

L'a.d. di Coop Italia, Maura Latini, a ItaliaOggi: patiscono gli ipermercati di periferia

Sugli scaffali il fresco soffre

Il mercato premia i cibi industriali. Acquisti come a Natale

DI EMANUELE SCARCI

La spesa settimanale fa soffrire il prodotto fresco e avvantaggia quello industriale, patiscono gli ipermercati ai margini delle città ma l'emergenza coronavirus spinge le vendite come a Natale senza però aumenti dei costi di trasporti e logistica: parola di **Maura Latini**, amministratore delegato di Coop Italia.

La galassia Coop, uno dei big della grande distribuzione, dichiara una quota del mercato grocery del 14% e ricavi aggregati per circa 14 miliardi. «In tempo di coronavirus», osserva Latini, «è difficile parlare di prodotti disinfettanti per il semplice fatto che sono andati a ruba. Per il resto, sono penalizzati i prodotti alimentari freschi e freschissimi che non si prestano alla spesa settimanale mentre gli alimentari industriali sono in forte crescita. In grande spolvero il lievito e i prodotti precotti e semilavorati, con preparazione da completare in casa. Molto bene la carne che si può conservare. In generale ci sono categorie in crescita del 50% e altre con vendite quasi azzerate».

Domanda. Un esempio? Risposta. Nel food, le fragole: prodotto di stagione ma di durata limitata. Le vendite



Maura Latini

sono pressoché ferme. Nel non food, i fiori. Regioni come Lombardia, Veneto, e forse adesso anche la Toscana, proibiscono la vendita nella grande distribuzione. Il danno è incalcolabile perché il 70% delle vendite del florovivaismo italiano si realizza in primavera.

D. Secondo Nielsen, nell'ultima settimana di marzo le vendite negli ipermercati sono franate del 18%. Che succede nel mondo Coop?

R. Il dato degli ipermercati e dei superstore è influenzato dal luogo e non dall'insegna: quando il punto vendita è localizzato in zona urbana diventa un negozio di vicinato, grande attrattore. Quando l'ipermercato o il superstore è fuori mano cambia tutto.

D. Qual è il trend delle vendite della galassia Coop?

R. Abbiamo chiuso a un 2019 interessante, grazie a un cambio di passo nel secondo semestre: abbiamo messo in campo iniziative commerciali che hanno incontrato il favore dei consumatori. Bene anche il primo bimestre del 2020, dopo però è arrivato lo tsunami coronavirus: a inizio marzo le vendite viaggiavano con un +15%, nell'ultima settimana hanno scalato la marcia al +10%, anche perché abbiamo chiuso la domenica. Sono cambiati anche i giorni di maggior traffico:

prima era il sabato, oggi si va dal lunedì al venerdì.

D. Trasporti e logistica lamentano stress e costi in crescita. Le risulta?

R. Assolutamente no. In questa fase c'è lo stress che patisce tutta la filiera a causa del nuovo modo di lavorare. Rispettiamo il distanziamento e, per esempio, preghiamo i camionisti di rimanere a bordo del mezzo: a scaricare ci pensiamo noi. Nei magazzini c'è più merce, come se fosse Natale, e abbiamo più assenze per malattia. Ma abbiamo grande fiducia nella nostra organizzazione.

D. Coop ha deciso il blocco dei prezzi fino a tutto maggio per 18 mila prodotti confezionati. Ad alcuni produttori è venuto il mal di pancia: devono assorbire aumenti dei costi di materie prime, trasporti e logistica.

R. Prima della decisione, che mira a scoraggiare eventuali manovre speculative, non erano pervenute richieste di aumenti, tranne casi sporadici. E anche oggi notiamo grande condivisione da parte dell'industria. Semmai i problemi sorgeranno dopo la fine della pandemia: il nostro Paese sarà più povero e le famiglie avranno maggiori difficoltà.

D. A Pasqua e Pasquetta sarete chiusi?

R. A Pasqua sì. Per Pasquetta è da decidere. Certo che in alcune zone due giorni consecutivi di chiusura potrebbero diventare un problema.

D. Come saranno le vendite di Pasqua?

R. Una delle tante settimane ai tempi del coronavirus.

— © Riproduzione riservata —

RISIKO AGRICOLO

IL GRUPPO LIQUORISTICO CALABRESE CAFFO 1915 (69,6 mln euro di fatturato) ha acquisito dalla multinazionale **Diageo** il noto amaro olandese **Petrus Bonekamp**. L'operazione è parte di un più ampio progetto di crescita per linee esterne, diversificazione e internazionalizzazione del gruppo. Il rilancio di Petrus, che nel nostro paese raggiunse la massima notorietà negli anni '70 del secolo scorso, prevede la riorganizzazione e il potenziamento della presenza sui mercati del Nord Europa, in particolare Olanda, Benelux e Germania. I dettagli finanziari dell'operazione non sono stati resi noti.

ALLEANZA MILANESE nella lotta all'emergenza Coronavirus Covid-19 fra la multinazionale italiana degli spirit **Campari** e il gruppo della cosmesi **Intercos**.

Il gruppo Campari ha infatti donato alcool che è stato trasformato in gel igienizzante a base alcolica per le mani ed è stato imbottigliato dallo stabilimento cosmo della **Cosmint** (Gruppo Intercos) per una prima produzione di 15 mila bottiglie. Le due aziende si faranno anche carico della logistica del prodotto finito.

DALLA COLLABORAZIONE TRA CANTINA DEI COLLI Romagnoli, Terre Cevico e Image Line, nasce la piattaforma digitale **Sos QualiTec**, un servizio che permetterà alle cantine del gruppo romagnolo di certificare la qualità delle uve dei propri soci, a partire dai dati sui trattamenti fitosanitari eseguiti in vigna.

