Bancarelle e «discount» per reggere al caro-vita

Nel commercio calano vendite e occupazione
I consumatori: saldi tutto l'anno e taglio dei prezzi

■ **di Marco Tedeschi** / Milano

IL QUADRO Calano fatturato, vendite e occupazione. Si chiudono più negozi di quanti se ne aprano. I gruppi stranieri, con solo lo 0,2% delle imprese, realizzano il 16% del fatturato del settore. Sul fronte dei consumatori poi si conferma il boom dei mercati (le imprese ambulanti sono cresciute del 26% dal 2002) e la tendenza a fare acquisti in hard discount e outlet.

È questa la fotografia degli 800mila esercizi della distribuzione italiana nel 2005 scattata dal Centro studi di Confcommercio. A cui, a stretto giro di posta, hanno replicato le associazioni dei consumatori con alcune richieste: liberalizzazione dei saldi, più «vetrine delle occasioni» e prezzi tagliati di almeno il 20%.

Richieste a cui Confcommercio sembra in qualche modo aderire. Nel prevedere infatti per il 2006 «un contenuto miglioramento dal lato della domanda per consumi delle famiglie», si parla della necessità di una maggiore competizione che si giocherà mettendo «in campo tutte quelle iniziative (tagli di prezzo, promozioni) in grado di svegliare l'interesse dei consumatori, anche attraverso una riduzione dei margini».

Dal rapporto del Centro studi di Confcommercio esce un 2005 che si è chiuso per gli esercizi al dettaglio con un saldo negativo di 3.336 unità. In calo anche il numero degli occupati: 17 mila unità in meno in media (i dipendenti sono cresciuti di 92 mila unità, mentre gli indipendenti sono scesi di 109 mila).

Quanto alle vendite regge l'alimentare (+0,8%) mentre flette il comparto non food (-1,7%). Ma il fenomeno più rilevante è la conferma della tendenza alla diffusione degli hard discount e la crescita ininterrotta delle medie e grandi strutture food e non food destinata ad allargare ulteriormente la «forbice» con gli esercizi di minori dimensioni. Dal 1999, infatti, i supermercati sono aumentati di 1.615 unità, i grandi magazzini di 142 unità e gli ipermercati di 112 unità. A questo fenomeno si unisce lo sviluppo delle grandi superfici specializzate e quello dei factory outlet la cui tendenza espansiva nel nostro paese non ha conosciuto soste negli ultimi anni mostrando ancora ampi margini di crescita nel medio periodo.

«È ormai da mesi - commenta la Federconsumatori - che le famiglie preferiscono i mercatini, gli outlet e hard-discount a causa della decurtazione del 20% del loro potere d'acquisto. Infatti ad oggi con una spesa di 28 mila euro annua si acquistano prodotti che nel 2002 si compravano con 23 mila euro».

Borse in vendita in una bancarella a Roma **Foto di Maurizio Brambatti/Ansa**

I numeri delle vendite

Il quadro delle vendite per gruppi di prodotto

(variazione % sul periodo corrispondente)	2004	2005
Alimentari e bevande	–2,2	+0,8
Non alimentari	–1,7	–1,7
- Prodotti farmaceutici	+1,1	+4,9
- Abbigliamento e pellicceria	–3,1	–1,2
- Calzature, art. in cuoio e da viaggio	–3,2	–0,8
- Mobili, tessile, arredamento casa	–2,5	–2,4
- Elettrodomestici	–0,5	+0,5
- Radio, tv, registratori, informatica	+2,3	+4,3
- Foto-ottica e pellicole	+2,4	+4,8
- Casalinghi durevoli e non durevoli	–3,0	–2,1
- Utensileria per la casa e ferramenta	–3,1	–2,2
- Profumeria e cura della persona	–4,0	–1,8
- Cartoleria, libri, giornali e riviste	–3,7	–2,0
- Supp. magnetici audio-video, strum. music.	+2,7	+3,4
- Giochi, giocattoli, articoli e campeggio	–1,5	+0,7
- Altri prodotti	–3,9	–2,5
Totale	–1,7	–0,8

