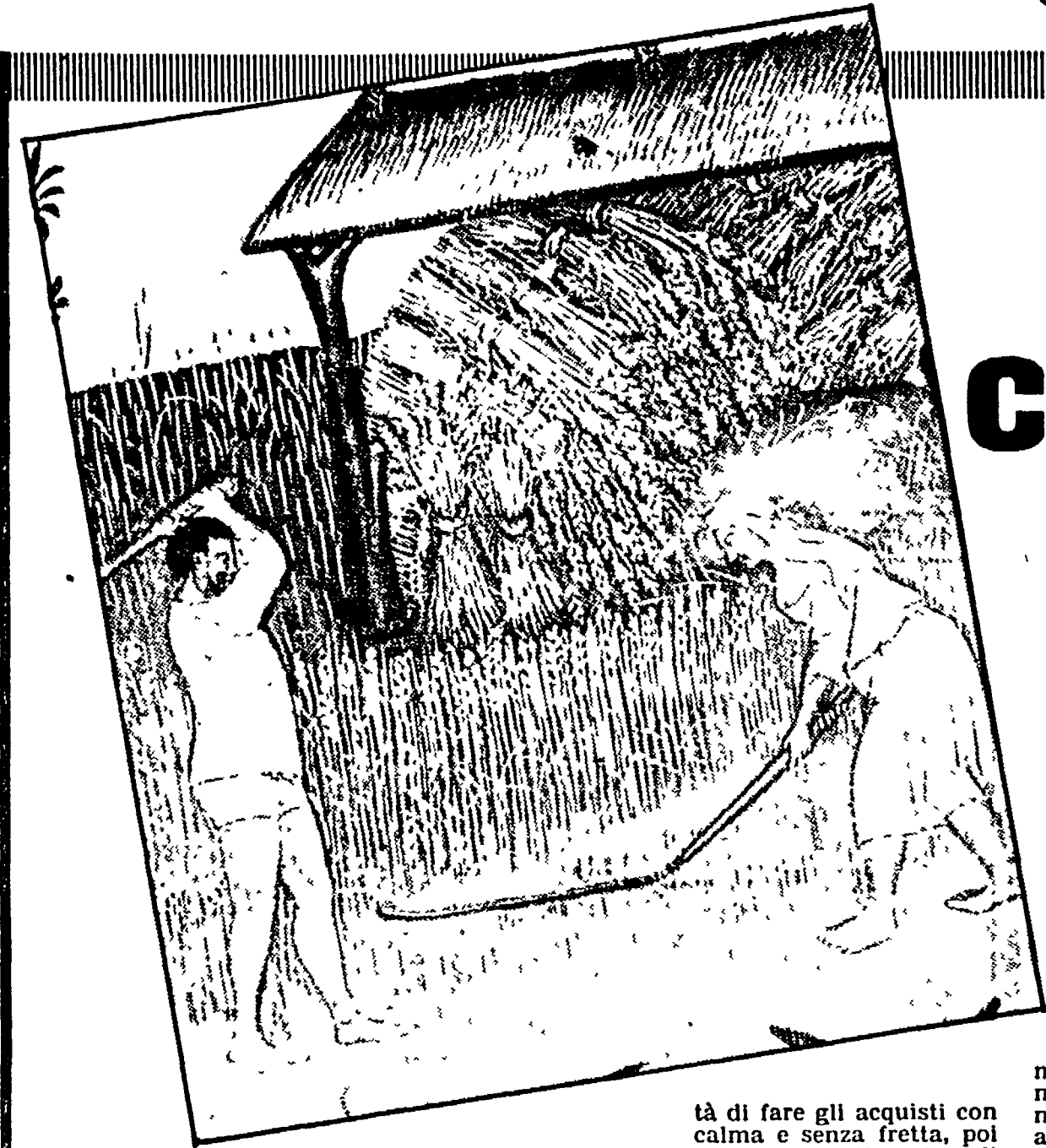


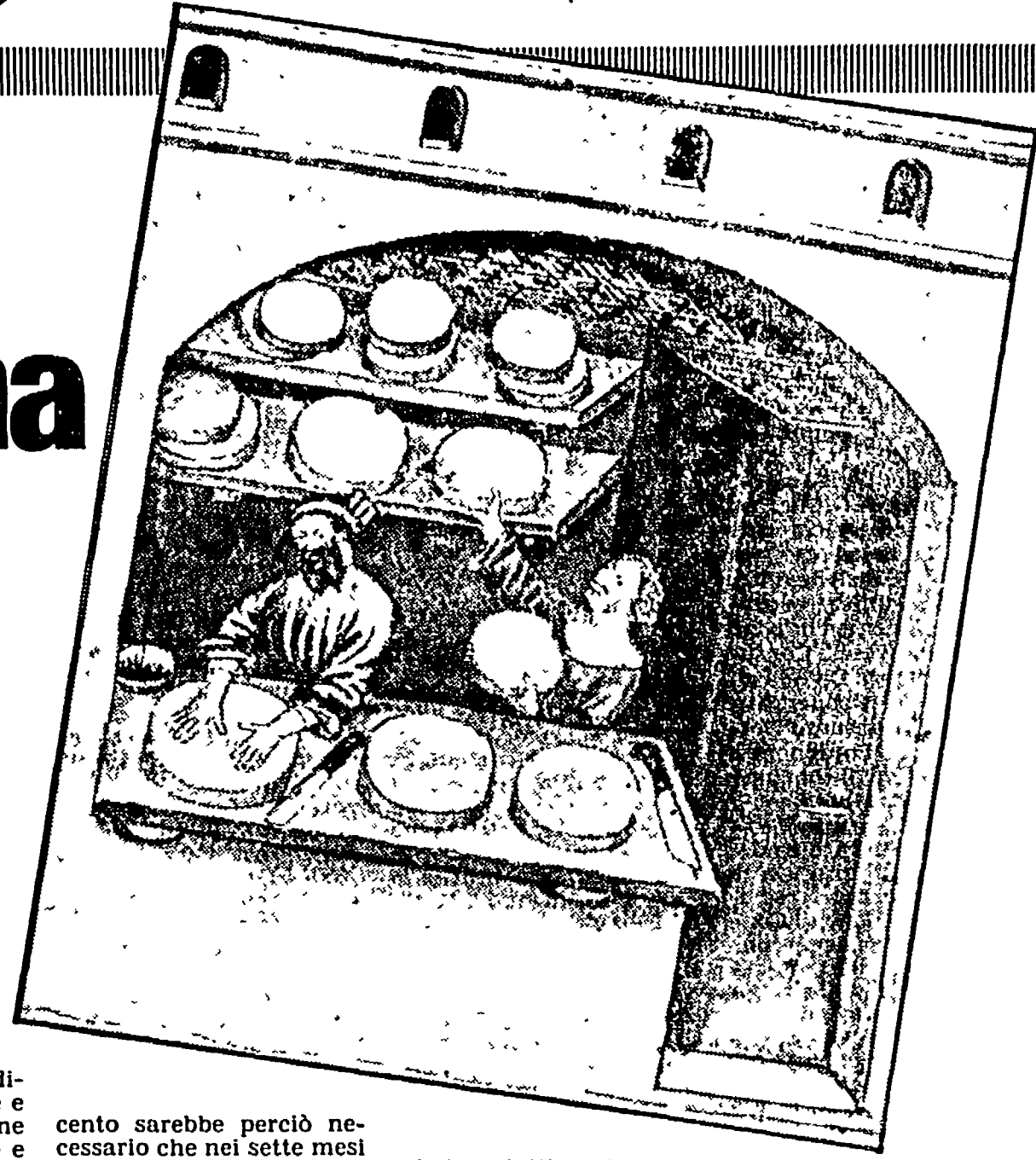
speciale

cooperazione

A CURA DELL'UFFICIO INIZIATIVE SPECIALI



La coop si conferma catena «leader» della distribuzione alimentare



Che cosa hanno consumato gli italiani nel 1984? Quali gli atteggiamenti e le aspettative dei consumatori nei confronti dei supermercati? Qual è il loro comportamento di fronte all'evoluzione dei prezzi? Quali sono stati i principali risultati conseguiti dalla Coop? A queste domande ha dato una puntuale risposta, attraverso attente analisi, la Cooperazione di consumatori/lega.

Come ha detto il presidente dell'Associazione nazionale cooperative di consumatori, Ivano Barberini, la Coop si conferma come catena leader nella distribuzione alimentare, con una quota di mercato pari a circa il 15 per cento del totale della distribuzione moderna, conta 540 cooperative, 1.434 punti di vendita, un fatturato di 3.335,8 miliardi (più 22,5 per cento rispetto al 1983) pari al 14 per cento del fatturato totale della rete moderna italiana; un utile di 73.700 milioni realizzato nelle 20 maggiori cooperative; 18.403 addetti ed oltre 1.500.000 soci.

