

**Consumi.** Il comparto ha raggiunto i 9,5 miliardi di fatturato, la quota sul totale grocery supera il 18%, media Ue più vicina

# La crescita delle «private label»

Al via a Bologna Fiere il salone Marca con 528 aziende produttrici e 21 insegne



**EMILIA ROMAGNA**

**Natale Ronchetti**  
BOLOGNA

Unarivoluzione silenziosa ma inarrestabile. Nella grande distribuzione organizzata i prodotti a marca del distributore conquistano sempre più spazio sugli scaffali, riempiono il carrello della spesa e insidiano il potere dei grandi brand. Il volume d'affari delle private label ha raggiunto i 9,5 miliardi in rapporto ai 52 miliardi di circa del largo consumo confezionato (il totale, compreso il "fresco" raggiunto in 1,1 miliardi), pari al 18,3% del segmento. Numeri che avvicinano sempre di più l'Italia al resto dell'Europa, dove la marca privata presidia in media quasi il 28% del mercato. I dati provengono da Federdistribuzione e da Adem Lab, osservatorio dell'Università di Parma. È infatti firmata dall'ateneo emiliano la ricerca che viene

presentata oggi, nei padiglioni di Bologna Fiere, in occasione dell'inaugurazione di Marca, l'annuale manifestazione dedicata ai prodotti a marca del distributore promossa dal gruppo feristico bolognese insieme ad Adem, associazione della distribuzione moderna. L'incremento degli espositori (quest'anno sono 21 le insegne presenti)

### LO SCENARIO

Viviani (Adm): «Assistiamo a uno spostamento verso una fascia più alta di mercato; il consumatore chiede altre cose oltre alla convenienza»

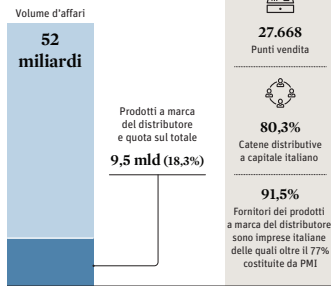
di) delle aziende produttrici (528 con un aumento di quasi il 10%) confermano il cambiamento in atto in un sistema costituito da oltre 27 mila punti vendita tra supermercati, ipermercati e discount e che forniscono le grandi insegne che sono costituite nella stragran-

de maggioranza (parliamo di circa il 77%) di piccole e medie aziende. L'80% dei contratti stipulati dai colossi della distribuzione con i produttori hanno una durata superiore ai quattro anni, con i fornitori di oltre otto. «Ed è vero che le insegne chiedono efficienza», spiega Viviani - «ma la durata dei contratti consente alle imprese di pianificare investimenti, con garanzie economiche e sociali sui territori in cui operano e con la valorizzazione di produzioni locali e a chilometro zero». Certo, la quota dimarcato conquistata dalle private label in Italia appare ancora lontana dal 45% del Regno Unito o dal 30% circa di Paesi come Francia e Germania. Ma molti big della distribuzione in Italia sono in piena corsa, con quote dei prodotti a marca del distributore, sul totale, che superano il 25 per cento.

A Marca partecipano colossi nazionali e stranieri come Coop, Metro, Auchan, Carrefour, Sigma, Conad.

### Le dinamiche del settore

**GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA IN ITALIA**  
Settore alimentare confezionato. Dati in euro



**Concommercio.** Incremento mensile dello 0,4% trainato dalle spese per auto e moto, bene l'alimentare

## A novembre i consumi in accelerazione del 2,2%

**Emanuele Scarsi**  
MILANO

Sia pure lentamente, si consolida il trend rialzista dei consumi. A novembre l'indicatore dei consumi di Concommercio segnava un aumento dello 0,2% rispetto al mese precedente e una crescita del 2,2% tendenziale. La ripresa arrivava dopo un trimestre in frenata. Secondo l'ufficio studi di Concommercio, ciò indica una graduale tendenza al rafforzamento della domanda delle famiglie.

direttore dell'ufficio studi di Concommercio - nella storia economica del nostro paese è un dato elevato, molto positivo. Anche se è provvisorio, potremo rivederlo di un decimo all'inizio del 2016, ma la sostanza non cambia».