P&G Infograph/Unità *Fonte: elaborazione Centro Studi Confcommercio*

Mps, i fondi etici finanziano tre progetti

Monte Paschi Asset Management ha deciso di trasformare i due fondi etici Ducato Etico Fix e Ducato Etico Geo in «charity funds», con la devoluzione delle commissioni di gestione alla realizzazione di progetti di utilità sociale. Il bando 2006 si chiuderà il prossimo 31 maggio e prevede l'assegnazione fino a 75 mila euro per ciascuno di tre progetti in tre diversi settori: sviluppo socio-economico, tutela della persona e tutela ambientale. I fondi etici del gruppo, ha detto nel corso della presentazione dell'iniziativa l'ad Nicola Romito, hanno un patrimonio di circa 150 milioni.

Prende il volo il prezzo della benzina

Le compagnie trasferiscono immediatamente alle pompe gli aumenti del greggio

■ Aumenta la benzina C'era da aspettarselo dopo che il prezzo del petrolio si è messo a bruciare un record dopo l'altro. Però non ci si aspettavano rincari così repentini. Invece l'Eni ha fatto sapere che da oggi sulla rete Agip la benzina costerà 2 centesimi in più al litro, e il gasolio 3 centesimi in più. Ritocca i listini anche la Erg che porta il prezzo della verde a 1,349 euro al litro (+0,016 euro) mentre il diesel avrà un incremento di 0,028 arrivando a 1,223 euro al litro. Nel comunicare i rincari l'Eni argomenta ovviamente con il «mercato internazionale che registra una ulteriore forte crescita delle quotazioni del greggio e dei prodotti». Aggiunge che «dall'11 aprile, data della ultima variazione del listino Agip, il greggio ha fatto segnare un incremento di 3,1 dollari al barile, la benzina di 46 dollari a tonnellata ed il gasolio di 29 dollari a tonnellata». Gli «adeguamenti» del cane a sei zampe sarebbero dunque giustificati.

I consumatori non ci stanno. «Basta con le vergognose speculazioni dovute alla doppia velocità realizzata sui prezzi della benzina a causa delle variazioni di prezzo del petrolio. Siamo alla vergogna totale», sostiene Federconsumatori che riferendosi all'Agip parla di «scandalosa operazione». «Insomma, non si è avuto tempo di recepire la notizia che il petrolio ha raggiunto i 72 dollari al barile che già alla colonnina di rifornimento si registra un aumento di 2 centesimi a litro». Secondo i calcoli dell'associazione gli ultimi «ritocchi» sommati ai precedenti porteranno ad aggravi per le famiglie italiane di 232 euro. Rosario Trefiletti, presidente di Federconsumatori, chiede «che il nuovo Parlamento ed il nuovo governo aprano un'indagine su questi atteggiamenti predatori». Il Codacons teme fiammate dell'inflazione e minaccia uno «sciopero del pieno» per i prossimi ponti del 25 aprile e del primo maggio. «Negli ultimi due anni ai cittadini e alle imprese, per il solo aumento dell'Iva, sono stati sottratti oltre 2 miliardi in più a causa dei continui aumenti del petrolio - denuncia Confesercenti -. Mentre lo Stato, invece di intervenire per attenuare l'incidenza dell'Iva, ha speculato incassando le maggiorazioni». E proprio la «sterilizzazione dell'Iva sui carburanti attraverso un meccanismo di intervento sull'accise» sarebbe un'ipotesi da valutare secondo Pasquale De Vita, presidente dell'Unione Petrolifera.

fe.m.

Unicredit accordo raggiunto in Polonia

■ È stato firmato l'accordo tra il ministero del Tesoro polacco e Unicredit su Bph e Pekao. L'obiettivo dell'accordo, spiega in una nota il gruppo italiano, è assicurare che Bph rimanga una banca indipendente sul mercato polacco.