Un bilancio altamente positivo che conferma un trend in atto da alcuni anni e che porterà il fatturato

della Coop a sfiorare 4.000 miliardi nel 1985. Di grande interesse sono i risultati di uno studio sulla distribuzione moderna a confronto con quella cooperativa nelle diverse aree geografiche e nelle diverse tipologie di rete, come contributo per il miglioramento delle informazioni su questo comparto economico.

Il consumatore sta ormai decisamente scegliendo la distribuzione moderna. A riprova di ciò vi è l'aumento del fatturato più che proporzionale all'ampliamento delle superfici di vendita di questa tipologia di negozi.

Dal supermercato ideale, come dimostra l'indagine commissionata dalla Coop alla Gfp e Associati, il consumatore si aspetta prima di tutto pulizia e luminosità, e poi in ordine di importanza: convenienza, rapidità alle casse, ambiente familiare e non anonimo, vicinanza, cortesia del personale, ampiezza dell'assortimento, servizio nei prodotti freschi.

Nel grande magazzino, coll'assortimento alimentare e non alimentare, al primo posto vi è la tranquillità ovvero la possibilità

di fare gli acquisti con calma e senza fretta, poi ampio assortimento di prodotti nei diversi settori merceologici compreso quello alimentare, mentre la convenienza è al tredicesimo posto.

Nell'ambito dei prodotti alimentari, come si è visto, il consumatore affida ancora importanza al livello dei prezzi. Ad ulteriore dimostrazione di ciò è la correlazione tra margini lordi e incassi. Al diminuire dei

margini lordi vi è un aumento più che proporzionale degli incassi. Questo andamento, tuttavia, non è uniforme nei diversi settori. Il consumatore, infatti, è molto attento ai prezzi dei generi vari, meno a quello dei prodotti deperibili.

Perché questo comportamento? Di fatto il settore dei generi vari è l'unico che consente un confronto tra prezzo e qualità garantito dalla marca, questo confronto manca nel prodotto fresco per le scarse

informazioni sulla produzione. In generale l'andamento dei consumi nel 1984 sottolinea uno spostamento verso i prodotti più pregiati: olio extravergine, anziché oliva o semi; carne bovina, anziché pollame suino; formaggi tipici e prosciutti crudi anziché insaccati, e nel cotto la coscia anziché la spalla; frutta esotica e di prima scelta.

Il vero boom si è avuto nel settore dei prodotti dietetici, mentre parallelamente si è verificata una diminuzione dei grassi in

genere, tendenze che dimostrano una maggiore e più consolidata attenzione ai problemi della salute e della linea.

Dalle elaborazioni dell'osservatorio prezzi Coop Italia risulta che i prezzi alimentari all'ingrosso sono aumentati a maggio mediamente dell'8,71% sui 12 mesi precedenti e del 3,93% come montante nei primi cinque mesi 1985.

Per poter realizzare l'obiettivo di contenimento dei prezzi intorno al 7 per

cento sarebbe perciò necessario che nei sette mesi residui gli aumenti non superassero la media mensile dello 0,44%, a fronte di una media di questa prima parte del 1985 dello 0,79%, e di una media nel periodo giugno-dicembre 1984 dello 0,58%.

Il concorso maggiore all'incremento verificatosi in questi mesi è dovuto ai prodotti industriali, cioè agli alimentari non freschi

ed ai prodotti per la casa e per la persona, assimilati agli alimentari nelle gamme merceologiche dei supermercati. Anche il comparto della frutta e ortaggi registra un aumento di prezzi molto elevato, in particolare modo dovuto a fattori stagionali, mentre notevolmente al di sotto del tasso medio si collocano le carni fresche, i salumi e i latticini.

Per i prossimi mesi si possono fare queste previsioni: durante il periodo estivo non si registrano, ordinariamente, variazioni di grande rilievo sull'insieme della contrattualistica. Si possono rilevare però effetti sia stagionali che di trascinamento (siltamento) di scadenze di condizioni contrattuali.

AICA Coop Italia: un buon rapporto

In molti anni di lavoro a stretto contatto, la cooperazione agricola e quella di consumo hanno realizzato un rapporto commerciale che vale oggi 314 miliardi e che le due parti hanno ritenuto indispensabile rendere più organico con un protocollo di intesa di ampio respiro, preciso punto di riferimento per le future attività. Il consolidato spirito di collaborazione e la comune fattiva volontà, scaturiti da questo plurennale rapporto, permettono alle parti di risolvere efficacemente anche le inevitabili difficoltà, che nell'operare quotidiano possono incontrarsi.