### INFLAZIONE

Per il mese di gennaio le stime dell'ufficio studi indicano un -0,2% su base mensile. La stabilità dei prezzi sostiene gli acquisti delle famiglie

L'accelerazione dell'indice dei consumi deriva da una ripresa della domanda piuttosto diffusa: l'aumento più significativo (+1,8% rispetto ad ottobre) ha riguardato i beni e i servizi per la mobilità influenzati dal positivo andamento delle auto e del mercato. In significativo deceleramento è risultata anche la spesa per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,9%). Sia per la spesa per beni e servizi per la cura della persona che per la spesa relativa ai servizi per la casa e per l'abbigliamento e le calzature, l'aumento è stato di moderate dimensioni (+0,2%).

In questo contesto solo tre macrofamiglie di spesa evidenziano un andamento negativo: beni e servizi ricreativi (-0,3%), beni e servizi per le comunicazioni (-0,2%), pasti e consumazioni fuori casa (-0,1%).

**I NUMERI**  
**+2,2%**  
Crescita dei consumi  
Su base annuale, l'indice dei consumi di Concommercio balza del 2,2% e dello 0,4% su base mensile  
**-0,2%**  
Prezzi nel mese di gennaio  
Su base mensile la stima di Concommercio è per un arretramento dello 0,2%

Bella - mi aspetto, turbative dei mercati mondiali permettendo, che il 2016 si concluda per l'Italia con una crescita del Pil del 1,5-2%. Questo è un anno in cui non possiamo scherzare». Concommercio stima però per il mese di gennaio un arretramento dei prezzi dello 0,2% e una crescita del +0,2% su base annuale. «I trend dei prezzi ancora deboli si può conciliare con una ripresa sostenuta del Pil». Certo, risponde Bella - Finora la stabilità dei prezzi non ha indotto le famiglie ad attendere per spuntare nuovi ribassi dei listini. Anzi, ha sostenuto gli acquisti delle famiglie. La deflazione diventa invece patologica se entra nelle aspettative degli operatori».

**Antitrust.** Capofila i consumatori italiani

## McDonald's denunciata alla Ue per il franchising

**Laura Cavestri**  
MILANO

McDonald's nel mirino dell'Antitrust Ue. Non per la qualità di chips e hamburger. Ma, in quanto maggiore proprietario immobiliare al mondo, per il modo in cui gestisce il suo patrimonio con contratti di franchising. Per questo, ieri, un "pugno" di associazioni di consumatori italiane (Codacons, Movimento Difesa del Cittadino, Cidi, Dinanziati), con il supporto del sindacato americano Seu e dell'Associazione di sindacati europei, Effat, hanno depositato una denuncia alla Commissione Ue nei confronti della catena di fast food per violazione della concorrenza e abuso di posizione dominante nel mercato europeo (articoli 101 e 102 del Trattato) che danneggiano sia i concessionari di franchising sia i consumatori.

Nel mirino ci sono i contratti in cui le imprese - attraverso le società - durano in media 20 anni, cioè il doppio di quelli analoghi del settore, l'obbligo per i titolari delle licenze di affittare le sedi da McDonald's a tariffe superiori a quelle del mercato e a condizioni che impediscono di passare alla concorrenza. Secondo la denuncia, gran parte dei ricavi di McDonald's, in Europa, arriverebbe proprio dai canoni di licenza. Il 66% degli utili dai franchisee deriverebbe da affitti fino a 10 volte più alti dei prezzi di mercato. I margini derivanti dal settore immobiliare varierebbero tra il 65 e il 77% in Francia, tra il 61 e il 77% in Italia e tra il 65 e il 74% nel Regno Unito. Solo in Francia, per esempio, i licenziatari di McDonald's pagherebbero l'84% in più rispetto a quanto versato da operatori come Quick, la grande catena di fast food d'Oltralpe.

Aspetto della denuncia, i ricorrenti hanno condotto una ricerca nei ristoranti McDonald's, in cui avrebbero chiesto i costi operativi di panini, insalate e bibite nei locali in franchising e più cara rispetto a quelli dei ristoranti direttamente gestiti dalla multinazionale. A Bologna, risulterebbe "maggiorato" il 107% dei prodotti nel menù rispetto a quelli a gestione diretta. A Roma il 68%, a Marsiglia il 79 per cento.

Da parte sua, la Commissione Ue ha confermato di aver «ricevuto la denuncia». «Ora la analizzeremo», ha assicurato una portavoce della commissaria Ue alla Concorrenza Margrethe Vestager. Ma non è scontato che Bruxelles apra una nuova inchiesta. A dicembre la Commissione aveva già annunciato l'apertura di un'indagine sul trattamento fiscale di McDonald's in Lussemburgo. Secondo un rapporto dei sindacati, l'itasse che il colosso Usa, in Europa, arriverebbero a un miliardo di euro.

