

Foto di gruppo della distribuzione modello cooperativo

Oggi a villa Albergati di Zola Predosa (BO) si apre l'assemblea annuale della Coop Italia. Domani, con altre tre pagine, continuiamo la nostra indagine sulla realtà delle cooperative di consumo

# La mappa della rete coop Vale 5000 miliardi l'anno

Disegni di Antonio Modugno

**PIEMONTE** - In regione opera la Coop Piemonte con 223 miliardi di fatturato e 95000 soci. 32 punti vendita per 23500 metri quadrati di superficie. Il secondo posto se lo guadagna perché nella zona tra il Piemonte e la Lombardia opera anche la CPL Galliate, con 181 miliardi di fatturato, 11 supermercati per 12200 mq di superficie e una base sociale di 8900 persone. Gli occupati sono complessivamente 1740.

**LOMBARDIA** - Esclusi i negozi della Coop Galliate, che abbiamo «assegnato» al Piemonte, e, nel Mantovano alcuni punti vendita assegnati alla Nordemila con sede a Reggio Emilia, la Coop Lombardia realizza da sola 361 miliardi di fatturato, attraverso 38 punti vendita per 28400 metri quadrati. Nell'88 la Coop Lombardia ha aperto a Milano Bonola il suo primo ipermercato in un centro commerciale. Gli addetti sono 1377 e i soci 102000.

**LIGURIA** - Con i suoi 287 miliardi di fatturato e 38 punti vendita su 20500 metri quadrati la Coop Liguria continua il suo buon trend di espansione. I soci sono 160000 e gli addetti 960.

**TOSCANA** - Praticamente a pari merito con l'Emilia Romagna, visti i suoi 1353 miliardi di fatturato, realizzati da cinque cooperative due grandi (Unicoop Firenze 708,6 mld, La Proletaria 421,7 mld) e tre medie (Poniedera, 96,7 mld, Senese, 92,8 mld, Orbetello, 33,1 mld). I punti vendita sono 178, e la superficie complessiva è di 85300 metri quadrati. Vi lavorano 5247 persone, e i soci sono 526000.

5031 miliardi di lire e il giro d'affari totale realizzato dalle Coop in tutt'Italia e dalle 468 cooperative di consumatori presenti sul territorio nazionale. Spicca però il fatturato delle 18 cooperative grandi e medio-grandi - 4086 miliardi - mentre le altre 450 ne producono complessivamente meno di 1000. Nella distribuzione a macchia d'olio delle coop sul territorio nazionale, spicca quindi queste 18 aziende.

**FRIULI** - Le vendite del 1987 ammontano a 117 miliardi. La rete commerciale conta 18 punti vendita, per 11200 metri quadrati. 81200 sono i soci, mentre gli addetti sono 453.

**VENETO** - Questa regione rappresenta un caso un po' particolare in quanto vi si trovano, nella parte sud, diversi supermercati gestiti dalla sede di Bologna della Coop Emilia Veneto. Per quanto riguarda la cooperativa con sede a Mestre, la Unicoop Veneto, dispone di 9 punti vendita (3900 mq) e realizza un fatturato di 44 miliardi, con 196 addetti e una base sociale di 14800 persone.

**EMILIA ROMAGNA** - È la capofila per fatturato 1389 miliardi. È il prodotto congiunto di cinque grandi coop (Emilia-Veneto, Nordemila, Modena, Ferrara, Romagna-Marche, che gestisce tre supermercati anche in questa regione) realizzato tramite 176 punti vendita, per i 14483 metri quadrati di area di vendita, e 5647 addetti, cui vanno sommati gli 884 addetti del Cicc, che funziona da centro di smistamento merci. I soci sono 481000.

**UMBRIA** - È la prima della serie sotto i 100 miliardi per l'esattezza 92. Gestisce 24 punti vendita su 10900 metri quadrati. Associa 40000 persone e ne occupa 485.

**CAMPANIA** - Il fatturato della Coop Napoli è di 59 miliardi, realizzato in 8 punti vendita per complessivi 3800 metri quadrati. Vi lavorano 108 persone e i soci sono 26000.

● In Piemonte, Emilia-Romagna e Toscana convivono diverse «grandi Cooperative» con propri punti vendita. Nelle altre regioni il numero si riferisce a quelli della Coop regionale.

# GIGLIO: COOPERAZIONE E' MEGLIO.

## Una storia lunga 50 anni di successi Da 20 cooperative a 190 - Prima in Italia nel Parmigiano Reggiano, nel Burro e nella Panna.

«Abbiamo superato da poco il traguardo dei 50 anni di vita aziendale e già pensiamo al 2000. Il nostro passato è pieno di futuro. La formula della cooperativa si conferma oggi quello che dicevano i fondatori ieri. «Lavorare insieme per lavorare meglio». E questa voglia di lavorare insieme che ci fa crescere, nel rispetto della qualità dei prodotti e della professionalità della nostra gente. Nel nostro futuro ci sono l'impegno di sempre, la ricerca tecnologica, nuove strategie commerciali, nuovi mercati».

