

La parola chiave che contraddistingue la situazione è concorrenzialità: in Italia sono ai primi passi sia le strutture enormi come supermercati e ipermercati sia i discount, già affermati in Usa e in Germania

Grande distribuzione

Wall Mart il più grande discount degli States ha uno slogan prezzi bassi, sempre Aldi discount tedesco vende da solo il 50% del caffè consumato in Germania. I prezzi bassi insomma sono attrattivi. Ma è molto importante anche la qualità. Così, in Italia esisteranno discount Coop solo se sarà possibile coniugare qualità e bassi prezzi e ora ci sono i «primi prezzi» su un pacchetto di 200 prodotti indispensabili

grande discount degli States ha uno slogan molto semplice: «Prezzi bassi ogni giorno». Ma allora il discorso sulla qualità che è stato il cavallo di battaglia della cooperazione in questi anni? Il consumatore, spiegano i operatori, è ormai molto attento alla sostanza spesso è disponibile a sperimentare se si rende conto che può trovare un buon rapporto prezzo qualità è questo il caso dei prodotti COOP che sono sempre in evoluzione positiva. Anche se viene sottolineato visto che la tendenza a prezzi più bassi è COOP ha studiato una proposta chiamata Primiprezzi che offre circa duecento prodotti di prima necessità a prezzi vantaggiosi contenuti senza rinunciare alla qualità.

ad «esagerare» in positivo la qualità del prodotto così la percezione soggettiva del livello di qualità è spesso più alta del reale. I prodotti in sé appartengono a fasce diverse, a quanto sembra anche molte aziende titolari di marchi prestigiosi stanno riorganizzando una parte della propria produzione per garantirsi una presenza nell'hard discount. La qualità dunque sarebbe la stessa mentre cambiano nomi e marchi. Anche se non sempre è così. Un altro esempio questa volta tedesco Aldi uno dei più importanti e radicati discount d'Europa (copre da solo il 15% della spesa alimentare tedesca complessiva) ha un'immagine che tiene insieme il marchio e il prezzo basso è un elemento grande ma attrattivo e Coop cosa far?

Su questo punto la risposta è netta: Coop non si sottometterà. Ci saranno i discount Coop solo se sarà possibile riuscire a garantire con temporaneamente, in prezzi bassi e la consueta qualità dei prodotti.

Per questo punto la risposta è netta: Coop non si sottometterà. Ci saranno i discount Coop solo se sarà possibile riuscire a garantire con temporaneamente, in prezzi bassi e la consueta qualità dei prodotti.

■ Cosa accade nel mondo della grande distribuzione? Basta una parola per dirlo: concorrenzialità. Là dove la distribuzione si qualifica cioè in ogni tipologia distributiva moderna la concorrenzialità aumenta ed assume forme anche molto aggressive. certo il fenomeno si verifica sulla base di un dato di partenza che è quello della relativa novità di forme fino a poco tempo fa ancora abbastanza rarefatte. In altre parole i grandi supermercati o gli ipermercati sono in Italia ancora un fatto nuovo. Ma è un altro fenomeno nuovo l'hard discount che si caratterizza in modo completamente diverso da super e ipermercati alla grande varietà di merci presentate da questi ultimi oppone una scelta limitata

ai criteri scientifici di presentazione, oppone un ambiente spoglio spesso non enorme, in cui gli articoli sono offerti in grandi scatoloni alla logica delle offerte speciali anche su prodotti di qualità oppone quella dei prezzi bassi sempre.

L'hard discount dicono alla Coop è ai suoi primi passi in Italia viene dunque percepito come la risposta ad una situazione di difficoltà economica che ha reso necessaria per molti consumatori una certa parsimonia. E invece un fenomeno siamo sempre alle previsioni che si fanno in COOP destinato a perpetuarsi un esempio? Vediamo un esempio americano è quello della WALL MART che è diventato in pochi anni il più



Una Associazione fortemente radicata al territorio Soci-consumatori: sono 200.000 in Coop Estense

■ Sovente chi pensa a Coop focalizza in primo luogo la grande e moderna impresa di distribuzione. Coop estense è sicuramente questo ma la sua dimensione e la sua natura è anche quella di una grande Associazione di Soci-consumatori fortemente radicata al territorio e soprattutto orientata ai bisogni ed alle aspettative dei propri aderenti. Bastano pochi e significativi dati per mettere in risalto tali peculiarità.

A Coop Estense ci tengono a sottolineare con orgoglio a tale proposito le 1945000 copie stampate del mensile «Consumatori» spedito gratuitamente a tutti i Soci, uno strumento di informazione sulle decisioni e le scelte della cooperativa, ma anche di orientamento e formazione che da anni contribuisce a diffondere quella cultura «consumatori» che ha un biagio gli stili di vita, le abitudini, l'approccio alla spesa di migliaia di famiglie ferraresi e modenesi secondo un atteggiamento più critico ed attento.

