) της κάθε εταιρείας/μέλους του ομίλου Sun.

Γ. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΜΕΓΕΘΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Τα καταστήματα διακρίνονται ανάλογα με το μέγεθος τους:

- Hypermarket, με εμβαδό άνω των 2.500 τ.μ.
- Supermarket, με εμβαδό άνω των 400 τ.μ.
- Libero Servizio (μίνι μάρκετ), με εμβαδό 100-400 τ.μ.
- Discount, καταστήματα χαμηλού κόστους με εμβαδό συνήθως 200 -1.000 τ.μ.

Στον παρακάτω πίνακα 1, αποτυπώνεται ο συνολικός αριθμός καταστημάτων ανά κατηγορία, καθώς και το μερίδιο αγοράς τους, επί του συνόλου των πωλήσεων του κλάδου των καταστημάτων λιανικής πώλησης ειδών ευρείας κατανάλωσης (στοιχεία Φεβρουαρίου 2020). Επισημαίνεται ότι το 41,90% των πωλήσεων πραγματοποιείται από τα Supermarket.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.

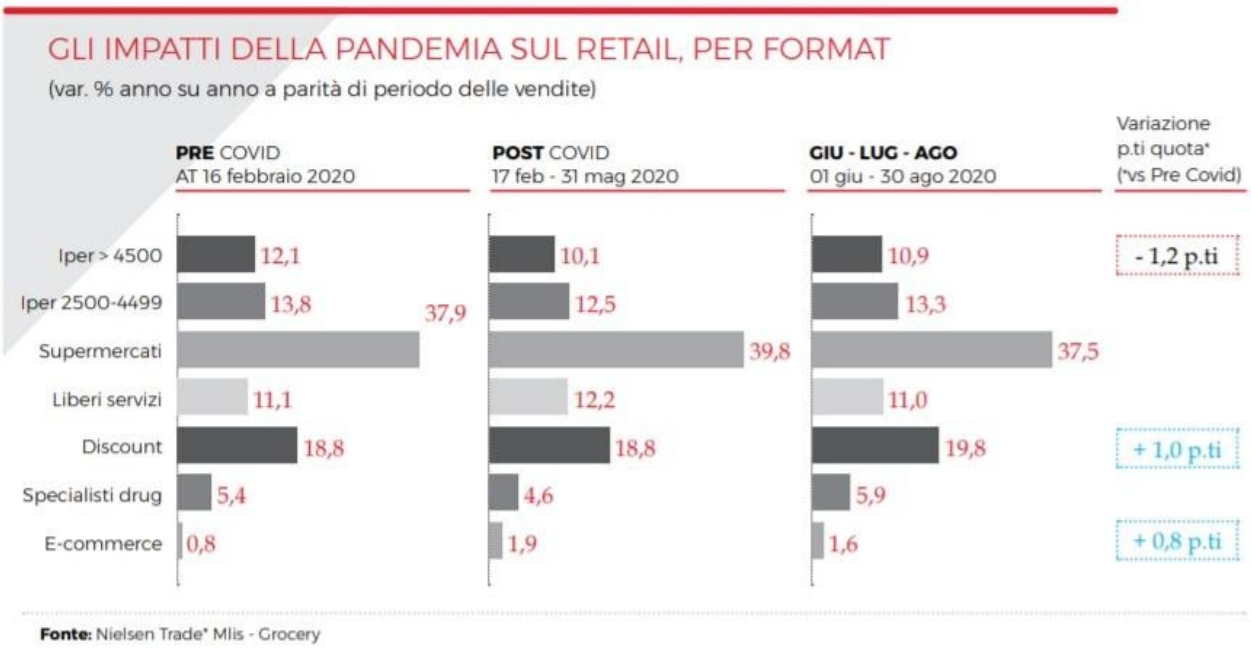
Κατηγορία	**αρ. καταστημάτων**	**% Πωλήσεων**
Hypermarket	913	29,00
Supermarket	8.197	41,90
Libero servizio	11.149	9,10
Discount	5.275	20,00
ΣΥΝΟΛΟ	**25.534**	**100,00**

Η έλευση της πανδημίας COVID-19 στα τέλη Φεβρουαρίου 2020, οδήγησε σε μικρή ανακατανομή των μεριδίων αγοράς ανά κατηγορία καταστημάτων, γεγονός που προκλήθηκε κυρίως από την αλλαγή της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών.

Στον παρακάτω πίνακα 2, απεικονίζονται οι επιπτώσεις της πανδημίας στις πωλήσεις των καταστημάτων λιανικής πώλησης προϊόντων ευρείας κατανάλωσης, ανάλογα με το μέγεθος τους. Παρατηρείται δε, ότι στην μετά covid περίοδο Ιουνίου-Αυγούστου 2020 μειώθηκε το μερίδιο αγοράς των Hypermarket κατά

- 1,2 % σε σχέση με την pro Covid περίοδο (Φεβρουάριος 2020) ενώ παράλληλα αυξήθηκε το μερίδιο αγοράς των discount και των e-shop κατά +1% και + 0,8% αντίστοιχα. Τα ανωτέρω στοιχεία αποτυπώνουν την μετακίνηση αριθμού καταναλωτών από τα Hypermarket προς τα discount και στα αμιγώς ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shop π.χ. amazon food).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.



