

Sviluppando la grande distribuzione i prezzi alimentari calerebbero del 10%, positive le ricadute sull'occupazione

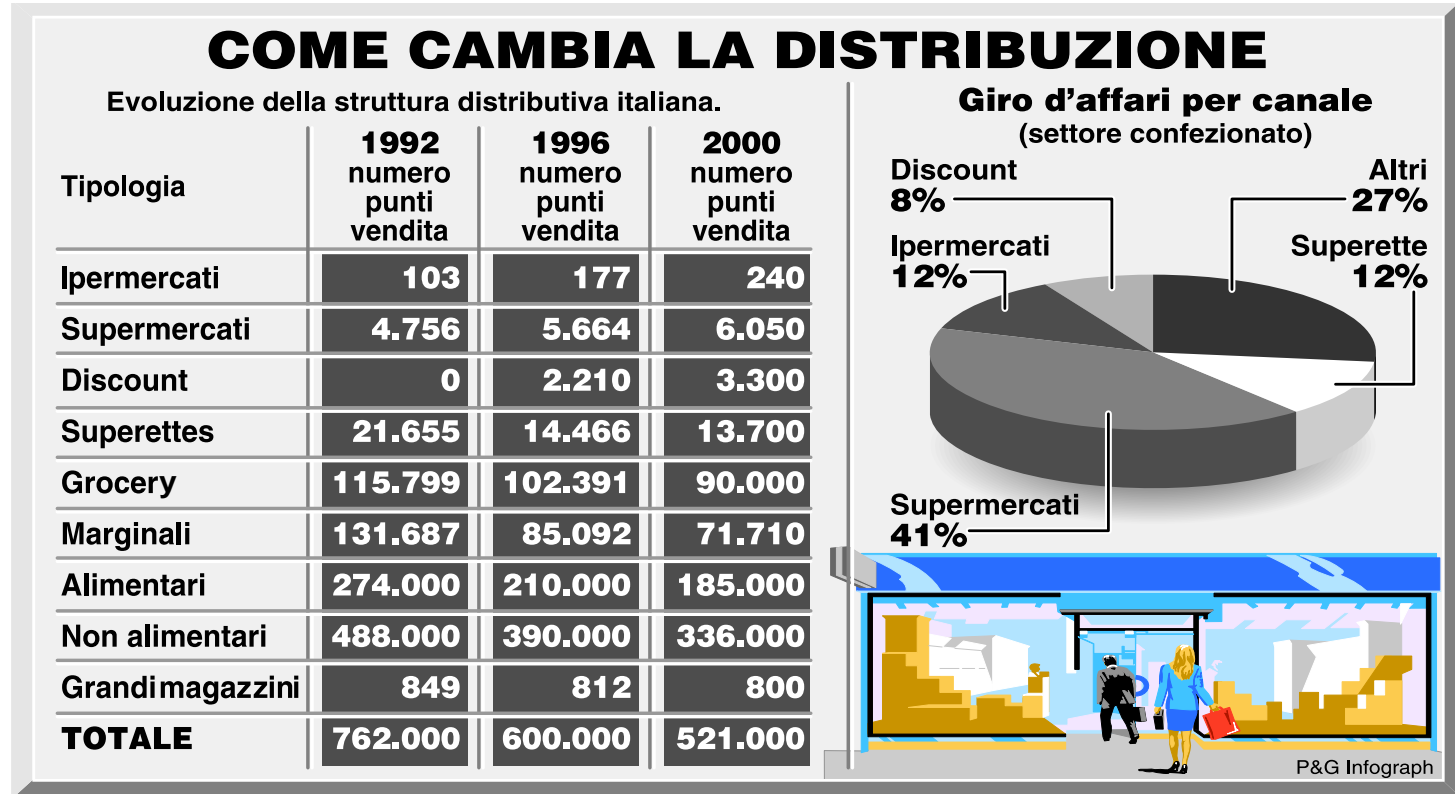
Ipermercati, l'Italia ancora indietro Ma il grande shopping è degli stranieri

Assorbita la scossa data qualche anno fa al mercato dagli «hard discount»: ne resteranno in piedi pochi e qualificati. Dopo l'intesa tra Rinascente e Auchan, da Francia e Germania i concorrenti preparano l'invasione, come già avvenuto in Spagna.

