



## Seicentocinquanta miliardi ancora non spesi — E il Piano mercati rimane ad oggi ancora sulla carta

**Q**ual è lo stato di salute del commercio all'ingrosso? Gli ultimi dati resi noti dal ministero dell'Industria, del Commercio e dell'artigianato, un'anticipazione dell'annuale pubblicazione *Caratteri strutturali del sistema distributivo in Italia 1991* di prossima pubblicazione, dicono che il totale degli esercizi ammonta a 126.683 (124.512 nel 1989) di cui 36.963 (37.223 due anni fa) nel settore alimentare, con una conferma della tendenza al calo iniziata già l'anno precedente, e 89.720 (87.319 nell'89) in quello non alimentare, che continua invece a crescere. Al di là delle cifre, c'è da dire che il settore registra notevoli ritardi nei processi di riorganizzazione e ammodernamento. La legge 41 del 1986, che stanziava 1.000 miliardi per la realizzazione del Piano mercati e per il finanziamento dei centri commerciali all'ingrosso, è rimasta per una buona metà sulla carta. «A tutt'oggi», dice Giovanni Cacioli, segretario nazionale dell'Assogrossisti-Confesercenti — dei 550 miliardi previsti inizialmente, cui vanno aggiunti i 100 miliardi di rifinanziamento del 1987, non è stata ancora spesa una lira. Ci sono, però, buone speranze per il prossimo futuro, in quanto i decreti d'esecuzione sono pronti presso la Corte dei conti ed è auspicabile, quindi, che il Piano mercati possa partire presto.

Di serie realizzazioni in questo settore dei mercati generali si sente tutta la necessità e urgenza. Da un lato, infatti, si assiste al decadimento e al degrado di alcune strutture per giunta inserite in contesti urbani inadatti e, dall'altro, sopravvive una mannaia di complessi inefficienti e

di scarsa rilevanza sul mercato. Un'apposita commissione istituita presso il ministero dell'Industria ha già elaborato il Piano mercati, che prevede l'istituzione di 10-12 mercati di interesse nazionale, 15 di interesse regionale e, infine, 20 di interesse provinciale. «Il piano è buono», prosegue Cacioli — perché nella sua redazione non sono stati seguiti criteri statici, bensì dinamici. Non ci si è limitati a fotografare l'esistente, ma si sono seguiti criteri di oggettività: quantità di prodotto ortofruttilicolo movimentato, potenzialità di sviluppo dei mercati, rapporti con la produzione locale, dimensione della funzione redistributiva, livello di attività di importazione ed esportazione, specializzazione e dimensione aziendale riferita alla quantità di prodotto trattato, altre merceologie presenti oltre a quelle ortofruttilicole».

In generale, per quanto riguarda i centri commerciali all'ingrosso, l'Italia mostra un forte ritardo: le prime realizzazioni risalgono, infatti, agli anni '70, dieci anni dopo rispetto ad altri paesi europei. Nel corso degli anni '80, però, si è assistito a un forte incremento legato alla necessità di trovare risposte adeguate e razionali alla movimentazione delle merci e per garantire servizi qualitativamente più avanzati alla clientela. Il ruolo del grossista è andato trasformandosi da semplice intermediario a fornitore di servizi sia alle industrie sia ai dettaglianti. Sempre più, quindi, deve e dovrà essere in grado di anticipare i cambiamenti, esseme parte e influenzare gli indirizzi futuri.

Per risolvere convenientemente i problemi legati allo stoccaggio, alla movimentazione e alla introduzione

di nuove tecnologie (automatizzazione dei depositi merci, moneta elettronica e carte di credito), all'organizzazione dei magazzini e dello spazio di vendita, all'esigenza di trovare ampi spazi per risolvere questioni di viabilità e parcheggio sono sorti centri commerciali all'ingrosso che hanno in parte beneficiato dei 450 miliardi previsti dalla legge 41 del 1986.

