

Parte l'alleanza Coopernic sfida europea a Wal Mart

Conad con altre quattro grandi catene dà vita al secondo gruppo mondiale della distribuzione

di Giampiero Rossi inviato a Bruxelles

ALLEANZA La sfida europea al colosso americano della distribuzione commerciale Wal-Mart parte da una cooperativa. Si chiama Coopernic, raduna cinque grandi catene che mettono in comune un giro d'affari di oltre 96 miliardi di euro e un'alleanza che

passa per quasi 17.500 punti vendita sparsi in 17 paesi del Vecchio Continente. Quanto basta a farne il più grande soggetto europeo del settore (con una quota di mercato del 10%), ma anche il secondo al mondo.

C'è anche un pezzo d'Italia in questo ambizioso progetto, rappresentato da Conad, secondo gruppo della distribuzione italiana con i suoi 8,5 miliardi di euro annui di giro d'affari e una quota di mercato del 12,2%. Gli altri quattro partner sono Colruyt (Belgio), Coop Suisse (Svizzera), E. Leclerc (Francia) e Rewe (Germania). L'obiettivo dell'operazione? "E' la creazione di opportunità, non la realizzazione di profitti - spiega Camillo de Berardinis, amministratore delegato di Conad - non si tratta di una maxifusione e nemmeno di un'operazione finanziaria, ma di un'iniziativa il cui valore è essenzialmente strategico per offrire ai soci-imprenditori e alla cooperazione nel suo complesso ulteriori opportunità di sviluppo. Le economie che si determineranno nelle sinergie tra catene saranno trasferite ai clienti in termini di assortimento, qualità e prezzo. E in questo sta il vero vantaggio del

gruppo. Ne trarranno beneficio non solo i consumatori e i soci, ma anche l'industria alimentare italiana che potrà usufruire di una nuova autostrada per l'Europa". Il ragionamento che ha condotto alla firma, ieri a Bruxelles, dell'atto costitutivo della nuova cooperativa di diritto europeo è maturato parallelamente ai risultati positivi della partnership avviata nel 2001 tra Conad e E. Leclerc. Il movimento di concentrazioni delle industrie dei beni di consumo accelera. Sui grandi segmenti di mercato, osser-

vano i manager di Conad e delle altre cooperative, tre o quattro grandi imprese multinazionali forniscono - unicamente a se stesse - l'80% dell'offerta degli ipermercati. E questa concentrazione riguarda, parallelamente, anche il settore della distribuzione: acquisti, fusioni, Opa si sono moltiplicate negli ultimi anni. I commercianti indipendenti dovevano quindi reagire. E proprio per offrire ai propri associati i mezzi per affrontare questa sfida concorrenziale, i cinque gruppi hanno deciso di allearsi e creare la

Il giro d'affari supera i 96 miliardi di euro
Quasi 17.500 i punti vendita nel Vecchio continente

Coopérative Européenne de Référencement et de Négoce des Indépendants Commerçants (cioè Coopernic). Ciascuno dei cinque soci controllerà una quota del 20% del capitale. "Questa è un'operazione promossa da gruppi indipendenti che tali vogliono rimanere - sottolinea Francesco Pugliese, direttore generale di Conad - ogni gruppo potrà delegare la ricerca delle migliori condizioni al partner aderente a Coopernic più adeguato per mercato d'elezione e know how maturato. Si potranno attuare sperimentazioni in più paesi, introdurre nuovi assortimenti, condurre test, mettere a punto e lanciare linee di prodotto comuni. Basti pensare alle opportunità che si presentano per i produttori della migliore tradizione gastronomica italiana, confluiti sotto il marchio "Sapori & Dintorni", la linea di prodotti Conad nata per valorizzare il made in Italy".



Camillo De Berardinis

Conad sottolinea l'allargamento di orizzonte che la cooperativa europea è in grado di offrire a molte piccole e medie aziende italiane. Al socio italiano, infatti, è stato riconosciuto un ruolo di riferimento per il comparto agroalimentare (ortofrutta in particolare): sarà Conad a scegliere quali arance o quali pomodori andranno sui banchi di

17.500 punti vendita. E ai consumatori italiani arriverà il meglio della produzione di altri settori merceologici in cui i partner europei sono più forti. Ma anche nel rapporto con le grandi multinazionali, dalla Coca Cola alla Procter & Gamble, il nuovo colosso cooperativo sarà in grado di spuntare condizioni e prezzi migliori.

Cresce il polo italiano: il Gigante sceglie Coop

La società vicina a Carrefour opta per «Centrale italiana», che arriva al 24% del mercato

Coop batte la «concorrenza» francese e conquista un nuovo partner: il Gigante. È l'ultimo ingresso nella «Centrale italiana», l'aggregazione di marketing nata ad ottobre scorso e che in pochi mesi ha già raggiunto il 24% del mercato della Penisola sul fronte della grande distribuzione. Il Gigante era finora nell'orbita di Carrefour. Poi, colpo di scena: sceglie il gruppo tutto italiano. Che sotto le Alpi vuol dire il polo leader della distribuzione: una quota di mercato del 24%, un fatturato di 17,2 miliardi, 5.075 punti ven-

dità, tra i quali 83 ipermercati. Con la new entry si conferma la filosofia di fondo che fin dall'inizio ha ispirato il polo: rafforzare i marchi nazionali per creare prospettive alle produzioni italiane e al sistema Paese. «Oggi in Italia gli stranieri sommati assieme superano il 50% del mercato - spiega Vincenzo Tassinari, presidente di Centrale italiana - Il rischio colonizzazione esiste. Se si vuole evitare occorre creare un forte polo italiano, che si confronti poi a livello internazionale». Centrale italiana non è solo un