C'è voluto l'accordo tra il colosso francese Auchan e la Rinascente per riportare l'attenzione su un settore cruciale per la modernizzazione dell'economia e della società italiana: il sistema distributivo. Via via che perde la sua caratteristica tradizionale di pura intermediazione tra produttori e consumatori si va concentrando il numero degli operatori, ci si accorge che il commercio assume un ruolo fondamentale per gli equilibri economici. Ma soprattutto fa emergere la grande debolezza strutturale che esso ha in Italia. Troppi negozi e troppo piccoli, protetti da una legislazione vincolistica che ha frenato l'innovazione e la crescita di gruppi nazionali in grado di competere a livello europeo.

Una prima scossa al mercato l'aveva data qualche anno fa l'arrivo degli *hard discount*, anche se ora stanno subendo una battuta d'arresto ed è in atto un processo di riorganizzazione che stabilizzerà la loro presenza a poche grandi insegne. La grande distribuzione ha reagito, puntando su iper e supermercati che hanno conquistato spazi crescenti, ma restando ben al di sotto delle quote che caratterizzano gli altri paesi più avanzati. Del resto, basta sfogliare il «Libro Verde» sul commercio elaborato dall'Unione europea per verificare come l'Italia sia in assoluto tra gli ultimi paesi per quanto riguarda l'evoluzione e modernizzazione della rete distributiva. Nel '94 le sei principali catene alimentari in ciascuno stato assorbivano il 57% del mercato in Germania, il 67% in Francia, il 35% in Spagna, il 39% in Grecia e appena il 28% in Italia. Così l'Italia ha il maggior numero di imprese commerciali sia all'ingrosso che al minuto di tutta la Ue. Spesso peraltro si accusa la grande distribuzione di distruggere occupazione facendo chiudere i piccoli negozi.

E l'Italia, che sul piano della rete distributiva non è riuscita a diventare europea con le proprie forze, ora rischia di esservi trascinata dai grandi gruppi che scendono in Italia a fare *shopping*. Una delle ragioni della debolezza della nostra imprenditoria commerciale dipende dal fatto che, a parte Coop e Conad, le maggiori catene, da Rinascente a Standa, a Gs, sono controllate da conglomerate che non hanno la distribuzione come *core business*, ma in funzione dei flussi di cassa che garantiscono. I vincoli legislativi hanno pesato, ma, sostiene il professor Luca Pellegrini del Cescom della Bocconi, è anche vero che «nessun gruppo distributivo italiano sembra avere il coraggio di crescere. Il problema non sono i soldi. Quelli si trovano, basta andare in Borsa. Certo bisogna mettersi in discussione, esporre. Se non si fa così non si cresce. E allora resta solo la strada di farsi comprare». Da chi se non dai gruppi stranieri? Filippo Genzini, direttore di Iri-Infocam, società di ricerca Usa da diversi anni operante nel nostro Paese è convinto che in



stato il governatore della Banca d'Italia Antonio Fazio a richiamare l'attenzione sul fatto che «la nostra struttura produttiva e distributiva risente di comportamenti tendenzialmente inflazionistici» proprio per un insufficiente grado di concorrenza. Uno studio della Boston Consulting, evidenzia che se l'Italia raggiungesse una quota di distribuzione moderna di 200/220 metri quadri per mille abitanti (oggi siamo a 130 mq), cioè più o meno come Francia e Germania, si otterrebbe, «a parità di consumi, una diminuzione dei prezzi alimentari del 10%».