Tra i più importanti per ampiezza e fama si contano il Girasole di Laciarella (Milano), il Centergross di Bologna e il Cis di Nola (Napoli). Il Girasole copre una superficie complessiva di 650.000 metri quadrati dove operano 150 aziende del settore tessile e abbigliamento e accessori, biancheria per la casa, intimo, pellicceria, abiti da sposa, bigiotteria, offre servizi nel settore marketing e un buyer office per i clienti esteri. Al Centergross che dispone di un'area di 956.000 metri quadrati di cui 80.000 destinati a parcheggio e 150.000 a piazzali merci — sono presenti i più svariati servizi: banche, uffici postali, bar, ristoranti, agenzie di viaggio, compagnie di assicurazione. Il Cis di Nola — sviluppato su una superficie di 600.000 metri quadrati, di cui 77.000 di verde attrezzato e 133.000 di parcheggio — vede la presenza di numerosi settori merceologici (tessile, abbigliamento, profumeria, ferramenta). Gli operatori hanno a disposizione menserie, sale per esposizioni e convegni, banche e uffici postali. Per dare ulteriore impulso al settore è stato presentato dal ministro dell'Industria, Guido Bodrato, un disegno di legge, attualmente all'esame del Senato, che prevede ulteriori risorse per il commercio all'ingrosso.

□ P.V.

## Unioni volontarie: verso il traguardo dei 20 mila miliardi

**O**ccupano una posizione di tutto rispetto nel panorama della distribuzione organizzata. Sono le otto unioni volontarie A.O. Selez. C3 De Spar, Geo, Gigli, Italiane, Univo, Vigé che aderiscono alla FederCom (Federazione Commercianti) (Federazione commercianti associati moderni) costituita nel 1985 dopo lo scioglimento della precedente struttura di

rappresentanza del settore. Le unioni volontarie esprimono, nel panorama distributivo europeo, una peculiarità tutta italiana: si tratta infatti di associazioni in cui grossisti e dettaglianti si accordano per organizzare in comune produzione, acquisti e vendite. Nel mercato, quindi, vengono a posizionarsi a cavalletto tra le grandi strutture di vendita e i piccoli esercizi commerciali.

Le otto organizzazioni socio della FederCom rappresentano oggi con il loro fatturato complessivo 1990 di 18.500 miliardi il 13% del mercato alimentare italiano su una spesa nazionale valutata in 145.000 miliardi e si prevede che per il 1991 il giro d'affari supererà il traguardo dei 20.000 miliardi. Questi gruppi commerciali sono presenti in ogni

forma e formula distributiva, all'ingrosso e al dettaglio, per un totale di oltre 11.000 punti vendita diffusi su tutto il territorio nazionale e occupano 70.000 addetti, 4.500 dei quali assenti nel corso del 1990.

Le unioni volontarie hanno contribuito in questi anni, più di ogni altro comparto commerciale, a una crescita del sistema distributivo italiano, portando i vantaggi della moderna distribuzione anche nelle piccole città, di scarso interesse e attrazione per la grande distribuzione.

Le imprese socio delle unioni volontarie ammontano a 276 e operano prevalentemente nella distribuzione di prodotti alimentari, anche se è stato avviato recentemente un piano di espansione verso i principali settori non food comprendenti prodotti di largo consumo. I punti vendita sono così ripartiti: 55 ipermercati oltre i 2.500 metri quadrati (corrispondenti al 38% del totale



### MERCATI AGRO-ALIMENTARI GRADUATORIA FINALE

Spese annesse (lit. 1000) Spese dichiarate (lit. 1000)

NAZIONALI CENTRO/NORD		
Milano	177.456.000	181.870.000
Bologna	198.752.824	310.054.000
Roma	199.721.400	512.051.284
Torino	178.100.046	266.566.354
Verona	162.232.673	283.490.300

MEZZOGIORNO		
Fondi	379.54650	105.157.000
Catania	165.075.627	318.900.000
Napoli	141.723.809	326.425.081

REGIONALI CENTRO/NORD		
Padova	33.087.344	33.087.344
Rimini	56.989.967	121.325.000
Pordenone	26.536.651	26.536.651
Brescia	36.460.100	36.861.000