Unicredit cederà entro trenta mesi 200 filiali che opereranno sotto il marchio Bph e i servizi bancari ad esse associati a favore di una terza parte, attraverso un processo internazionale competitivo e trasparente. Le attività che non saranno cedute saranno integrate in Pekao. Unicredit si è tra l'altro impegnata a non mettere in atto alcuna riduzione del personale delle banche Pekao e Bph fino a fine marzo 2008.

Il completamento della transazione prevista dagli accordi siglati tra Unicredit e il ministero del Tesoro polacco risolverà, si precisa, ogni disputa legata all' acquisizione del controllo indiretto di Bph, con particolare riferimento ai contratti di privatizzazione relativi sia a Bph, che a Pekao.

Bph sarà costituita da 200 filiali che saranno in grado di fornire la stessa gamma di prodotti attualmente offerti dalla banca. Le filiali saranno dotate dei servizi di supporto e delle infrastrutture necessarie per condurre la propria attività (It, back office e altri servizi correlati), per agevolare il mantenimento di una adeguata attività bancaria, che includerà anche i diritti relativi al marchio e alla denominazione sociale Bph.

I 200 sportelli da cedere saranno selezionati tra quelli esistenti di Pekao e Bph. Il principale criterio che Unicredit adotterà nella selezione sarà il grado di sovrapposizione in termini di distribuzione geografica.

Dall'impegno a non ridurre il personale preso dal gruppo di Piazza Cordusio, restano esclusi gli accordi già raggiunti nel giugno 2004 tra Bph e le organizzazioni sindacali e il possibile trasferimento tra le due banche.

SINDACATI IN ALLARME

Alitalia, primi tre mesi sotto le previsioni

■ / Milano

DELUSI Sono stati peggiori del previsto i primi tre mesi dell'Alitalia sul fronte delle vendite, e si prevede un calo delle prenotazioni per l'estate, tanto che rispetto ad un aumento del 20% preventivato per il 2006 i dati prospettano una riduzione di 7-8 punti percentuali, indicando un +12-13%. Per questo sembra necessaria una implementazione del piano industriale.

