

Federdistribuzione chiede più sostegno ai consumi

In un'intervista al Sole 24 Ore **Paolo Barberini**, presidente di **Federdistribuzione** chiede più aiuti alla domanda di consumo e dice: «Accuse pretestuose alla Gdo sui ritardi nei pagamenti». » pagina 15

INTERVISTA **Paolo Barberini** Presidente **Federdistribuzione**

Più sostegni ai consumi

«Pretestuoso accusare la Gdo di ritardare i pagamenti ai fornitori»

«Settembre negativo, aiutare le famiglie è l'unica via per uscire dalla recessione»

Nicola Dante Basile
MILANO

«In giro sento dire che il peggio della crisi è ormai alle spalle. Mi piacerebbe fosse davvero così, ma per ora non mi resta che prendere atto di ciò che mi suggerisce il mercato. Suggerimenti che non lasciano ombra di dubbio sul fatto che in Italia la crisi continua, e resta pesante. Mi permetto di dare un'anticipazione: a settembre le vendite dei prodotti alimentari nella Gdo sono diminuite di un ulteriore -0,5%, dopo il calo di luglio e agosto (rispettivamente -2,2 e -1,2%) e la lieve flessione di giugno (-0,2%)».

Il presidente della Federazione delle catene della grande distribuzione, **Paolo Barberini**, premette di non volere buttare benzina sul fuoco, sostenendo invece di essere pronto a discutere con le controparti professionali quello che è lo stato di salute del mercato, «in modo da trovare soluzioni condivise che permettano di fronteggiare al meglio la crisi». Una crisi che a suo dire «persiste perché la gente ha realmente meno soldi da spendere». E allora «se il governo è disposto a dare un sostegno alle famiglie, lo faccia riducendo le tasse o aumentando le detrazioni sulle imposte dirette. I consumatori vorrebbero incentivati a fare più acquisti».

A questo proposito, secondo Barberini «oggi le famiglie italia-

ne sono portate a fare sempre più la spesa nei punti vendita della moderna distribuzione. Questo perché «cresce la loro fiducia nelle insegne della moderna distribuzione». Tale atteggiamento poggia su un fattore sostanziale, qual è il prezzo più competitivo, che in un contesto economicamente difficile come quello di questi ultimi anni, costituisce la leva più importante nelle scelte di acquisto. Un vantaggio che per il presidente di Federdistribuzione e numero uno di Interdis (gruppo d'acquisto da 4 mila negozi e 6 miliardi di euro), si materializza in due modi: attraverso le vendite di prodotti a marchio proprio (o private label) e con le offerte speciali, che al momento sono arrivate a incidere fino al 30% del totale fatturato delle catene della Gdo. Il che non esclude che una parte del calo di fatturato accusato dalla Gdo in questi mesi sia dovuto proprio all'effetto moltiplicatore degli sconti. Ma questa ipotesi Barberini non la conferma.

Ad ogni modo, private label e vendite in offerta costituiscono due variabili di uno stesso problema, che la controparte industriale valuta con un altro metro. Tanto più che, come lo stesso Barberini sottolinea, «i prodotti con insegna della catena hanno le medesime proprietà qualitative e organolettiche dei beni a marchio industriale. Si aggiunga inoltre il loro prezzo, che è mediamente più basso del 25-30% rispetto a quelli dei leader di mercato».

Tutto ciò premesso ha fatto sì che l'offerta di private label in Italia sia cresciuta considerevolmente negli ultimi anni. Ed è lo stesso

Barberini a darne conferma, sostenendo che «oggi la loro incidenza è arrivata al 15% del fatturato delle vendite a libero servizio, con una crescita di almeno quattro punti rispetto a soli cinque anni fa». E poiché nel frattempo la domanda di alimentari è rimasta sostanzialmente al palo, a rimetterci sono stati i prodotti di marca. Un motivo in più per l'industria di protestare di fronte all'allungamento dei tempi di pagamenti.

È di questi giorni l'allarme del presidente di Centromarca, Luigi Bordoni, che ha circostanziato il fenomeno dell'allungamento dei tempi di pagamento, passato da una media contrattuale di 70 a 103 giorni attuali. Di qui il riferimento alla legge francese che impone alle catene della distribuzione di pagare obbligatoriamente entro 60 giorni dalla consegna. Pena una serie di sanzioni.

Però il presidente di **Federdistribuzione** definisce questo allarme «inconsistente. Anzi, è pretestuoso, visto che questa è la stagione del rinnovo dei contratti. E dunque la protesta può fare gioco al tavolo soprattutto ai grandi marchi industriali».

Barberini non esclude che tra le catene della Gdo «ci possa essere qualche pecora nera, ma dire che il fenomeno dei ritardi nei pagamenti sia generalizzato a tutto il sistema è troppo. Intanto perché, se fosse vero le aziende fornitrici potrebbero sempre smettere di fare le consegne. E dato che nei contratti sono previsti una serie di sconti al raggiungimento di certi target, se le catene non rispettano quanto concordato, finiscono inevitabilmente per perde-



re tali facilitazioni».

Quanto alla legge francese, il presidente di **Federdistribuzione** osserva che «le sanzioni in Francia si pagano allo Stato, ma lì è lo Stato che è il primo a essere rispetto dei tempi di pagamento. Quanto a noi, come potrebbe lo Stato italiano pretendere il rispetto dei tempi, quando è la stessa Istituzione che paga con i tempi più lunghi d'Europa. Qui ci sono aziende che aspettano l'Iva da anni. Ben venga allora una legge come quella francese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Federdistribuzione. Paolo Barberini