

Domani a Casalecchio assemblea ordinaria di bilancio della cooperativa di distribuzione

# Identikit di Coop Italia

## Il successo voce per voce

### LA COOP NEL DISTRETTO ADRIATICO

Il Congresso di Bologna è stato l'occasione per fare il bilancio degli ultimi cinque anni delle Coop dell'area emiliano-romagnola e triveneta.

Alla crisi economica degli ultimi anni la distribuzione cooperativa ha risposto con efficienza e sviluppando, con la qualità, anche la massima ricerca della convenienza. Ma dal patrimonio positivo accumulato in decenni di sviluppo e di innovazione le Coop del Distretto Adriatico partono per affrontare le impegnative sfide dei prossimi anni, che saranno caratterizzate soprattutto dalla ricerca del massimo risparmio (discount: partirà a breve un progetto Coop), dall'intervento delle grandi catene commerciali francesi, tedesche e inglesi, dal difficile connubio tra consumi, qualità e ambiente.

La forza maggiore delle Coop è però rappresentata dai soci, carta vincente della cooperazione di consumatori.

### LO SVILUPPO

È già cominciato un periodo molto turbolento nel settore distributivo italiano, interessato a grandi investimenti nazionali e stranieri. Soprattutto questi ultimi preoccupano per il livello competitivo che le imprese distributive francesi e tedesche possono portare nelle nostre regioni.

Le cooperative si attrezzano a questa sfida con le armi della ricerca dell'efficienza, dell'economicità delle gestioni, con l'innovazione e lo sviluppo. Il progetto di logistica integrata dei Cicc ne è un segno concreto.

Il programma di sviluppo di ipercoop in tutta l'area del Distretto contribuirà a portare la Coop in posizione di primato nazionale anche in questa tipologia. Diffusi ora in Emilia, Puglia, Marche e Mantova, gli ipercoop dovranno, oltre che consolidarsi in queste aree, svilupparsi in Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Abruzzi e, forse, Trentino-Alto Adige. In questo ambito, è rilevante l'impegno verso la Puglia. Vi sono già insediati due ipercoop (Taranto e Lecce) con l'intenzione di aprirne uno in ogni importante città della regione. È il primo intenso programma di sviluppo nel Sud che la cooperazione di consumatori ha mai intrapreso a livello nazionale.

Livelli più alti di efficienza e di capacità di investimento sono alla base delle due unificazioni di Coop Nordemilia con Coop Consumatori del Friuli-Venezia Giulia e di Coop Emilia Veneto con Coop Romagna Marche, che saranno operative dal 1° gennaio 1995. Esse completano il processo avviato con l'unificazione in Coop Estense di Coop Modena e Coop Ferrara, e sono una tappa verso ulteriori aggregazioni. Si ricerca così la massa critica necessaria a stare efficacemente sul mercato.

Anche fra le piccole cooperative si sta intensamente operando per superare le condizioni di marginalità di molte di esse. Lo scopo: offrire un buon

servizio di vicinato nelle piccole località e poter procedere a importanti, anche se necessariamente limitati, programmi di sviluppo, così come sembrano indicare gli esempi di Coop Eridana e di Coop Reno.

Nell'innovazione tipologica, è di rilievo la decisione di quattro grandi cooperative del Distretto di aderire al progetto nazionale di sviluppo di una rete di discount cooperativi, ad alto livello di convenienza e a qualità controllata.

### NELLA RETE COOP SEMPRE PIÙ IPERMERCATI

La scelta degli ipermercati ha costituito una vera e propria virata strategica delle cooperative del Distretto Adriatico, dei 15 ipercoop aperti in Italia, i due terzi (10) sono adriatici. Nei prossimi anni lo sviluppo delle nostre maggiori cooperative sarà quasi esclusivamente per ipermercati. Il loro fatturato, proseguendo di questo passo, è destinato a superare quello dei supermercati.

Questi ultimi, con l'avvento degli iper, tendono a accentuare la loro vocazione di strutture moderne di vicinato, qualificate soprattutto per i prodotti freschi.

Gli ipermercati promossi dalla Coop sono da catalogarsi fra quelli di taglia media, hanno generalmente una collocazione a ridosso della periferia cittadina e sono sempre inseriti in un centro commerciale.