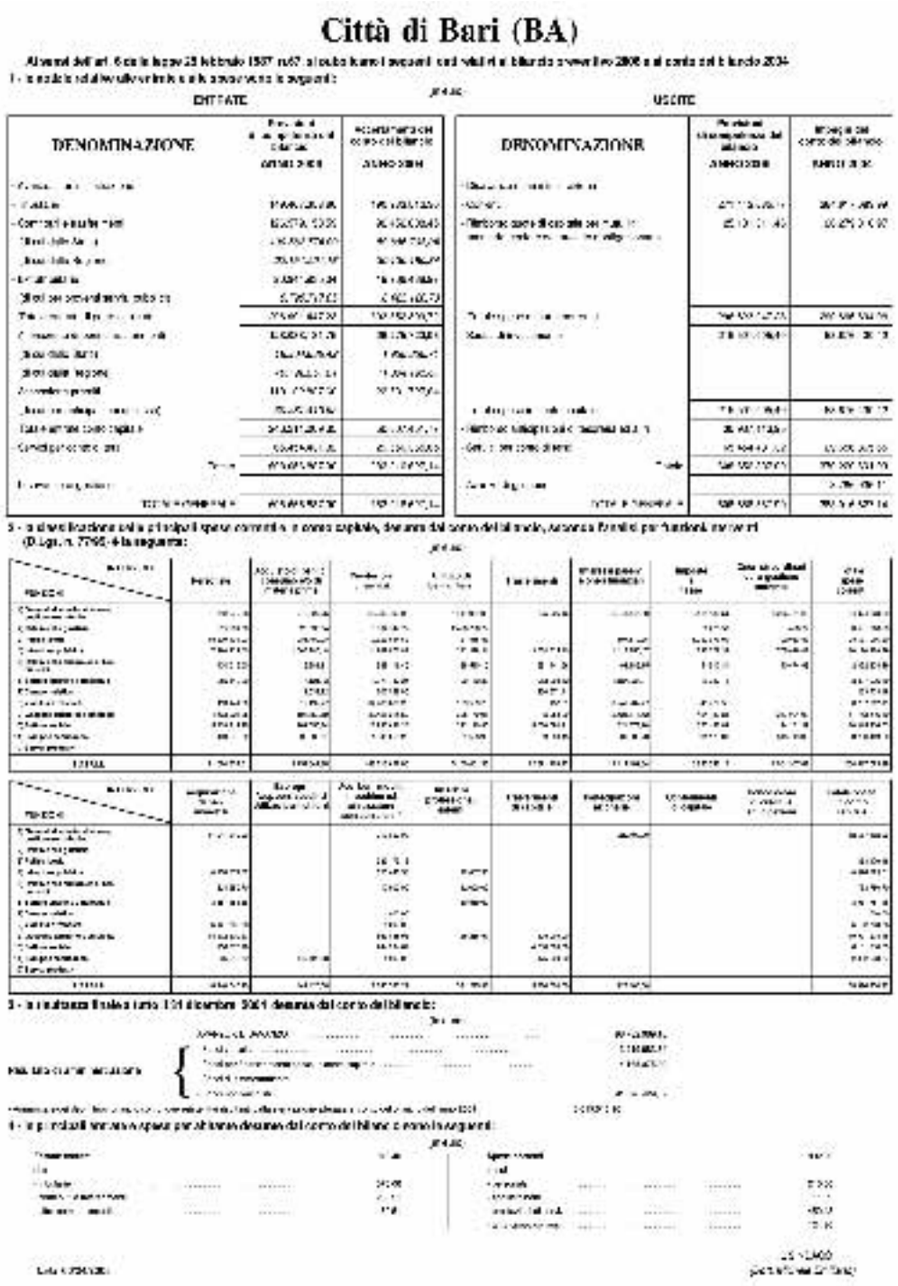
È questo, in sintesi, il messaggio lanciato dalla compagnia e riferito dai sindacati al termine della prima riunione del Comitato paritetico di verifica e attuazione del piano industriale. Unico dato, dicono le organizzazioni dei lavoratori, emerso da diagrammi illustrati dall'Alitalia in una riunione in cui i ruoli sono apparsi invertiti, e «l'azienda si è spinta su un terreno negoziale» mentre i sindacati hanno chiesto «un approccio più analitico per ragionare sulle strategie industriali».

Il banco di prova delle relazioni fra azienda e sindacati, ha osservato il segretario nazionale della Filt Cgil, Mauro Rossi, «sarà l'incontro del 26 aprile sui rinnovi contrattuali del personale di terra, e in quell'occasione si capirà se il dialogo potrà proseguire o se si andrà allo scontro».

L'incontro di ieri, spiega Rossi, «ha deluso le varie organizzazioni sindacali perché è stato quasi inconcludente, perché non si è entrati nel merito delle questioni industriali della strategia di piano, della sua implementazione. Invece non abbiamo ricevuto nessuna indicazione su strategie commerciali, flotta, alleanze». Anche il segretario nazionale dell'Ugl trasporto aereo Roberto Panella ha sottolineato l'importanza del confronto sui rinnovi contrattuali, alla luce di «incentivi fra 1.500 e 2.000 euro che l'azienda ha riconosciuto a una settantina di quadri e dirigenti del settore revenue management» che si occupano delle vendite.

Nelle cinque ore di confronto , ha riferito il segretario della Fit Cisl Claudio Genovesi, «l'azienda ha riconfermato il piano industriale, già noto, di Volare», mentre «non ha parlato di questioni fondamentali perchè l'Alitalia non prende decisioni su modello di business, non sceglie su quali aeroporti focalizzarsi, su quale alleanza domestica e internazionale puntare. E ciò nonostante le scelte, ora che è stata privatizzata, spettino al management che deve sentirsi liberato dal gioco politico».

È andata male la riunione del comitato paritetico Prenotazioni in calo rispetto al budget



Città di Bari (BA)