MEZZOGIORNO		
S. Benedetto D/T	39.931.558	77.776.000
Palermo	66.540.852	211.000.000
Bari	65.679.969	130.032.172
Cosenza	37.83.576	80.649.003
Catanzaro	49.627.801	50.340.000
Messina	54.353.874	115.720.000
Fasano	30.991.632	32.207.000
Pescara	52.878.157	103.539.157

PROVINCIALI CENTRO/NORD		
Belluno	14.286.540	14.286.540
Parma	39.744.171	111.683.191
Arezzo	13.085.091	75.000.000
Crema	19.191.257	56.088.400
Viterbo	32.670.636	39.720.509
Macerata	22.897.875	22.897.875
Cuneo	58.859.930	84.897.000
Modena	15.039.547	26.675.705
Vignola	6.444.852	7.774.000
Sermide	24.559.205	45.000.000

MEZZOGIORNO		
Reggio Calabria	69.636.968	125.880.000
Fasano	31.971.646	35.240.000
Piano di Sorrento	6.658.311	53.760.000
Latina	31.461.334	31.556.550
Salerno	40.585.221	51.150.000
Benevento	9.899.178	16.048.141
Nuoro	11.087.720	35.171.857
Oristano	9.413.848	12.569.000

Fonte: ministero dell'Industria

nazionale), 1.432 supermercati (40%), 3.465 superette (45%), 6.075 negozi di prossimità e 210 cash and carry (7%).

Quali sono le prospettive di sviluppo per il mondo dell'associazionismo commerciale?

«Il quadro distributivo», dice Riccardo Garosci, direttore della FederCom — sta cambiando velocemente. È arrivato il momento di scelte orientate in chiave moderna. La concorrenza accelera i processi di ammodernamento e innovazioni che obbligano i commercianti a essere più professionali. Un supporto in questa direzione è offerto dalle realizzazioni legate all'informatica applicata. Noi della FederCom, inoltre, guardiamo con molto interesse ai centri commerciali extraurbani, una formula distributiva innovativa in grado di offrire contemporaneamente al consumatore servizi e più punti vendita specializzati e no».

□ P.V.

## Il Conad ha un giro d'affari di 2.000 miliardi — Dal monte spunta la «margherita» dei piccoli negozi

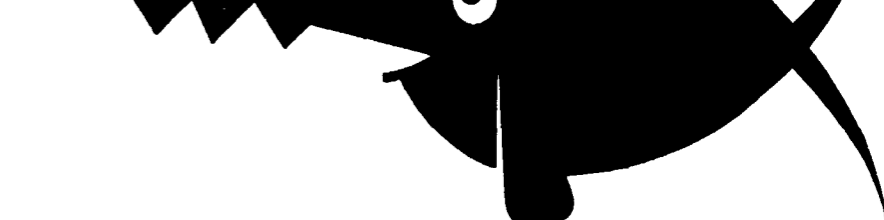
**I**l giro d'affari del Conad nel 1989 è stato di 1.902 miliardi e nel '90 di poco più di 2.000 miliardi, con una variazione di circa il 19,94 per cento

Il piano di sviluppo della rete del sistema Conad va in tre diverse direzioni. Per il canale «Planeta», dopo le due aperture del '90 di Modena (5.500 mq) e Roma (4.100 mq) per il triennio '91-'93 sono previsti altri 12 ipermercati in varie province italiane. La formula per gli ipermercati «Planeta» rappresenta l'asse principale di sviluppo Conad. La scelta è quella di realizzare una serie di ipermercati di medie dimensioni inseriti in centri commerciali importanti.

### Nel 1988 312mila esercizi alimentari al dettaglio

Il progetto «Margherita», forse il più pubblicizzato finora, dopo il successo dello scorso anno, nel corso del quale sono sorti 1.018 negozi, prevede di superare la quota di 1.300 punti vendita entro la fine dell'anno. La «formula Conad» per il piccolo dettaglio della «Margherita» prevede negozi con superficie da 70 a 200 mq, comodi e vicini alle case, con un servizio veloce, prodotti genuini, freschi, e servizi aggiuntivi come la «spesa a domicilio». Viene privilegiato il rapporto diretto e quotidiano consumatore, dettagliante e inserimento agevole nel tessuto urbano.

