

La Coop alla conquista del mercato del Sud

La Coop consumatori va nel Sud.

Non è che in questi anni sia stata assente dal mercato commerciale del Mezzogiorno, ma ora, nei programmi di sviluppo per il prossimo triennio la Cooperativa di Consumo ha deciso di potenziare la struttura in quelle regioni. Con quattro consorzi di servizio e 65 discount comincia la crescita della Coop in Puglia, Basilicata, Molise, Abruzzo, Campania, Sardegna e Lazio. La rete di vendita di partenza è costituita dai discount, cioè con magazzini di circa 400 metri quadri di area di vendita. È la struttura ritenuta ideale per avviare una attività in determinate zone, ma anche quella più resistente e diffusa in aree già attrezzate commercialmente. I suoi vantaggi sono i costi bassi del personale e quindi dell'esercizio complessivo, tenendo presente che il 70 per cento dei costi di un esercizio è assorbito da questa voce. Oltre all'economicità della gestione, il vantaggio è di coprire tutti i generi alimentari anche se con un assortimento poco profondo. Questo

secondo aspetto concorre ad abbattere i prezzi delle merci. Per questo si ritiene che il discount sia la formula di ottimizzazione del rapporto prezzo - qualità.

«Non sarà un intervento assistenziale — dice Piero Rossi direttore commerciale della Coop Italia — daremo assistenza nell'avviamento delle nuove strutture, per gli aspetti pubblicitari, di addestramento quadri, ma la cooperativa deve nascere sul posto, da forze locali».

Le Cooperative del Nord si sono attrezzate per aiutare la struttura cooperativa di consumo del Sud. Hanno formato gemellaggi per l'assistenza tecnica, per aiutare i quadri nella loro preparazione professionale. Per questo verranno ospitati nelle strutture gemellate del Nord per un tempo di addestramento.

La finanziaria della Coop e il fondo di promozione e sviluppo nel Sud interverranno per le attrezzature e per l'avvio delle strutture. Ad oggi i negozi Coop nel Mezzogiorno sono 32, di medie dimensioni.

La struttura delle 17 grandi e medie cooperative

Cooperative	Valore vendite in milioni di lire	Variazioni %
1 / Coop Piemonte	36.600	+ 3.080 + 9
2 / Casa Popolo Lavor. Galliate	4.568	+ 278 + 6
3 / Coop Liguria	56.232	+ 5.115 + 10
4 / Coop A. Negro	27.000	+ 1.200 + 5
5 / Unicoop Lombardia	28.000	+ 3.442 + 14
6 / Unione Coop Cremonese	19.860	+ 1.024 + 5
7 / Coop Borgomeduna	13.125	+ 345 + 3
8 / Coop Ferrara	15.500	+ 2.263 + 17
9 / Coop Nord Emilia	57.000	+ 4.307 + 8
10 / Alleanza Coop Modenese	58.451	+ 8.791 + 18
11 / Coop Emilia Veneto	97.500	+ 10.119 + 12
12 / Coop Romagna Marche	36.000	+ 7.992 + 29
13 / Unicoop Firenze	117.316	+ 20.371 + 21
14 / Coop La Proletaria	89.550	+ 12.896 + 17
15 / Unicoop Siena	12.120	+ 2.620 + 28
16 / Unicoop Pontedera	14.907	+ 190 + 1
17 / Coop Umbria	17.800	+ 1.300 + 8
Totale	701.529	+ 85.333 + 14

Cooperative	Valore vendite in milioni di lire	Variazioni %
1 / Coop Piemonte	25	=
2 / Casa Popolo Lavor. Galliate	7	=
3 / Coop Liguria	36	+ 1
4 / Coop A. Negro	1	=
5 / Unicoop Lombardia	28	- 2
6 / Unione Coop Cremonese	16	+ 1
7 / Coop Borgomeduna	5	=
8 / Coop Ferrara	24	- 4
9 / Coop Nord Emilia	68	- 4
10 / Alleanza Coop Modenese	34	- 7
11 / Coop Emilia Veneto	56	=
12 / Coop Romagna Marche	23	+ 1
13 / Unicoop Firenze	80	+ 1
14 / Coop La Proletaria	44	+ 2
15 / Unicoop Siena	46	=
16 / Unicoop Pontedera	27	- 1
17 / Coop Umbria	35	- 1
Totale	555	- 13