DUE GIOVANI STUDENTI romani, Tommaso Augiari e Andrea Longhi, sono i promotori di **Homebeer**, servizio di delivery in 30 minuti dall'ordine di birre artigianali e dei cibi che meglio si abbinano loro, attivo per il momento solo nella capitale. Grazie ad accordi stipulati con 18 birrifici artigianali della Calabria, Emilia-Romagna, Lazio, Lombardia, Toscana, Sardegna, Sicilia e Veneto, Homebeer consente anche di fare acquisti online.

DIVITA, LA SOCIETÀ COMMERCIALE varesina che distribuisce in Italia le caramelle alle erbe della svizzera **Ricola**, amplia la sua offerta aggiudicandosi l'incarico di commercializzare nel nostro paese anche le caramelle **Fisherman's Friend**, dell'inglese **Lofthouse of Fleetwood**.

SIRIO, LO SPECIALISTA ravennate nella ristorazione commerciale ospedaliera (64 mln euro di fatturato), si è aggiudicata altre due gare negli ultimi giorni. Gestirà per i prossimi 5 anni il servizio di bar e ristorazione presso l'ospedale oftalmico di Milano, per un fatturato stimato di 2,5 mln euro e anche uno spazio bar presso la stazione ferroviaria Porta Nuova di Torino, dove il fatturato previsto sfiora i 500 mila euro annui.

L'ANTITRUST AUSTRALIANO ha dato il via libera alla cessione da parte della multinazionale belga **ABInBev** al gruppo giapponese **Asahi** della sua filiale australiana **Carlton & United Breweries** per 8,9 mld euro. Asahi dovrà però cedere i brand **Stella Artois** e **Beck's** e i sidri di mele **Strongbow**, **Bonamy's** e **Little Green**.

IL GRUPPO ALIMENTARE finlandese HKScan (oltre 1,7 mld euro di fatturato) pensa al futuro. Investirà 36 mln euro per l'acquisto dei terreni sui quali sorge il suo impianto di produzione di Vantaa, realizzato nel 1991 a una ventina di km a nord della capitale Helsinki, e l'annesso centro logistico realizzato 12 anni fa. Ritiene infatti fondamentale assicurarsi la possibilità di continuare la produzione non lontano dalla capitale. L'impianto ha attualmente una capacità produttiva di 50 mila tons di piatti pronti e carni lavorate. Da qui partono quasi 120 mila tons di prodotti.

IL GRUPPO DISTRIBUTIVO BRITANNICO TESCO si ritira dalla Cina dove operava in joint-venture con il partner locale **China Resources Holding** dal 2004 e cede la sua quota del 20% in **Gain Land** per 362,8 mln euro.

Luisa Contri

— © Riproduzione riservata —

C'è meno vino nelle botti, ma più olio nelle cisterne

Oltre 54 mln di ettolitri di vino, 5,9 mln di ettolitri di mosti e oltre 260 mila ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (Vnaif). È la quantità di prodotti in giacenza negli stabilimenti enologici italiani al 31 marzo, mentre lo stock di olio in Italia ammonta a 371.251 tonnellate, di cui il 68,7% è extravergine di oliva: il 64,1% italiano, il 30,7% di origine Ue e il rimanente marginale sono oli extra Ue e blend. I dati sono del ministero delle politiche agricole, che ha messo sul sito il report Cantine Italia e Frantoi Italia, le banche dati su vino e olio, aggiornate ogni 15 giorni dall'Ispettorato centrale repressione frodi Mipaaf. I monitoraggi consentono agli operatori di prevenire fenomeni speculativi. Considerato il particolare momento di emergenza gli aggiornamenti diverranno settimanali. **Vino e mosti.** I dati al 31 marzo registrano una quantità di prodotti in giacenza leggermente inferiore rispetto alla stessa data dello scorso anno. Nel dettaglio, oltre il 57% del vino in Italia è fisicamente detenuto nelle regioni del Nord. In Veneto è presente quasi il doppio del vino di Puglia e Sicilia messe assieme. I vini da tavola costituiscono circa il 20% del totale (11,2 mln di ettolitri). Nonostante il gran numero di denominazioni d'origine presenti (526), 10 costituiscono il 40,8% del totale; le prime 20 rappresentano oltre metà del totale (57,0%). L'Icgrf stima che la banca dati contenga almeno il 95% del vino e dei mosti detenuti in Italia. **Olio.** La giacenza di extravergine nazionale è superiore rispetto a un anno fa; oltre metà (58%) è nelle regioni del Sud Italia, specie in Puglia e Calabria (rispettivamente 39,8 e 10,3%).

Bat investe per 20 mln

British American Tobacco (Bat) ha annunciato l'acquisto di 4.500 tonnellate dei migliori tabacchi lavorati in Italia per il 2020, provenienti da Veneto, Toscana, Umbria e Campania. L'investimento è di circa 20 mln di euro. L'organizzazione di produttori di tabacco Italtab, partner di Bat, riunisce oltre 350 aziende che operano su una superficie complessiva di circa 2.000 ettari, producono circa 8.000 tonnellate di tabacco all'anno e impiegano circa 10.000 addetti tra agricoltori e indotto. L'Italia è il primo produttore di tabacco Ue, con una quota pari a circa il 30% e volumi complessivi intorno a 50.000 tonnellate l'anno; è in concorrenza con India, Brasile, Africa australe, dove costi e standard di qualità sono più bassi.