ItaliaOggi
Dir. Resp.: Pierluigi Magnaschi
Tiratura: 23500 Diffusione: 23067 Lettori: 77000 (0006901)
29-SET-2021
da pag. 24 / foglio 1
DATA STAMPA
www.datastampa.it

Il ceo di Pam lancia l'allarme. Poi la strategia: più fresco e più partner. Non food al lumicino

Pressione mai vista sui prezzi

Corbari: serve un ente regolatore che calmieri gli aumenti

DI EMANUELE SCARCI

«Una pressione così forte sui prezzi non me la ricordo. Deve intervenire un ente regolatore per calmierare gli aumenti altrimenti la distribuzione moderna non sarà in grado di reggere l'urto da sola. E bisognerà rimodulare la strategia dell'*every day low price*»: **Gianpietro Corbari**, ceo della catena commerciale ***Pam***, esprime una posizione condivisa dai *retailer*. E aggiunge: «Sono in corso colloqui da parte di ***Federdistribuzione*** con l'obiettivo di sollecitare il Governo». I rinnovi contrattuali tra distributori e industria sono appena partiti e qualora non si riuscisse a contenere l'aumento dei costi di produzione (materie prime, energia e trasporti) si rischia un contraccolpo sul carrello della spesa. Nel biennio 2020/21 Pam ha inserito sugli scaffali 900 prodotti a prezzi concorrenziali.

Pam Panorama, controllata dalla famiglia **Bastianello**, rimane un cantiere aperto. L'arrivo nel 2017 di Corbari, ex dg di ***Granarolo***, ha coinciso con una profonda trasformazione strategica (sostituiti una decina di manager di prima linea) e nel 2020 ha realizzato ricavi per 2,7 miliardi di euro (+6,2%), di cui 1,7 per l'insegna Pam e 1,2 per i discount ***In's***. «Per quest'anno», sottolinea Corbari, «ci aspettiamo un calo del fatturato rispetto al 2020, ma manterremo i volumi. Del resto il trend generale di questi anni è che si cresce solo con lo sviluppo della rete». Ma anche con la marca privata che rappresenta il 28% dei ricavi di Pam e che sale all'80% per In's. I punti vendita sono 970, di cui 218 a gestione diretta e 280 in franchising. I discount In's sono 470 e quest'anno dovrebbero crescere di una quindicina. Negli ultimi due anni Pam ha ridotto le superfici di parte dei 23 ipermercati intorno ai 5mila mq ed «entro 2 anni contiamo di terminare le ristrutturazioni», annuncia Corbari. «Il *non food* è stato ridotto in modo drastico, mentre sono aumentati i freschi e freschissimi, fino al 90% della superficie». Corbari punta allo sviluppo trainato dalle partnership territoriali e accarezza anche l'idea di lanciarle all'estero «ma non prima del 2023», conclude.

© Riproduzione riservata

Gianpietro Corbari

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901