Alla data del 30 novembre i Soci di Coop Estense erano 197.223 di cui ben 10.233 associati nell'anno in corso. Attratti dal vantaggio economico e soprattutto dalla fiducia ispirata da Coop.

Così come non va dimenticato quando si parla di salute l'impegno di Coop per lo sviluppo numerico e qualitativo dei prodotti a marchio Coop e «con Amore» che ha portato ad offrire al consumatore circa 700 referenze nelle più importanti e significative famiglie merceologiche.

Vantaggio economico che si è concretizzato in un risparmio effettivo di 8 miliardi e 740 milioni di lire sugli acquisti effettuati in occasione delle iniziative di sconto mensili riservate ai soli Soci.

Prodotti più convenienti e di alta qualità sottoposti a severissimi controlli e fabbricati seguendo specifici indirizzi e norme, quasi sempre più restrittivi di quelli di legge.

Nel dettaglio appaiono interessanti alcune cifre: 102.000 soci hanno aderito alle due occasioni dello sconto dell'10 sui prodotti alimentari realizzando un risparmio effettivo di 3 miliardi e 330 milioni sui acquisti. 142.000 soci hanno apprezzato il parmigiano-reggiano in offerta a 47.000 l'olio extravergine in totale i buoni sconto utilizzati alla data attuale sono stati 655.000 somma totale di tutte le occasioni di sconto per i soli Soci.

Ultimo ma non per importanza ci viene evidenziato il dato relativo alla partecipazione. 10.000 soci partecipanti alle assemblee ordinarie e straordinarie, 15.000 soci che hanno partecipato al referendum sulla scelta per le iniziative di sconto. I tanti Soci che volontariamente si rendono disponibili per l'elaborazione e la realizzazione, la gestione delle decine di iniziative (mostre, corsi, indagini) di carattere culturale, formativo ed informativo spesso in collaborazione fattiva con le più diverse associazioni ed istituzioni pubbliche private.

Non è mania ragioneristica - ci tengono a dire in Coop Estense - ciò che spinge ad evidenziare i numeri e le cifre, bensì l'evidente dimostrazione che i Soci gradiscono di conseguenza determinano nei fatti le scelte della cooperativa. Scelte di socialità che non si limitano all'offerta peraltro indispensabile di forti vantaggi economici ma si concretizzano nell'impegno costante alla tutela della salute ed all'informazione ed orientamento ai consumi in un mix quotidiano che fa percepire Coop come un'organizzazione distributiva di verso dalle altre.

Tutto questo in estrema sintesi - ci viene detto - è ciò che ci rende diversi, che teggia la peculiarità della cooperazione di consumo che vuole essere allo stesso tempo capace di rispondere alla missione sociale di tutela del consumatore, mantenendo integra la propria capacità e competenza.

10.000 esercenti al dettaglio ANCD: realtà economica ed imprenditoriale attiva anche nell'extralimitare

■ L'Associazione nazionale le cooperative tra dettaglianti (ANCD) aderente alla Lega nazionale cooperative e mutualistiche associa circa novanta cooperative che a loro volta raccolgono circa Diecimila esercenti al dettaglio per una cifra complessiva di vendite al pubblico che raggiunge i novemila miliardi di lire. Le cooperative aderenti ad ANCD nel settore alimentare operano in forma collegata al consorzio Conad nel settore extralimitare. In ANCD ricopre un ruolo particolarmente significativo in tre comparti organizzati attraverso consorzi nazionali si tratta di Eco Italia che si occupa di elettrodomestici, video e di Ungata che lavora nel settore tessile e abbigliamento. Vi è stata ma estremamente interessante è la realtà aderente ad ANCD che opera attraverso cooperative in molti altri settori merceologici: si va

Nuove iniziative con il Wwf, costituita la nuova società Sicon Si moltiplica l'impegno sociale e cresce la forza della rete Conad