Δ. ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΟΜΙΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Οι πιο σημαντικοί όμιλοι επιχειρήσεων του κλάδου είναι:

1. **Conad** (μερίδιο αγοράς 13,2%). Μέλος του Κεντρικού Αγοραστικού Ομίλου **Conad-Finiper**, που κατέχει με τη σειρά του μερίδιο αγοράς 15,4% . Διαθέτει 3.149 καταστήματα σε όλη την επικράτεια και 56.005 εργαζομένους . Ο κύκλος εργασιών το 2019 ανήλθε σε € 14,3 δις.
2. **Coop** (μερίδιο αγοράς 12,2%). Παρουσία στις περιφέρειες: Piemonte, Liguria, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Emilia-Romagna, Toscana, Marche, Umbria, Abruzzo, Lazio, Campania, Puglia, Basilicata, Sicilia. Διαθέτει 2.120 καταστήματα και 58.900 εργαζόμενους. Ο κύκλος εργασιών το 2019 ανήλθε σε € 13,4 δις.
3. **Selex** (μερίδιο αγοράς 9,8%). Μέλος της Κεντρικής Υπεραγοράς **ESD Italia**, που περιλαμβάνει και τους ομίλους Agorà, SUN και Aspiag και κατέχει 18,1% μερίδιο αγοράς. Έχει παρουσία σε όλη την επικράτεια με 2.334 καταστήματα και πάνω από 31.000 εργαζόμενους. Ο κύκλος εργασιών το 2019 ανήλθε σε € 11,5 δις.

4. **Esselunga** (μερίδιο αγοράς 8,6%). Διαθέτει 159 καταστήματα σε: Piemonte, Lombardia, Liguria, Veneto, Emilia-Romagna, Toscana, Lazio και απασχολεί περίπου 23.500 εργαζόμενους. Ο κύκλος εργασιών το 2019 ανήλθε σε € 8,14 δις.

5. **Gruppo Vegé** (μερίδιο αγοράς 7,3%). Μέλος της Κεντρικής Υπεραγοράς **Aicube**, στην οποία συμμετέχουν επίσης η Carrefour, Pam (μέχρι το τέλος του 2020), Despar Servizi e CDS Spa, με μερίδιο αγοράς 17,5%. Δραστηριοποιείται στις περιφέρειες: Lombardia, Liguria, Veneto, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Abruzzo, Lazio, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia και Sardegna με 3.528 καταστήματα. Κατέγραψε κύκλο εργασιών € 7,48 δις το 2019 και εκτιμάται ότι το 2020 θα ανέλθει στα € 11 δις .
6. **Eurospin** (μερίδιο αγοράς 7%). Ιταλική αλυσίδα discount με 1.150 σημεία πώλησης σε όλη την επικράτεια .

7. Lidl Italia (μερίδιο αγοράς 4,9%). Δραστηριοποιείται στις: Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Liguria, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Marche, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Abruzzo, Lazio, Molise, Campania, Calabria, Puglia, Sicilia, Sardegna με 650 σημεία πώλησης και περίπου 16.500 εργαζόμενους. Ο κύκλος εργασιών το 2018 ανήλθε στα € 4,7 δις . Ο όμιλος Lidl έχει παρουσία σε 32 χώρες, με πάνω από 10.800 σημεία πώλησης και 287.000 υπαλλήλους.

Ε. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Οι Έλληνες εξαγωγείς τροφίμων και ειδών ευρείας κατανάλωσης (μεταποιημένων ή μη) θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους τα ακόλουθα:

- Η αγορά της Ιταλίας είναι κατακερματισμένη και αποτελείται από μεγάλο αριθμό αλυσίδων super market, τα οποία έχουν παρουσία σε ορισμένες περιφέρειες και όχι σε όλη την επικράτεια. Η είσοδος ενός προϊόντος σε μία αλυσίδα supermarket δεν σημαίνει αυτόματα είσοδο σε ολόκληρη την εγχώρια αγορά.

- Οι καταναλωτικές συνήθειες των Ιταλών διαφοροποιούνται ανά Περιφέρεια. Οι διαφοροποιήσεις αυτές σε μερικές περιπτώσεις είναι πολύ μεγάλες ως αποτέλεσμα της διαφορετικής κουλτούρας, της γεωγραφικής θέσης και του κλίματος.

- Η συνεργασία με χονδρεμπόρους, ή μεσίτες, ή διανομείς, ή αντιπροσώπους είναι απαραίτητη προκειμένου να εισέλθουν στην αγορά της Ιταλίας τα ελληνικά προϊόντα. Ο εισαγωγέας διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην επίλυση τυχόν προβλημάτων.

- Οι όροι και η διάρκεια της σχέσης μεταξύ του ε/εξαγωγέα και του ι/εισαγωγέα συνήθως καθορίζονται με σύμβαση.

- Ο εξαγωγέας θα πρέπει να είναι προετοιμασμένος να ξεκινήσει την συνεργασία με την αποστολή μικρών παραγγελιών, που μπορεί να διαρκέσει αρκετούς μήνες πριν εδραιωθεί στην αγορά.

- Οι Ιταλοί εισαγωγείς δίνουν μεγάλη σημασία στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης προκειμένου να προχωρήσει η επιχειρηματική σχέση
- Η συμμετοχή σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις προσφέρει μια καλή ευκαιρία να κατανοήσουν την ιταλική αγορά και να συναντήσουν πιθανούς Ιταλούς εισαγωγείς ή διανομείς. Για όσους εξαγωγείς ενδιαφέρονται να προωθήσουν προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας (Private Label) θα πρέπει να εξετάσουν το ενδεχόμενο συμμετοχής ή επίσκεψης στην ετήσια έκθεση MARCA, η οποία διοργανώνεται στην Μπολόνια και αποτελεί πόλο έλξης αγοραστών των μεγάλων ομίλων σούπερ μάρκετ, εκπροσώπων των αγοραστικών ομίλων και μεγάλων διανομέων και παραγωγών.

ΚΑΜΠΟΥΡΟΓΛΟΥ