

Il governatore

Michele Emiliano: "Promuoviamo il bello questa è una regione orientata al futuro" di Giuliano Foschini Supplemento allegato a **la Repubblica** Mercoledì, 24 luglio 2019 ll rapporto Aumenta la presenza degli stranieri ma crescono anche i prezzi di hotel e lidi di Gino Martina



La perla del turismo mondiale

La Puglia è viva. Con le sue imprese, i giovani che tornano e che, con coraggio, sfidano il vero grande pericolo che incombe sulle scintille della ripresa: l'eccesso di burocrazia. Ma non possiamo nasconderci dietro lo specchio delle vanità, perché il consolidamento di un trend positivo si ha soltanto se non si abbandona la retta via e si sceglie di puntare sull'eccellenza. Dal turismo all'agroalimentare, all'industria: non è più tempo di stelloni e cartoline ma di rafforzare competenze e favorire l'inserimento dei ragazzi

pagina 22

Grande distribuzione così cambia le spesa "La sfida è innovarsi"

Gabriella De Matteis

Nuovi arrivi e inedite alleanze per reagire al trend nazionale negativo. A Bari lavori in corso per un centro a Santa Caterina e il debutto di RossoTono Megamark pronta a dieci nuove aperture in tre anni

A arretra la grande distribuzione. Ai pugliesi piacciono sempre di più imarket e i negozi di vicinato. Anche

nella nostra regione. quindi, la tendenza nazionale viene rispettata. Si fa sempre più spesso la spe-sa nei negozi sotto casa, il boom dei grandi centri commerciali sembra essere passato. Lo dimo-strano le scelte che catene internazionali hanno fatto negli ultimi mesi e non soltanto nel settore del food. Da Auchan a Unieuro, le grandi catene commerciali, alme no in Puglia, hanno deciso di ridimensionare le proprie superfici di vendita. Un segnale molto chiaro. «Auchan, ad esempio, che ha punti vendita a Casamassima, Modugno, Taranto e Mesagne ad esempio è passata da 12 metri qua-dri di superficie ai tremila» dice Barbara Neglia, segretaria regio-nale della Filcams Cgil Puglia. Auchan Retail Italia è stata recente mente acquisita da Conad, la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio d'Italia, Acquisizio ne che i sindacati stanno seguendo con un obiettivo, quello di assicurare il mantenimento degli attuali livelli occupazioni.

Ambiente Packaging sostenibile per la pasta bio Granoro



Una confezione interamente riciclabile rella carta. È la scelta di Granoro per la pasta della linea biologica. L'azienda – sede a Corato, nel Barese, e prodotti sui mercati di 180 Paesi – punta ambientale e conta di ridure del 35 per cento l'impiego di plastica desinata al packaging. Aspetto «rustico» e prevalenza di cellulosa sun sotti estrato di plastica, a certificarlo, dicono dall'azienda, sono state la Stazione sperimentale Innovintà, a Milano, e Milano, a Mila carta di Luce. distribuzione è in continuo movimento. A Bari, ad esempio, sono in corso i lavori per la realizzazione sulla tangenziale nella zona di Santa Caterina di un nuovo insediamento commerciale. Non un centro riconducibile ad un unico gruppo, ma uno spazio in cui troveranno posto più marchi. E' il ca-so ad esempio di Unieuro, una delle principali catene di elettronica in Italia. Il progetto, in questo ca-so, è quello di chiudere i due punti vendita che si trovano all'interno delle gallerie dei centri Mongolfiera di Ipercoop, a Japigia e in viale Pasteur, per aprire un unico negozio nel nuovo insediamento commerciale. Progetto che i sindacati stanno seguendo con attenzione. Il nuovo insediamento ospiterà, con ogni probabilità, anche Iper Lidl, e cioè un altro discount del gruppo tedesco che dopo quello inaugurato a febbraio in via San Giorgio Martire, non lontano dal Ponte Adriatico, raddoppia la pro-pria presenza in città. Sono quindi 28 i punti vendita della rete del la famiglia Schwaz in Puglia, compreso il centro logistico di Molfetta. Oltre 660 addetti il numero de-

Il mondo della grande e media

gli occupati nella regione. A rallentare la realizzazione del nuovo insediamento commerciale, nella zona di Santa Caterina, è al momento l'assenza di un permesso da parte dell'Anas. La prima parte dell'anno è stata

La prima parte dell'anno e stata quindi caratterizzata da nuovi investimenti ma anche da alleanze inedite come il matrimonio fra Coop Alleanza 3.0 e la Tatò Paride spa (azienda di Barletta) che a gennaio hanno sottoscritto un acordo di Master Franchising che ha portato in Puglia e in Basilicata altri 110 supermercati a marchio Coop nelle due regioni, che si aggiungnon ai 12 punti vendita già gestiti da Bologna. Una formula,

In corso Vittorio Emanuele a Bari è appena arrivata Ia new entry Rosso Tono





quella del franchising, che, avevano spiegato dalla Coop Alleanza, ha permesso «di integrare l'offerta e i servizi destinati ai consumatori pugliesi e lucani». Un nuovo investimento di 85

milioni di euro è quello, invece, che ha programmato tra quest'an-no e il 2012 il gruppo Megamark che gestisce più di 500 punti vendita serviti a insegna Dok, Famila, Iperfamila, Sole365 e A&O. La realtà commerciale che è presente an che in Basilicata, Campania, Moli-se e Calabria, nel 2018 ha raggiunto 1,6 miliardi di euro nel totale delle vendite alla cassa contro l'1,43 del 2017, numeri che, si legge in una nota, «consentendo al gruppo pugliese di raggiungere una quota di mercato nelle regioni in cui è presente del 13,4%, tra le quali spicca la Puglia con una quota superiore al 20%». Per il prossimo triennio Megamark è pronta a dieci nuove aperture. E il primo trimestre del 2019 conferma il trend positivo anche di Maiora concessionaria del marchio Despar per il centrosud. Il 2018 era stato chiuso con un fatturato di 805 milioni di giro d'affari complessivo alle casse. «Lanciare e consolidare la piattaforma on-li-ne "Despar a Casa" appena nata» uno degli obiettivi di Maiora, nata nel 2012 dall'accordo tra le socie tà Ipa Sud S.p.A. di Barletta e Can-nillo S.r.l. di Corato. Novità anche nel mondo del food con la nuova apertura di RossoTono Super Gourmet, in corso Vittorio Emanuele, a Bari. Uno store di 800metri quadri, una bottega gourmet aperta 24 ore su 24 dove è possibi le gustare i propri pasti ma anche fare la spesa, passando da prodotti più commerciali a quelli più di nicchia. Una nuova realtà che se-gue il modello di Eataly che a Bari alla Fiera del Levante ha deciso di rinnovarsi, rimodulando gli spazi di vendita e con un'offerta culinaria nuova. Una scelta voluta per attrarre sempre di più i consumatori.

RIPRODUZIONE RISERVATA