Questa situazione delle nostre imprese di distribuzione «sono esposte all'offensiva dei grandi gruppi stranieri che guardano all'Italia come area di possibile espansione». È già successo negli anni scorsi in Spagna. Secondo alcuni del resto l'accordo Rinascente-Auchan, che ora è 51% a 49%, si tradurrà inevitabilmente in un passaggio del controllo ai francesi, che hanno una forza maggiore. Ma soprattutto, dice Oddone Pattini di Coop, «il salto di qualità compiuto con questo accordo consiste nel fatto che i francesi hanno *know ow* molto forte per quanto riguarda gli ipermercati, che è poi quello che ha le maggiori prospettive di crescita. Non a caso la loro società avrà la leadership in questo canale e punterà tra l'altro ad aumentare la dimensione».

Questa operazione com'è ovvio ha scatenato gli altri concorrenti di Auchan, sia francesi che tedeschi. Tant'è che un altro grosso operatore d'Oltralpe, Promodès, già presente in Italia con gli ipermercati Continente e avendo acquisito il gruppo Garosci, si prepara a nuove operazioni. Si fa il nome di Gs, oggi in mano alla cordata Benetton-Del Vecchio, che, con i suoi 5 mila miliardi, ha bisogno di crescere rapidamente se vuol avere qualche *chances* competitiva. Ed è pensabile che Carrefour resti fermo? E i tedeschi di Tengelmann e di Rewe che hanno acquisito l'austriaca Billa, che possiede già una catena in Veneto. E quelli di Metro che hanno già più di un piede in Italia attraverso una importante catena di Hi-Fi come Media World e di computer come Vobis. Secondo Pattini, infatti il problema dell'«invasione straniera» è le-

gato ancor più che all'alimentare all'extralimentare. La stessa Auchan controlla una rete di punti vendita per il bricolage, Leroy Merlin che potrebbe certo sposarsi con i Bricocenter di Rinascente; ha Decathlon per lo sport e Klabby per l'abbigliamento. Sono le grandi superfici specializzate, che i tecnici chiamano non a caso category kil-

Da «iper» a «superette» I nomi della distribuzione

Ipermercati, supermercati, discount, superettes. Luoghi ben noti ai consumatori nordamericani ed europei, questi «templi» della spesa moderna sono arrivati piuttosto tardi in Italia dove sono ancora semiconosciuti o quasi. Eppure, come tutte le previsioni stanno ad indicare, sono destinati ad affermarsi in fretta. Il negozio sotto casa non scomparirà di certo, ma sarà destinato, oltre a ridursi nel numero, a trasformarsi in fretta diventando una specie di boutique specializzata, una «grocery», dove sarà possibile trovare questa o quella specialità o magari fare la spesa quando serve all'improvviso, anche negli orari più strani. Non a caso in Canada li chiamano «depanneur», quelli che traggono d'impaccio e sono aperti anche di notte. Il panorama dei consumi sarà però riscritto soprattutto dagli «ipermercati». Si tratta di superfici di vendita enormi, in genere alla periferia delle città, dove si va per passare il tempo oltre che a far la spesa. Accanto ad una notevole quantità di negozi, dall'alimentare all'abbigliamento, negli «shopping center» si possono infatti trovare bar, ristoranti e magari anche un cinema. Molto diversi, insomma, dai «vecchi supermercati», caratterizzati soprattutto del fatto di essere un unico, grande punto vendita fornito di un po' di tutto. Sono copiatissimi dagli «hard discount»: anch'essi offrono di tutto, ma sugli scaffali non si trovano marchi di prima scelta ma etichette anonime e magari per far la spesa è necessario portarsi via interi scatoloni. Ma, almeno, si risparmia. Ma non dimenticare le «superettes», negozi di quartiere un po' più grandi e forniti di quelli tradizionali. E questi ultimi? Resisteranno, ma saranno destinati a diventare sempre più «marginali».

Walter Dondi

W.D.

Finzi, sociologo

«Il potere l'hanno preso i consumatori»

ROMA Enrico Finzi, sociologo e presidente di Demoskoepa, è uno dei più attenti osservatori del sistema distributivo e soprattutto degli orientamenti dei consumatori.

Cosa è cambiato nel modo di fare la spesa?