### L'ANDAMENTO DELLE VENDITE

Sono stati soprattutto gli ipermercati cooperativi a tenere sostenuto il trend delle vendite. Gli ipermercati hanno anche determinato uno spostamento delle vendite verso i non alimentari, dall'8% di cinque anni fa all'attuale 14% medio.

### I SOCI. LA RAGIONE D'ESSERE E LA FORZA DELLA COOP

Con il 1994 le cooperative del Distretto adriatico raggiungeranno il milione di soci. Un traguardo che dà il senso del radicamento della cooperazione di consumatori nella collettività. È un movimento di pertinenza che fa della solidarietà, della trasparenza, della collaborazione e dell'onestà i suoi fondamentali etici, e dell'efficienza la regola organizzativa. Così, la cooperativa nasce e vive con i soci e per i soci: è impresa che vive sul mercato e nella società; custodisce e pratica un sistema di valori che vanno ben oltre le prescrizioni delle leggi. La distribuzione dei soci nel Distretto rivela la storia della cooperazione, dalle sue zone più tradizionali a quelle di recente insediamento.

### I SOCI E LO SVILUPPO

Aumento dei soci e delle vendite reali vanno di pari passo. Se si toglie l'effetto dell'inflazione alle vendite se ne vede la rispondenza con il numero dei soci, che accompagnano costante-

mente lo sviluppo di Coop, anche in termini quantitativi.

Sono sempre più numerosi i soci che danno un contributo diretto allo sviluppo della cooperativa, attraverso il prestito. Nelle cooperative che raccolgono il prestito, i soci prestatori sono ormai un quarto di tutta la base sociale.

### IL CICC

Il Consorzio interregionale delle cooperative di consumatori, con le sue funzioni di approvvigionamento della rete di vendita, assolve un ruolo molto importante per l'efficienza e lo sviluppo delle cooperative del Distretto.

Il Cicc è articolato su 6 magazzini compreso quello abbinato alla sede di

Anzola Emilia. Il Cicc ora si appresta a raggiungere livelli superiori di funzionalità e di economicità attraverso la realizzazione di un progetto di logistica integrata. Il progetto mira a sviluppare maggiori sinergie lungo tutta la catena distributiva delle merci, dal produttore allo scaffale del punto di vendita.

### CHI LAVORA ALLA COOP

I dipendenti delle Cooperative di Consumatori del Distretto erano, al 31.12.1993, 11.758 cui si aggiungono i 791 del Cicc. Rispetto al dato del 1989, un aumento del 40%.

Così come fra i soci, aumenta la quota delle donne fra il personale: 64,8% donne e 35,2% uomini.

	soci	punti vendita	area di vendita (mq)	lavoratori	vendite (mil)
COOP ESTENSE	197.923	42	52.817	2.224	958
COOP NORDEMILIA (A)	164.732	54	59.111	2.263	782
COOP CONSUMATORI (B)	112.945	23	16.017	617	216
<b>A + B</b>	<b>271.218</b>	<b>77</b>	<b>75.128</b>	<b>2.880</b>	<b>998</b>
COOP EMILIA VENETO (C)	243.645	68	70.441	3.240	1.157
COOP ROMAGNA MARCHE (D)	140.935	37	38.268	1.431	564
<b>C + D</b>	<b>384.580</b>	<b>105</b>	<b>108.709</b>	<b>4.671</b>	<b>1.721</b>

Dati al 31-12-93 - In neretto i dati delle due unificazioni, che avranno validità dal 1-1-95

CINQUE ANNI DI SVILUPPO	1989	1993	variazione
SOCI	718.772	949.939	+ 32%
COOPERATIVE	65	41	-27%
VENDITE LORDE (miliardi)	2.342	4.052	+ 73%
VENDITE LORDE DEFLAZIONATE (miliardi)	2.342	3.250	+ 40%
NEGOZI	361	361	=
AREA DI VENDITA (mq)	154.113	230.777	+ 50%
LAVORATORI	8.746	11.758	+ 34%

*Vonci sapere che ci quadaquo a scegliere la Coop.*



Ogni anno i nostri utili si trasformano in convenienza, ma anche in qualità dei prodotti e del servizio. Perché siamo una cooperativa di consumatori, e investiamo in un valore che conta: il rispetto di chi ci sceglie.

**Alla Coop la convenienza la trovi anche nelle cose che non hanno prezzo.**