gruppo di acquisto. Il suo primo obiettivo è quello di lavorare per costruire relazioni di qualità, per far pesare non solo la forza contrattuale, ma la capacità di proporre soluzioni a vantaggio dei consumatori. Il nuovo accordo si applicherà alle politiche di acquisto, allo sviluppo di sinergie e allo sviluppo della qualità del modello negoziale. «Il Gigante» è un gruppo di grandi magazzini e supermercati che opera nelle regioni del nord Italia. Sviluppa un volume di vendite pari a circa un miliardo con

una rete di 32 negozi, di cui 12 ipermercati. Gli altri partner dell'alleanza, guidata da Coop Italia con 11,5 miliardi di fatturato, 1.305 negozi e 71 ipermercati, sono: Despar (2,4 miliardi di fatturato e 1.195 negozi); Sigma (2,3 miliardi di vendite e oltre 2.500 negozi). La scelta italiana di Coop nasce dopo il «divorzio» da Conad, impegnata oggi su fronti stranieri. Quanto al futuro, è tutta aperta la partita su Esselunga, in via di cessione. «Il mercato è comunque molto in movimento - continua

Tassinari - difficile fare previsioni. In ogni caso anche in questo settore i big d'oltralpe sono pronti ad intervenire. Comunque a chi ci accusa di essere ancora troppo chiusi a contributi stranieri, replico che abbiamo già un'alleanza internazionale nel non-food con un'aggregazione che ha sede a Hong Kong chiamata Inter-group. Riteniamo che le centrali europee nel food non siano efficaci, visto che non esistono tavoli di contrattazione a livello europeo.

Bianca Di Giovanni

Alfa Romeo: «Chiudiamo la vertenza entro l'anno»

Rieccoli, i lavoratori dell'ex Alfa Romeo di Arese. Ci sono ancora, pochi «ricollocati», tutti sfiniti da anni di cassa integrazione a nemmeno 700 euro al mese. Persone che ancora aspettano l'attuazione degli accordi firmati e straripanti con Regione (Lombardia), Comune (di Milano), e Fiat, proprietaria dell'Alfa dal 1986. Allora erano 15mila dipendenti, oggi sono 500: mercoledì prossimo tornano a manifestare sotto la sede della Regione per cercare di chiudere entro l'anno la ventennale vertenza.

Questo l'obiettivo di lavoratori e sindacati, Fim, Fiom, Uilm, dopo 20 anni di lotte e di vicende giudiziarie, perché il disimpegno rispetto agli accordi è finito più volte in Tribunale. Sullo sfondo, lo spettro della speculazione edilizia: 2 milioni di metri quadrati fanno gola a molti. «Il tempo dell'ascolto delle promesse per noi è finito. Ora servono riposte concrete e il riassorbimento di tutti gli esuberanti entro il 2006», dice Maurizio Zippini, segretario della Fiom milanese.

La Regione è uno dei principali referenti in quanto firmataria dell'accordo del 26 febbraio 2003 per la creazione ad Arese di un polo per la mobilità sostenibile, destinato cioè a riunire sotto lo stesso tetto industrie impegnate nello studio e nella produzione di motori e auto ecologiche. «Alla luce delle recenti crisi energetiche e dello smog - aggiunge Zippini - l'idea del polo per la mobilità è molto attuale, tanto è vero che Paesi ricchi come Giappone e Germania sono all'avanguardia in questo campo. E ancora possibile entrare in gioco. Serve però che la Regione ceda come promesso le aree a Sviluppo Italia in modo che ci sia un soggetto in grado di decidere quale impresa sono compatibili con il progetto». Si annuncia anche l'interessamento di Pirelli per un'area coperta di 80mila metri quadri destinata alla produzione di filtri per le polveri sottili.

Laura Matteucci



“ Compro l'Unità perché non è la voce del padrone ”

Stefano Benni

è il momento di abbonarsi a l'Unità.

Abbonamento elettorale valido per 2 mesi **45 euro**

esclusivamente consegna a domicilio per posta

offerta promozionale valida fino al 28 febbraio 2006

Abbonamenti '06

per informazioni

Servizio clienti Sered via Carolina Romani, 56 - 20091 Bresso (MI) Tel. 02/66505065 fax: 02/66505712 dal lunedì al venerdì, ore 9-14 abbonamenti@unita.it

MODALITÀ DI PAGAMENTO: Versamento alla C/C postale n° 48407000 intestato a Nuova Edizione Editoriale SpA, Via Benaglio, 55 - 00153 - Roma (contabile intestata al C/C bancario n° 510099 della BNL, Ag. Roma-Centro ABI 1005 - CAB 00184 - CIB U) INVIATA COPIA DEL PAGAMENTO AL FAX 02/66505712 E RICEVERETE L'UNITÀ DOPO CIRCA 15 GIORNI

l'Unità

LUNEDÌ 20 FEBBRAIO IN EDICOLA CON **l'Unità**



Europea

IL MENSILE ITALIANO SCRITTO A BRUXELLES
Notizie, commenti, documenti dalle Istituzioni europee.

PSE
Gruppo Socialista al Parlamento Europeo
Delegazione Italiana
www.delegazionepse.it