«I consumatori hanno acquisito la posizione di maggior potere».

Questo cosa significa?

«Che il consumatore non va più a fare la spesa in un solo punto di vendita. Sulla base delle sue esigenze e della convenienza, va nella superette sotto casa quando ha fretta; al supermercato perché c'è un'offerta vantaggiosa, all'iper per la spesa grossa e perché c'è la galleria commerciale che gli offre una vasta gamma di prodotti e ritrova così anche il piacere di fare la spesa. Poi va qualche volta anche al discount per alcuni prodotti per i quali ritiene fondamentale il fattore prezzo».

Insomma, è più maturo.

«Molto più esperto, furbo, sceglie canale e insegna per i vantaggi che gli procura. Attenzione, il fenomeno non riguarda solo le classi meno abbienti che devono risparmiare per necessità. Anche le classi medie sono diventate più prudenti e selettive. Il consumatore non è più facilmente manipolabile, la pubblicità ha perso efficacia. Ciò non significa che determinante sia solo il prezzo, come dimostra la fase difficile degli hard discount. Ciò che conta è il rapporto qualità/prezzo. E questo fa sì che, per la prima volta, i maggiori vantaggi li abbia oggi il consumatore, che paga meno e ottiene di più».

Che rapporto c'è fra tutto questo e le trasformazioni della rete distributiva?

«Il processo di concentrazione della rete commerciale a mio avviso è più una risposta a questo mutamento del consumatore, che una proposta che sollecita il cambiamento. È il consumatore più abile che richiede una distribuzione più qualificata: da qui la concentrazione. Che per ora interessa più il Centro-Nord che il Sud».

Questo significa la scomparsa della distribuzione tradizionale?

«Il processo di oligopolizzazione è inevitabile: sopravviveranno i migliori. Naturalmente si tratta di evitare quello che è accaduto in Francia, la desertificazione dei centri storici. Per questo occorre favorire una integrazione fra le diverse forme distributive, che hanno tutte una loro funzione. Si tratta di fare come in Emilia Romagna, dove c'è un modello equilibrato: accanto agli iper, ci sono i negozi di quartiere, quelli specializzati, i mercati ambulanti».

Vede un rischio colonizzazione da parte dei gruppi stranieri?

«Avendo scelto la globalizzazione e l'Europa non vedo perché dovremmo preoccuparci. Il consumatore ha interesse ad avere una distribuzione moderna. Se chi gliela dà è italiano o straniero, importa poco».

Tassinari, Coop Italia

«Rischiando di fare la fine della Spagna»

Vincenzo Tassinari è il presidente di Coop Italia, la centrale di acquisto delle cooperative di consumo cioè la maggiore catena nazionale di distribuzione: 13.200 miliardi di vendite nel '96, che dovrebbero salire a 14 miliardi quest'anno.

Cosa cambia con l'accordo Rinascente-Auchan?

«In sé l'operazione non è tale da sconvolgere il mercato, perché la dimensione di questo gruppo non è che aumenti tantissimo. Certo, averle alle spalle una centrale d'acquisto come quella di Auchan che vale 40 mila miliardi è un vantaggio. Da un punto di vista strategico invece rappresenta l'ingresso in maniera stabile e permanente dei gruppi stranieri in Italia. Il tanto indesiderato «modello spagnolo», ossia la conquista della distribuzione nazionale da parte di catene estere, torna di attualità anche per l'Italia. Un tema che deve essere all'attenzione di tutti: operatori commerciali, ma anche industria e legislatori».

È preoccupato dalle richieste di blocco delle licenze per le grandi superfici di vendita?

«Una riforma della rete distributiva che frena l'innovazione favorisce di fatto i gruppi stranieri. È chiaro infatti che le catene nazionali, tutte di piccola e media grandezza, con il solo sviluppo interno non riescono a raggiungere dimensioni competitive europee e quindi sono portate a vendere. E i soldi per comprare ce li hanno solo gli stranieri».

Quali scelte dovrebbero fare le catene italiane?

