

# Ipermercati: inizia la ritirata

Taglio di spazi di vendita, gallerie più ampie: ecco i tempi

■ Alle pagine 4-5

## «Ritirata» Ipercoop: stringe gli spazi e punta

Largo a nuove catene nei centri commerciali. Prima a cambiare Montevarchi, poi

## sull'alimentare

sarà il turno di via Setteponti

di ALBERTO PIERINI

**IL CARRELLO** si affaccia sul viale del tramonto. Non il carrello della spesa, pasta, pane e pomodori. Ma semmai quello della grande spesa, della scorta da rifugio atomico, del «compriamo di tutto poi si vedrà». E soprattutto il carrello che mescoli calzini, dvd e pentole. E' la rivoluzione Ipercoop: una vera e propria «ritirata», se non altro in termini di spazi, e non solo. Che chiude con le dimensioni gigantesche delle superfici di vendita più ampie. E vira su proporzioni più umane. Oggi a Sesto Fiorentino, domani a Montevarchi, dopodomani ad Arezzo. Una resa davanti alla crisi? «No, è solo un trend sulla linea di quanto avviene in Europa: anzi, è un modo di offrire un servizio migliore ai nostri soci e clienti».

Dai vertici di Unicoop il viale del tramonto viene dipinto rosso fuoco, la malinconia si trasforma in speranza. Ma da Arezzo il direttore Francesco Guasti, con la franchezza di sempre, non nasconde anche l'altra faccia della realtà. «E' chiaro che c'è un mondo cambiato: è chiaro che la crisi si è sentita e parecchio anche qui dentro». Non nelle proporzioni di tanti negozi del centro storico. Cali misurati intorno al 5%, forse qualcosina di più. «Ma un punto percentuale ri-

spetto alle dimensioni pesa parecchio». E davanti alla crisi chi si ferma muore. Morale? Ecco la scossa: la strada dei superstore.

**LA ZONA** ipermercato si stringe, puntando in gran parte sul settore alimentare. Intorno cresce quella del centro commerciale, ospitando altre catene di dimensioni medie, stile l'Euronics nel caso di via Set-

## TEMPI DI TRASFORMAZIONE Da gennaio i lavori alla sede in Valdarno: nel giro di un paio d'anni quelli ad Arezzo

teponti. «La crisi — ci confermano anche da Firenze — colpisce in particolare il prodotto extra-alimentare: e quello ha poco senso che crei concorrenza tra la zona ipermercato e la galleria».

Il problema semmai sarà trovare «griffe» abbastanza solide e parecchio ottimiste da investire sulla nuova scommessa. Gli spazi dove atterrare si moltiplicano, i candidati diminuiscono.

Il conto alla rovescia è già partito. A Montevarchi sono in corso i lavori per migliorare l'accesso all'ipermercato, certo funzionali anche al futuro prossimo. «Da gennaio — ci conferma la direttrice — cominceremo ad operare sugli spa-

zi interni». Certo qui la dieta sarà minore che altrove: la struttura è già di poco superiore ai 5000 metri quadrati e i margini più risicati.

**COMUNQUE** il ridimensionamento nei vari centri si attesta intorno al 30% degli attuali spazi. Che nel caso di via Setteponti porterà l'attuale superficie di circa

7500 metri quadrati intorno a cinquemila e dintorni. Allarme personale? «No, siamo intenzionati a tenerci ben stretti i nostri circa 240 dipendenti» risponde il direttore. Anche se qualche inquietudine già circola. E il resto? «Spazio a negozi e catene nelle aree che si apriran-

no». La parola d'ordine è una: aggiornare l'Italia al format europeo. «Quello di un ipermercato, entri con il carrello e trovi tutto, è superato: ci sono specialisti sul non alimentare che dappertutto stanno ridisegnando i contorni dei centri commerciali».

La città della spesa si trasforma in un villaggio? La linea più o meno è quella. L'ipermercato manterrà il suo incrocio di prodotti. Ma ne sposterà le percentuali. In pratica dall'attuale 50% di non alimentare scenderà ad un più modesto 30%, lasciando il 70% al mondo tradizionale della spesa. «Una realtà più familiare, più piccola ma anche più fruibile da tutte le fasce di clientela» spiega Guasti. Sullo sfondo di un viaggio ricco di paradossi.

Il gigante che si affaccia in periferia e stronca i piccoli negozi di vicinato, lasciando alle botteghe solo il margine della qualità o della fantasia. E che poi prova a ritornare piccolo, o quantomeno medio, quando la crisi cambia le carte in tavola. Con il carrello lanciato verso il tramonto: o forse verso lo scenario di un mondo dove niente, o quasi niente, sarà più come prima.



**SOLO ALIMENTARE** La tendenza sarà quella di concentrare gli acquisti sulla spesa tradizionale, riservando il resto alle gallerie commerciali

## IL QUADRO

### Le dimensioni

In generale il ridimensionamento, confermato dalla Unicoop, sarà di circa il 30% sulle attuali dimensioni: ad Arezzo di oltre 2000 metri quadri



### Le proporzioni

Il settore alimentare dovrebbe un po' dappertutto, almeno a grandi linee, assorbire almeno il 70% della parte merceologica, stringendo l'altra intorno al 30%



### Affari: - 5%

Dati esatti non ci sono ma è più o meno la percentuale di riduzione di affari che si registra anche nel gigante della spesa in un anno di «ritirata» generale

### LA «FRUSTATA» DELLA CRISI

«IL CALO SI È SENTITO FORTE ANCHE QUI» SPIEGA IL DIRETTORE FRANCESCO GUASTI «E SI CONCENTRA SUL NON ALIMENTARE»

### Lavori in corso

Nella sede di Montevarchi il cantiere si è già aperto: ma per ora riguarda solo il miglioramento degli accessi. Da gennaio via alla riduzione di spazi

### «REALTÀ DI TIPO EUROPEO»

«LA TRASFORMAZIONE IN SUPERSTORE PIÙ RIDOTTI È IN CORSO OVUNQUE» SPIEGANO I VERTICI DI UNICOOP FIRENZE