Il fatturato medio di un negozio «Margherita» varia dai 400 ai 1.500 milioni e questa formula è stata studiata per il socio imprenditore, con una gestione familiare, in un segmento distributivo che detiene ancora una forte incidenza sulla quo-



## Come cambiano i consumi nazionali — Il pesce è il più amato dagli italiani

PATRIZIA ROMAGNOLI

Il pesce è tra i cibi più amati dagli italiani: nella graduatoria dei consumi emergenti è senza dubbio quello che raggiunge il primo posto, con un incremento di oltre il trenta per cento rispetto a dieci anni fa. I consumi cambiano, in funzione delle modifiche demografiche — i bambini non nascono quasi più — dell'allungamento della vita media, e del lento ma inesorabile cambiamento dei gusti, complice in questo caso la proposta dell'industria alimentare. La scelta degli italiani è quella di privilegiare i cibi «naturali», o ritenuti tali: frutta, ortaggi, formaggi. Crescono anche i consumi di carne, ma in questo caso il dato va analizzato più a fondo. L'olio d'oliva e anche il caffè. I motivi di questi cambiamenti — che comprendono anche le voci «in discesa», come il vino, in caduta verticale, e lo zucchero — vanno ricercati anzitutto nella struttura demografica dell'Italia. Un paese dove anzitutto si nasce di meno e poi si campeggia di più. Corollario importante, dove sempre più ci si separa, o si divorzia che di si voglia, e quindi si finisce per vivere soli, per periodi più o meno lunghi. Cominciamo con qualche numero: dal 1984 il tasso di fecondità si è più che dimezzato sino a giungere all'attuale 1,29. Ciò significa circa un figlio e mezzo per ogni donna, con un due che è il punto di parità che ne corre, e ce ne correrebbe anche di più se si lasciasse fare alle coppie di Liguria, Friuli ed Emilia Romagna, che non arrivano nemmeno a uno. Per ora di questo calo non ce ne accorgiamo, dal momento che crescono le

aspettative di vita, fino 79,2 anni per le donne e 72,6 per gli uomini. Ma cambiano anche il livello culturale e il grado di benessere della gente. Non è più semplice pane, ma sono brioches. E non certo per parafarsa. Maria Antonietta durante la rivoluzione francese: le brioches a colazione le consumano il 7,5 per cento degli italiani, secondo una recente

rapporto dell'Ismea sul cambiamento dei consumi. Secondo l'indagine, la maggior parte della gente, escluse le grandi città, torna a casa per il pranzo. Mangia pasta asciutta, ma gli anziani preferiscono il riso. A cena, si scelgono formaggi e salumi, ma anche le uova, vanamente confezionate, vanno fortissimo.

A livello generale, sulla base dei cambiamenti demografici in atto, si può prevedere una prossima «meridionalizzazione» dei consumi: più pasta e meno riso, più pesce e carne specie suina e così via. D'altra parte, a fronte di un Meridione che guadagna 1.100.000 abitanti, troviamo un Nord che perde 700.000 residenti. Dal punto di vista economico, si profila un calo nella spesa alimentare, visto che al Sud la spesa pro capite è inferiore alla media nazionale del 23%. Inferiorità particolarmente marcate sono rilevabili in

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

ta dei consumi in Italia. La vera novità del '91 è però quella relativa al «convenience store» quei self service «di comodità» con orario allungato e offerta di generi di prima necessità situati prevalentemente presso le stazioni di servizio. La Conad ha infatti stipulato un accordo con la Esso che prevede la costruzione di negozi di

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente

operatori cosiddetti «sku» cioè caratterizzati da un'impresa e da un contratto sulle unità locali, e distribuita (Conad, Cratigé, Despar) cioè i gruppi d'acquisto» e di «volontarie» che possiedono tenistiche di entrambe le quadri sono difficilmente