«Questi fatti devono stimolare ad accelerare i processi di qualificazione ed efficienza operativa».

Molte catene hanno scelto di dare vita a grandi centrali di acquisto per acquisire forza verso i produttori. È una via giusta?

«Certo è preferibile che i distributori italiani piuttosto che vendere si associno. Ma mostrare i muscoli all'industria non basta».

Lo dice come presidente dell'Ecr, Efficient consumer response, che mira a razionalizzare i rapporti tra industria?

«Con l'arrivo dei discount abbiamo avvertito i morsi del consumatore sulle inefficienze, nostre e dell'industria. Ecr ha proprio la funzione di studiare come razionalizzare i rapporti industria-distribuzione per abbattere i costi. Ebbene, è possibile ridurre i costi del 7-8%, cioè di 7-8 mila miliardi».

E Coop come pensa di affrontare il nuovo quadro competitivo?

«Il nostro obiettivo è raggiungere i 20 mila miliardi entro il Duemila. Per farlo puntiamo su iper e supermercati. Inoltre intendiamo sviluppare i rapporti di collaborazione con le altre cooperative europee, potenziando le centrali d'acquisto comuni: la Naf di Copenhagen per l'alimentare e Intergroup di Hong Kong per l'extra».

W.D.

Nel '92 l'inflazione era al 2318%, oggi è al 17%. Ma i problemi non mancano, a partire dall'enorme debito

Russia, un'economia quasi fuori pericolo

Le politiche restrittive hanno però pesantemente inciso sugli standard di vita della popolazione. E la vita media crolla.

DALLA CORRISPONDENTE

MOSCA. L'era del liberalismo sfrenato è finita in Russia, lo sanno tutti. Adesso siamo in pieno ritorno della concentrazione delle proprietà in poche (e fidate) mani. Non più di una decina di colossi finanziari - accettando lo scambio proposto dal governo, prestiti in cambio di azioni - sono diventati i veri padroni del paese. Citiamo come esempio solo la banca Onexim che possiede il più grande complesso minerario industriale, quello di platino di Norilsk, oltre il circolo polare artico.

Ma che faccia ha questa Russia, un'altra volta nuova rispetto a quella osservata negli anni '92-'94, il biennio più nero dopo la dissoluzione dell'Unione sovietica? Il governo ha annunciato che l'97 sarà l'anno della crescita, ma aveva detto la stessa cosa anche nel '96. E tuttavia, pur procedendo con una cautela estrema, molti ormai riconoscono che la grande malata Russia è fuori pericolo. Che cioè accanto a dati estremamen-

ti negativi ne vanno segnalati altri molto positivi. Soprattutto il paese viene lodato per la stabilizzazione macroeconomica, cioè tutto quanto si riferisce a crescita, moneta, inflazione e mercato finanziario. Qualcuno a Mosca parla addirittura di «miracolo», e si tratta di esperti occidentali interrogati dal quotidiano di lingua inglese «Moscow Times». I dati in verità sono impressionanti per un paese troppe volte dato persapaccato.

Cinque anni fa, subito la «terapia choc», cioè la liberalizzazione totale dei prezzi, l'inflazione raggiunse il 2318%. Nel '93 scese all'841%, nel '94 al 203%, nel '95 al 131%, nel '96 è stata del 22% e infine si prevede che alla fine del '97 sarà del 17%. Per quel che riguarda il rublo, da quando è stato instaurato il «corridoio» dentro il quale la moneta deve oscillare, non ci sono state più settimane «neri», come accade ancora nell'ottobre del '94.

Oggi il rublo è considerato stabile: per un dollaro, prima moneta di scambio in Russia, te ne danno 5700

in questi giorni. La banda di oscillazione prevede che al di sotto di 5500 non può scendere e al di sopra dei 6100 non può salire. Termini che saranno cambiati nella seconda parte dell'anno: il cambio minimo sarà di 5750, quello massimo 6350.