■ Conad il Consorzio Nazionale Dettaglianti rappresenta un delle più grandi catene della distribuzione italiana, con 22 cooperative associate ed una rete di oltre 6.000 punti vendita associati. Dopo la riuscita esperienza di «Conosci la natura» il programma sulle Oasi protette diffuso durante lo scorso anno e che si è concluso ufficialmente con la premiazione dei migliori progetti presentati dalle classi che hanno partecipato. Conad ha deciso di continuare ad associare la propria immagine a quella di Wwf. Questa collaborazione nasce dall'attenzione del Consorzio alle esigenze dei consumatori ma anche e soprattutto tutto il servizio di responsabilità sociale che dovrebbe apparire a tutte le imprese, che come Conad operano interagendo con i cittadini. La riconquista della città

in particolare nasce dal convincimento che in una città non potrà diventare più vivibile se non verrà pensata anche «a misura di bambino». Per questo Conad ha finanziato la distribuzione per ora limitata alle scuole iscritte al Panda Club di un kit formativo che consente ai bambini sotto la guida dell'insegnante di difendere e ricostituire la città ovvero l'ambiente con cui la loro interazione è più stretta. Non solo Conad sarà anche sponsor del Congresso dei bambini che si svolgerà in aprile a Bologna dove centinaia di bambini provenienti da tutti i Paesi si scambieranno esperienze ed opinioni per elaborare una serie di proposte sulla qualità della vita che saranno poi «grate» ai vari amministratori politici e urbani. Le iniziative sociali di Conad si inseriscono in un contesto economico significativo

Un fatturato di 3.364 miliardi e un giro d'affari al dettaglio stimato in 13.447 miliardi che consentiranno il gruppo di raggiungere un secondo posto nel panorama della situazione italiana, queste le cifre dell'alleanza strategica tra Conad, Sigma e Conitecoop siglata nel luglio scorso a Roma dai dirigenti dell'Associazione nazionale Cooperative (Anco) e della Distribuzione (Confcooperative) che ha portato alla costituzione di una società strumentale Sicon Srl.

Completata la società sarà quella di negoziare con l'industria le condizioni commerciali per tutte le organizzazioni interessate sfruttando i forti di una rete che su per i 12.000 punti vendita su tutto il territorio nazionale l'accordo può salvaguardare le insegne ed i marchi commerciali esistenti prevedendo forme di collaborazione più ampie (razionalizzazione dei Centri di distribuzione, progetti per il canale Discount non food catering ed importazioni) e costituirà il primo passo verso una integrazione più completa. Per il 1994 in attesa di entrare a regime Sicon delegherà a Conad a negoziare con l'industria le migliori condizioni per l'intero gruppo. Sigma e Conitecoop già uniti positivamente dal 1987 nel Consorzio Cid continueranno a mantenere un rapporto con l'industria convenzionata per la definizione dei calendari promozionali che resteranno autonomi. Sigma e Conitecoop potranno inoltre utilizzare o partecipare la società di servizi specialistiche e finanziarie che fanno capo a Fincoomia la capo gruppo delle società collegate a Conad.

Coopservice per risolvere i problemi quotidiani nella gestione d'impresa Il servizio? è integrato e personalizzato

Coopservice
SERVIZIO DI POLICIA

LA QUALITÀ DEI SERVIZI INTEGRATI

Sede legale
Via Galliano 10 • 42100 Reggio Emilia
Tel. 0522 514332 ra

Sedi decentrate
Genova, La Spezia, Savona, Cuneo, Cremona, Mantova, Ferrara, Modena, Bologna, Ferrara

Coopservice è un servizio di servizi di fiducia pensati per le imprese pubbliche e private. Si tratta di servizi integrati e attivi in modo sinergico alla ricerca di quelle soluzioni che risolvono i problemi quotidiani di un'impresa. Il servizio è diviso in tre aree: Pulizie e Sanificazione, Manutenzione e Assistenza, e Sicurezza. Coopservice è un servizio di servizi di fiducia pensati per le imprese pubbliche e private. Si tratta di servizi integrati e attivi in modo sinergico alla ricerca di quelle soluzioni che risolvono i problemi quotidiani di un'impresa. Il servizio è diviso in tre aree: Pulizie e Sanificazione, Manutenzione e Assistenza, e Sicurezza. Coopservice è un servizio di servizi di fiducia pensati per le imprese pubbliche e private. Si tratta di servizi integrati e attivi in modo sinergico alla ricerca di quelle soluzioni che risolvono i problemi quotidiani di un'impresa. Il servizio è diviso in tre aree: Pulizie e Sanificazione, Manutenzione e Assistenza, e Sicurezza.

IDROTERMICA COOP
SOC. COOP A R.L.

Via Bartolomeo Vanzetti 1 Tel. (0543) 724428 Fax 795639 47100 FORLÌ

AZIENDA IMPIANTISTICA ROMAGNOLA CON VENTENNALE ESPERIENZA NEL SETTORE DELLA PROGETTAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DI CENTRI COMMERCIALI - IPERMERCATI CENTRI DIREZIONALI

PRESENTE SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE, ELABORA PROPOSTE TECNICHE AVANZATE AL SERVIZIO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE