

## Brunelli ricompra Finiper da Carrefour

 Percorso di Lettura suggerito: [www.largoconsumo.info/102008/PL-1008-006.pdf](http://www.largoconsumo.info/102008/PL-1008-006.pdf) (*Carrefour: cifre e accadimenti*)

Torna a essere completamente italiano il gruppo **Finiper**, holding che controlla le insegne **Iper**, **Unes** e **Ristò**, che ha registrato nel 2009 un giro d'affari di 3 miliardi. **Marco Brunelli**, 82 anni, storico fondatore della gd del nostro Paese, ha riacquisito dal colosso transalpino **Carrefour** la quota del 20% dell'azienda, che aveva ceduto ai francesi nel 1998. Un'operazione da 100 milioni di euro, che Brunelli ha motivato con la necessità di «sentirsi più libero e indi-

pendente per una riorganizzazione interna».

Nessun fine speculativo alla base dell'operazione, quindi, ma il desiderio di dare un futuro italiano all'azienda proprio allo scadere dell'opzione d'acquisto di Carrefour per il restante 80%. La catena distributiva francese ha spiegato che l'accordo fa parte del piano di razionalizzazione delle attività del gruppo in Italia

IL GRUPPO FINIPER: 2009	
Le insegne	Iper, Unes, Ristò
Il giro d'affari	3 miliardi
I punti di vendita	26 ipermercati 150 supermercati
Proprietà	100% Marco Brunelli
Fonte: Finiper	<b>Largo Consumo</b>

che dovrebbe permettere il risanamento dell'indebitamento per 420 milioni di euro. Anche per Finiper, come per tutto il settore della distribuzione, il 2010 sarà un anno duro: Brunelli prevede di chiudere con un calo del fatturato del 10%, dopo un 2009 che ha fatto registrare una perdita del 5%. Due terzi del fatturato di Finiper deriva dai 26 ipermercati, ma quest'anno non ci saranno nuove aperture sulla rete nazionale. Il gruppo milanese non esclude, invece, l'inaugurazione di altri supermercati che si affianchino agli attuali 150. Secondo Brunelli, la crisi continuerà a mordere il potere d'acquisto e i consumi per almeno un altro anno e

mezzo. Ma che cosa possono fare le aziende della grande distribuzione per superare un periodo così delicato? Il patron di Finiper punta sulla qualità dei servizi a disposizione di chi fa la spesa al supermercato, dalla comodità dei parcheggi al livello dei punti di ristoro. Sul piano dei prodotti, la marca commerciale è uno strumento decisivo in tempi di recessione. Il gruppo Finiper, da questo punto di vista, ha già lanciato diverse linee, da quelle di alimenti biologici, a quelli per l'infanzia, dai prodotti primo prezzo a quelli tipici. Denominatore comune: la capacità di unire qualità e prezzi vantaggiosi.

## Nasce TotalErg, terzo distributore in Italia

 Sull'argomento trattato in questa notizia vedi anche *"1 plus della pompa sotto casa"* su <http://tinyurl.com/LC42248>

È una vera rivoluzione nel settore dei carburanti quella avviata lo scorso febbraio, quando è stato siglato l'accordo per la creazione di **TotalErg**, nuova joint-venture e terza rete distributiva in Italia, che si accaparrerà una quota di mercato di circa il 13% e oltre 3.400 stazioni di servizio. In questa rete distributiva le vendite di carburanti saran-

no di 3,4 milioni di tonnellate l'anno, mentre quelle nel settore extra-rete e di prodotti di specialità ammontano a 3,2 milioni di tonnellate l'anno, con quote di mercato significative nel gasolio, nei lubrificanti, nel gpl, nei bitumi. La nuova società sarà operativa anche nella raffinazione, con una capacità totale sul continente di circa 116.000 barili al giorno, pari a circa l'8% della domanda italiana. Dall'intesa sono escluse la rete **Erg** in Sicilia e le strutture **Total** per l'aviazione. Le

quote della nuova società, che manterrà il doppio brand, sono così ripartite: 51% a Erg e 49% a Total. Per completare l'operazione, manca solo il parere favorevole dell'**Anti-trust**.

La fusione non ha sorpreso il settore, visto che i vertici di Erg avevano dichiarato da tempo di puntare a un rafforzamento della rete distributiva. «Total, tra i primi operatori a livello mondiale nel settore del petrolio e del gas – sottolinea **Alessandro Garrone**, amministratore delegato di

Erg – rappresenta per Erg il partner ideale per realizzare quella crescita nel settore del downstream integrato che è sempre stata tra i nostri obiettivi principali. Con questa operazione il gruppo Erg raggiunge un assetto strategico di assoluta rilevanza nel settore Oil, che potrà offrire in futuro ulteriori opportunità di sviluppo». Per il gruppo Erg, secondo le stime attuali, la nuova joint-venture porterà un incremento del margine operativo lordo di oltre 25 milioni l'anno.

## Apri a Milano il flagship store di Sephora

 Percorso di Lettura suggerito: [www.largoconsumo.info/062008/PL-0608-005.pdf](http://www.largoconsumo.info/062008/PL-0608-005.pdf) (*Profumeria e cosmesi*)

**Sephora** ha inaugurato in corso Vittorio Emanuele, nel cuore di Milano, il più grande store d'Italia. Per l'apertura del nuovo flagship store, negozio simbolo della catena di profumerie, è stato organizzato un affollatissimo party a cui ha partecipato come madrina d'eccezione l'attrice **Laura**

**Chiatti**. È la prima nuova apertura in grande stile dopo i 5 anni dedicati dal gruppo al restyling dei punti di vendita esistenti, segno dell'impulso della multinazionale a investire in Italia, suo secondo mercato di riferimento. Dopo Milano, Sephora inaugurerà due nuovi negozi in Via del Tritone a Roma e alla Stazione Porta Nuova a Torino.

Lo store di corso Vittorio Emanuele mette a disposizione dei clienti tre piani, per una

superficie di 1.200 mq. Al piano terra, accanto agli innovativi servizi di make up della catena, dal Beauty bar ai corner dei brand signature, trova posto la Make up School by **Make Up For Ever**, del gruppo **Lvmh**. Tra i servizi proposti, le novità riguardano anche **Urban Decay**, che propone il **Glitter bar** per un look sparkling, e ancora l'irriverente **Lash bar**, dove provare a giocare alla pin up. Il primo piano è dedicato all'u-

niverso delle fragranze e alla cura di pelle e corpo, grazie ai prodotti che hanno fatto conoscere Sephora nel mondo, da quelli brevettati da luminari della dermatologia alle linee olistiche e biologiche, senza dimenticare le linee per l'uomo. Il piano mezzanino, sospeso sull'area make up e collegato da una scala in cristallo, è invece stato realizzato per ospitare eventi, mostre d'arte e pop-up store di marche della cosmetica e non.