In queste parole di Emilio Severi, presidente della Giglio Gruppo Lattiero Caseario Italiano, c'è tutta la filosofia della Giglio.

**10.000 Soci**  
La «Latterie Cooperative Riunite» - così si chiamava la Giglio degli inizi - è stata fondata nel 1934, da un gruppo di 20 cooperative. 54 anni dopo, la Giglio è uno dei maggiori gruppi alimentari italiani. Una crescita continua, un progresso costante. Nel 1987, Giglio riunisce

10.000 Soci di 190 Cooperative in Emilia, Lombardia, Veneto e Piemonte con un patrimonio di oltre 63 mila capi di bestiame da latte altamente selezionati. Per la lavorazione del latte Giglio dispone di un complesso industriale che si estende su un'area di 110 mila metri quadrati. Ogni giorno varcano i cancelli 600.000 litri di latte freschissimo ed escono oltre un milione di confezioni di latte, burro, panna, yogurt, formaggi che vengono distribuite su tutto il territorio nazionale attraverso una capillare rete distributiva.

**Primati italiani**  
Oggi la Giglio è prima in Italia - e quindi nel mondo - nella commercializzazione del Parmigiano Reggiano fiore all'occhiello dell'azienda.

I magazzini di stagionatura della Giglio possono ospitare (in ambienti dove speciali apparecchiature mantengono costanti umidità e temperatura) fino a 150 mila forme di Parmigiano.

La Giglio occupa il primo posto in Italia anche nel

burro e nella panna, ed è tra le prime aziende per il latte. È presente commercialmente in 40 Paesi tra i quali la Francia, la Svizzera, la Gran Bretagna, la Svezia, la Norvegia, la Spagna, gli Stati Uniti, il Canada, il Brasile, l'Argentina, l'Australia, il Giappone.

**1.600 controlli**

La Giglio ha scelto la strategia della qualità e della specializzazione. Il latte il miglior latte italiano e unicamente i prodotti derivati dal latte.

Una qualità che nasce dall'eccezionalità dell'

materna prima, dalle preziosissime antiche tradizioni dei suoi 10.000 Soci produttori e da

una cura incessante in ogni fase della lavorazione. Il latte, intero parzialmente scremato e scremato viene controllato di continuo ogni quarto d'ora sono

prelevati e analizzati campioni di latte per un totale di 1.600 controlli giornalieri.

Una cautela indispensabile, dato che da qui deriva l'intera produzione. E la stessa cura viene dedicata al famoso burro, alla panna e agli ottimi yogurt.

Per il burro ad esempio, si parte dall'analisi dell'acidità e del grasso della panna e vengono effettuati numerosi controlli durante la lavorazione e persino durante il confezionamento. Non a caso è Giglio il primo burro D.O.C. il burro Sigillo d'Oro impiega solo panna selezionata per cremosità e freschezza, il fiore della panna di pri-

ma scelta. Anche per lo yogurt, la preparazione è conforme agli standard più affidabili: i vasetti vengono formati a caldo sul momento, in modo da garantire igiene e sicurezza assoluta. Intero o magro, lo yogurt Giglio è anche in molti ghiotti gusti alla frutta come frutti tropicali, frutti di bosco, banana, macedonia, agrumi ecc.

**Vocazione al futuro.**

Come abbiamo visto, la tradizione viene gelosamente conservata nella produzione. Ma Giglio è anche una grande azienda modernamente imprenditoriale nella distribuzione e nella politica di vendita.

Attaccata all'esempio degli avi per quanto riguarda la lavorazione dei prodotti caseari, in tutte le fasi commerciali Giglio dimostra una grande vocazione al progresso e all'innovazione. Il Gruppo ha una sua propria finanziaria il che permette all'azienda di avere una fonte di finanziamento autonoma.

Inoltre, Giglio ha introdotto le più avanzate tecni-

che distributive che permettono di ottimizzare le risorse sia umane che tecnologiche. I venditori Giglio sono veri e propri collaboratori de, loro interlocutori, gli esercenti, ed offrono un servizio migliore ed una competenza sempre più qualificata anche nell'ambito del merchandising.

E poi Giglio non si limita a praticare una intelligente politica dei prezzi, ma si avvale massicciamente di incentivazioni, promozioni e comunicazione pubblicitaria.

È passato molto latte sotto i ponti (se così possiamo dire) da quel lontano 1934, quando 20 cooperative emiliane decisero di unire il loro lavoro. Ma restano saldi i legami con il passato il prezioso latte dell'«Isola del tesoro» (il «triangolo» Reggio Emilia - Parma - Modena) e la cura e l'attenzione con cui viene lavorato, la volontà di progredire insieme.

Una riprova delle potenzialità imprenditoriali della cooperazione. Un patrimonio unico in Italia al quale, soprattutto, Giglio deve il suo successo.