Cooperative	Area vendita in mq al 1981	Variazioni %
1 / Coop Piemonte	14.620	+ 1.000
2 / Casa Popolo Lavor. Galliate	5.900	=
3 / Coop Liguria	14.340	+ 650
4 / Coop A. Negro	2.100	=
5 / Unicoop Lombardia	16.073	- 537
6 / Unione Coop Cremonese	7.782	+ 924
7 / Coop Borgomeduna	2.200	=
8 / Coop Ferrara	7.588	- 102
9 / Coop Nord Emilia	22.075	- 99
10 / Alleanza Coop Modenese	18.866	+ 1.100
11 / Coop Emilia Veneto	24.288	+ 786
12 / Coop Romagna Marche	12.075	+ 616
13 / Unicoop Firenze	38.396	+ 2.922
14 / Coop La Proletaria	23.598	+ 1.581
15 / Unicoop Siena	5.262	+ 711
16 / Unicoop Pontedera	4.495	- 30
17 / Coop Umbria	7.470	+ 1.240
Totale	227.128	+ 10.762

Cooperative	Valore vendite in milioni di lire	Variazioni %
1 / Coop Piemonte	65.525	+ 13.278 25,41
2 / Casa Popolo Lavor. Galliate	54.557	+ 10.157 22,88
3 / Coop Liguria	83.613	+ 21.586 34,80
4 / Coop A. Negro	16.476	+ 3.132 23,47
5 / Unicoop Lombardia	83.526	+ 18.426 28,30
6 / Unione Coop Cremonese	39.057	+ 11.000 39,21
7 / Coop Borgomeduna	13.450	+ 3.380 33,47
8 / Coop Ferrara	34.587	+ 9.487 37,80
9 / Coop Nord Emilia	107.124	+ 19.756 22,61
10 / Alleanza Coop Modenese	100.065	+ 26.265 35,59
11 / Coop Emilia Veneto	148.218	+ 37.261 31,70
12 / Coop Romagna Marche	65.267	+ 18.543 39,69
13 / Unicoop Firenze	226.733	+ 61.168 36,95
14 / Coop La Proletaria	132.382	+ 35.228 36,26
15 / Unicoop Siena	22.285	+ 5.489 25,77
16 / Unicoop Pontedera	26.789	+ 5.489 25,77
17 / Coop Umbria	28.626	+ 8.826 44,58
Totale	1.248.310	+ 308.467 32,82

BON TALEGGIO

MAURI
FORMAGGI

DALLA VALSASSINA CON SAPORE

PASTURO (Como)

LIEVITO-BUDINO

S. MARTINO

la qualità di chi sa scegliere!

CLECA S.p.A.

S. MARTINO DALL'ARGINE - MN



Ogni anno quasi mille miliardi di acquisti

Come si rifornisce la Coop Consumatori?

Sono 919 miliardi di acquisti, in un anno, che la Coop effettua sul mercato dei produttori: sia dalle cooperative agricole, sia da piccole e medie aziende, sia da grandi marche nazionali, sia da produttori in proprio, cioè prodotti che la coop commissiona su proprio marchio, e ri-

spondenti agli standards qualitativi della Coop. Essere i maggiori clienti di quasi tutti i produttori non sempre è una posizione ottimale, soprattutto è troppo condizionante per noi e per loro — dice Piero Rossi direttore commerciale della Coop Italia — per questo tendiamo a non occupare più del 20 per cento del giro d'affari del produttore, per non essere noi arbitri e quindi legati eccessivamen-

te all'azienda e al suo destino». La correttezza nei rapporti commerciali e la serietà della Coop sono un riconoscimento costante da parte dei produttori nei riguardi della Coop e un volano della attenzione e del credito che essa gode. «La Coop — ha detto il direttore generale dell'Oreal Vittorio Radicioni, in un recente convegno svoltosi a Milano — considera-

to il suo peso sul mercato e le sue caratteristiche sociali, ha contribuito ad innescare un processo di cambiamento, cui altri Paesi erano pervenuti per altre strade. Per quanto riguarda la nostra azienda — ha continuato — la Coop ha contribuito ad alcuni effetti fra i quali, essenziali: l'aumento dei consumi dei prodotti ad elevato standard qualitativo ed a prezzo medio».