La cooperazione agricola, di cui AICA, suo consorzio nazionale, è capofila per l'area della grande distribuzione italiana ed estera (Gs, Standa, Conad, Pam, Sma...), rappresenta un gruppo di oltre 50 aziende di trasformazione alimentare (Acni, Ciam, Giglio, Cerpi, Riunite, tra le principali) e 100 cooperative ortofruticole che, con un fatturato 1984 di 2.100 miliardi, si qualifica come primo gruppo alimentare italiano.

Al di là delle cifre, il gruppo si caratterizza soprattutto per due suoi valori: la ricerca di una costante crescita in termini di immagine e l'estrema attenzione alla qualità delle produzioni.

Nei confronti della cooperazione di consumo, Aica ha contribuito a creare nel tempo quel proficuo rapporto a cui si accennava, sviluppando, in stretta collaborazione con Coop Italia, programmi di lavoro, verifiche preventive e consultive e operando incisivi interventi in settori e aree ove si rendevano necessari.

Aica, in particolare, si è impegnata a:

- garantire le produzioni delle associate in marchio Coop (burro, latte, olio, succhi di frutta, pasta, farina...), in termini di qualità e di servizio, cosicché oggi il fatturato per le produzioni per conto supera gli 80 miliardi;
- offrire prodotti di origine nazionale controllata, in particolare in tutto il comparto carni;
- inserire sui punti vendita Coop un'ampia gamma di prodotti a marchio aziendale (Oli-veta, Granarolo, Giglio, Parmasole, Aro...), e a sostenerle con adeguate politiche promozionali, al fine di accreditarle stabilmente presso il consumatore.

Far vivere meglio nelle cooperative di consumo delle diverse regioni l'affidabilità, che, sotto ogni aspetto, può offrire un interlocutore come la cooperazione agricola, è oggi obiettivo di lavoro per Aica, che verrà perseguito con la necessaria energia, senza prescindere dagli accordi nazionali, punti di forza tra i due settori cooperativi.

GIRO D'AFFARI AICA-COOP ITALIA 1984

	Valori in miliardi
Carni bovine e salumi	144
Vino	11
Olio	18
Conserven vegetali	3
Lattiero caseario	66
Avvicinico	28
Pasta farina	34
Ortofrutta	10
	314

VIN SANTO LIQUOROSO

GROPPERA

IMBOTTIGLIATO DA
CASA VINICOLA DI
LAPPEGGI
FRATELLI MAIANI
ANTELLA (FI) - ITALIA

IN VENDITA PRESSO I NEGOZI SUPERCOOP

La seconda parte dell'insero «Speciale cooperazione» uscirà domani

Le illustrazioni di questo inserto sono state in larga parte tratte da «THEATRUM SANITATIS», un codice del XI secolo conservato nella Biblioteca Casanestense di Roma e pubblicato dalla «Storia d'Italia».

Giulio Einaudi editore.

SALUMI

Collirrolli

NOVENTA - PADOVA

MERCURIO D'ORO 1970

NOVENTA PADOVANA (PD) - Tel. (049) 760.222 - Telex 430.392

La genuinità per tradizione nel settore delle carni conservate

grappe coop

grappa bianca di Vinaccia fresca

grappa di grande qualità

caled distillerie

ROCCABIANCA - Parma

Telefono 0521/876.721 Telex 53035

ceti

IMPIANTI TECNOLOGICI

PROGETTAZIONE ED INSTALLAZIONE DI:

- impianti termo-sanitari ed elettrici di tipo industriale e civile
- cabine e linee elettriche di bassa e media tensione
- impianti di illuminazione pubblica
- impianti di teleriscaldamento e per il recupero del calore
- attrazioni per Luna Park

REGGIO E. Via I Santi Corte Tezze CAVRIFGO tel 0522/54521 Tx COOPCETI 530556

MILANO - V a Pareto 36 tel 02 3098034

BARI - Via G Mameli 15 tel 080/584648

Un vigneto grande come l'Italia.

... nel grande vigneto Colliva, il "tuo" vino, quello che più ami, c'è.

Colliva: tanti vini di Qualità di cui 44 D.O.C. delle zone viticole italiane più tipiche ottenuti dalle uve di 45.000 Viticoltori Associati ed imbottigliati in 12 moderne Aziende.

Colliva, Consorzio Nazionale Vini, Modena, Via V. Santi, 14, tel. 059/333850, telex 512017.