**R&S.** Memorandum con Calenda

## Ge Avio investe 200 milioni di dollari in tre regioni italiane

**Marco Valsania**  
NEW YORK

L'Italia è oggi sempre più sul radar degli investitori e delle aziende statunitensi: a Manhattan, in occasione del nuovo appuntamento Invest in Italy, il viceministro per lo Sviluppo economico Carlo Calenda ha firmato un memorandum d'intesa con Ge Avio che prevede un investimento da 200 milioni di dollari a parte del gruppo americano in attività di ricerca e sviluppo in tre regioni, il Piemonte, la Campania e la Puglia.

come meta di investimenti. «Siamo aperti e vogliamo investimenti esteri», ha detto. Un'apertura, ha ricordato Monti a margine, necessaria perché «per crescere servono capitali e accesso ai mercati e molte aziende italiane sono ancora sotto-dimensionate per diventare globali», in

### INVEST IN ITALY

Da New York il gruppo si è impegnato in attività che riguarderanno in particolare il Piemonte, la Campania e la Puglia

particolare in un settore industriale tuttora scarsamente rappresentato anche nella Borsita italiana. L'Ice sta lavorando alla creazione di una rete di esperti in grado di meglio assistere simili investimenti diretti.

A San Francisco, nella seconda tappa del road show, Calenda ha partecipato a una influente conferenza sul settore farmaceutico organizzata da JP Morgan, con un intervento dedicato a illustrare le politiche nel comparto. La delegazione italiana ha però in particolare orchestrato una speciale sessione di networking tra i colossi globali e oltre venti case italiane, forti di un fatturato complessivo da dieci miliardi di euro, protagonisti di crescita e speso con la vocazione a uscire dai confini.

**Il Gup di Milano.** Reato di frode fiscale

## Bracco a giudizio La difesa: deciderà il dibattimento

Diana Bracco, presidente del consiglio d'amministrazione del gruppo Bracco vicepresidente di Confindustria, è stata rinviata a giudizio con le accuse di evasione fiscale e appropriazione indebita, reati che avrebbe commesso in qualità di presidente del Cda di Bracco. Lo ha deciso il giudice per l'udienza preliminare del tribunale di Milano, Alessandro Santangelo, accogliendo la richiesta del pubblico ministero Giordano Baggio. Adranno a giudizio anche altri due imputati, Marco Isidoro Pollastri e Simona Adele Calcinaghi, titolari dello studio di progettazione Archilabo di Monza e architetti di fiducia dell'imprenditrice. Un altro imputato, il presidente del Cda della Bracco Real Estate Srl, Pietro Mascherpa, ha patteggiato una multa da 45 mila euro. Secondo l'accusa, Diana Bracco, che è anche presidente di Espo 2015, avrebbe commesso una frode fiscale da oltre un milione di euro.

Entrate. I fatti oggetto di contestazione non hanno dunque rilevanza penale». Il processo inizierà il prossimo 16 marzo davanti alla seconda sezione penale di Milano. «La decisione di un altro imputato di risolvere la vicenda con il patteggiamento a pena pecuniaria - aggiunge l'avvocato Bana - è una scelta personale, che tiene conto, peraltro, di un diverso coinvolgimento nel fatto».

### IL PARTI

Il pm: false fatturazioni per oltre un milione di euro L'avvocato Bana: i fatti oggetto di contestazione non hanno rilevanza penale

Secondo le accuse, la frode fiscale sarebbe stata realizzata attraverso fatture per spese personali, come la manutenzione delle case in località turistiche fatte confluire sui bilanci delle società del gruppo Bracco. Per la vicenda, i militari del Nucleo di polizia tributaria della Guardia di finanza di Milano, hanno eseguito lo scorso marzo anche un sequestro preventivo di un milione e 424 mila euro, pari all'importo della presunta evasione su fatture per un totale di oltre tre milioni di euro emesse dagli architetti Pollastri e Calcinaghi per il loro in cinque case di proprietà dell'imprenditrice.

Il giudice, rinviando a giudizio gli imputati, ha disposto, il dissequestro della somma che era stata anche perché Diana Bracco, nei mesi scorsi, ha pagato le imposte chieste con il contenzioso tributario.

IL T. I. R. L. T.