Latterie cooperative riunite

Reggio Emilia

190 Cooperative associate
10.000 Produttori
Esportazione in oltre 40 paesi



Fatturato 1981
130 MILIARDI

Fatturato 1975
25 MILIARDI

Fatturato 1970
10 MILIARDI

Fondata nel 1924

FACCO GIUSEPPE

PRODOTTI DI UTILITÀ DOMESTICA

Favilla

STROFINACCIO PER CUCINA

Scintilla

FIBRA ABRASIVA PER PULIRE PENTOLE E PIATTI

Dianex

STROFINACCI SINTETICI per PAVIMENTI e VETRI

Mirella

PANNO SPUGNA LAVA ASCIUGA

Diavolina

LO SPAZZACAMINO IN BARATTOLO per stufe a legna e carbone
LIQUIDA per stufe a kerosene e nafta
ACCENDITORI per stufe a carbone e legna, caminetti, grill, bracieri, ecc.

FACCO GIUSEPPE & C. S.R.L.

Milano - Corso XXII Marzo, 24 - Tel. 54 52 880-59 22 32

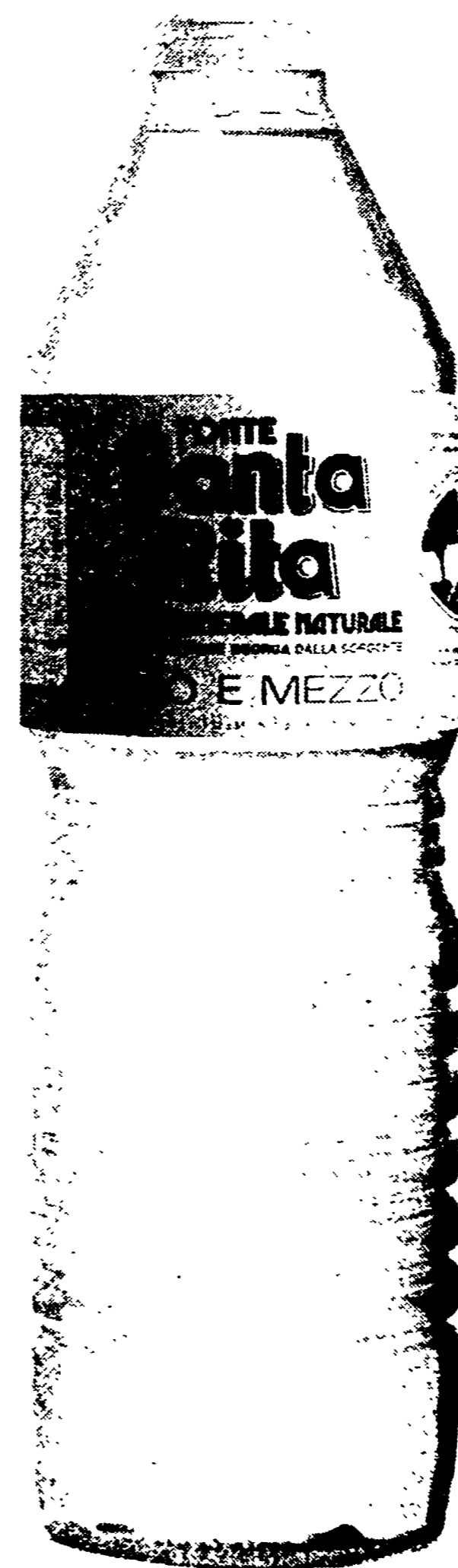
fior di pane da fior di farina

Per fare del buon pane e avere nello stesso tempo ottimi risultati di qualità e rendimento occorre una buona farina.

5000 contadini modenesi producono e trasformano il loro grano con l'apporto di tecnici specializzati e strutture avanzate.



Milano - S. Felice (MO) via Feltrina 154 Tel. 38031 e 334217 18



ACQUA MINERALE
Santa Rita
nella confezione da
1 LITRO E MEZZO



curarsi con la natura

Aut. n. 5619 Reg. n. 1888 del 20/12/78 Min. Sanità