Un altro dato positivo sul quale puntano gli «ottimisti» è la fiducia che gli operatori di Borsa stanno dimostrando nei confronti del mercato azionario del paese. Nel mese di marzo per esempio c'è stato un vero boom: 60% in più degli affari. Certo si parla sempre di un piccolo mercato, pari a 250 miliardi di dollari; ma bisogna ricordare che si era partiti dai 50 del '95. Continuando nella lista «rossa» si fa notare che i tassi reali di interesse sono diminuiti e che nonostante il declino persistente della produzione di petrolio, dai 342 milioni di tonnellate del '93 ai 294 milioni del '96, l'eccezione commerciale del paese è una delle più alte del mondo, 20 miliardi di dollari.

Tutto ciò permette al governatore della Banca Centrale, Sergei Dubi-

lin, sostenere che è possibile nei prossimi mesi allentare la politica monetaria molto rigida da due anni a questa parte. Secondo Dubinin, l'inflazione continuerà a scendere e abbassando i tassi si spingeranno i capitali verso le imprese. O almeno si impedirà di portarli fuori dal paese secondo il ritmo di oggi, cioè da uno a due miliardi di dollari al mese. E tuttavia a molti questi sembrano ancora sogni. Come accennato nel caso della Onexim, le banche trovano più lucroso investire in operazioni politico-industriali che finanziare investimenti produttivi classici. Lo Stato d'altronde si paga tre quarti del suo deficit di bilancio con la rendita delle obbligazioni (Gko) il cui tasso annuale è adesso del 30%. Il volume delle obbligazioni è passato dal 3% del Pil nel '95 al 9% previsto per il '97.

E siamo già passati così alla lista «nera», quella che invece usano i «pessimisti» per continuare a tenere il pollice verso sul destino del paese. La Russia è indebitata fino al collo, dentro e fuori dei confini. All'estero

deve 125 miliardi di dollari, di cui va detto per onestà, solo 25 contratti dopo la fine dell'Urss. Sono però in atto altri accordi con circa 600 banche creditrici.

Nessuno dubita che il paese sia solvibile. Nell'autunno scorso la Russia ha ricevuto note favorevoli da parte di agenzie di controllo note come la Standard e Poor's e Moody's. Ma questa politica dei prestiti non può reggere senza entrate fiscali e in questo paese le tasse sul serio le pagano in pochissimi. Innanzitutto non le pagano i colossi industriali. Il Gazprom, l'ente nazionale del Gas, deve allo Stato 2,4 miliardi di dollari di arretrati. Si è conteso inoltre che l'esonerazione fiscale è pari a 32 miliardi di rubli, quanto l'ammontare dei salari che semplicemente non vengono pagati. È il problema dei problemi sociali in questo momento: i lavoratori ricevono il loro stipendio quando capita e se capita. È vero che le imprese sono generalmente incapaci di pagare i loro dipendenti perché esse stesse non vengono pagate dai loro creditori.

W.D.

Ai lavoratori piace il sindacato

ROMA. Come andrebbero le cose in Italia se Cgil, Cisl e Uil non ci fossero? Per la gran parte dei lavoratori dipendenti (il 60%) le cose andrebbero sicuramente «peggio» e solo un'esigua minoranza (l'11%) è convinta che sarebbe «meglio» abolire i sindacati. Una considerevole percentuale (il 29%) non si pone invece il problema: le cose andrebbero esattamente allo stesso modo. È il risultato di una ricerca promossa dalla Cisl dal titolo «I lavoratori dipendenti in Italia, opinioni e orientamenti». La ricerca, presentata dalla Cisl durante il Congresso confederale, ha l'obiettivo di osservare come sono mutati nel tempo gli orientamenti dei lavoratori rispetto ad alcuni temi di importanza cruciale per il sindacato. Si scopre così che per il 55% dei lavoratori dipendenti intervistati (su un totale di 1.205 interviste effettuate in 374 comuni in tutta Italia) i sindacalisti sono «più vicini alla gente» di quanto lo siano i politici (7%), e a dirlo sono soprattutto i giovani.

Maddalena Tulanti