

Grande distribuzione. Nuova centrale acquisti su scala continentale

Coop Italia capofila di un maxipolo in Europa

Vincenzo Chierchia
MILANO

Il gruppo italiano Coop, leader della grande distribuzione nel nostro Paese (con una quota di mercato del 18% che arriva al 24% con Centrale italiana, cui aderiscono anche **Segno**, **Maxipol** e **Gigante**), è il capofila di un maxipolo acquisti nel settore alimentare in Europa, in via di realizzazione tra i gruppi della distribuzione commerciale. L'operazione ruota tutta intorno all'internazionalizzazione della centrale nazionale Coop Italia.

«Crediamo molto in questo progetto — commenta Aldo Soldi, presidente dell'Anco-Coop — che costituisce un grande salto di qualità sia per la realtà italiana che per il complesso della distribuzione cooperativa in tutta l'Europa».

L'operazione è stata varata nei giorni scorsi ad Helsinki, in Finlandia, nel corso di un incontro che ha visto riuniti i rappresentanti dei gruppi distributivi a base cooperativa provenienti da 16 Paesi europei. I gruppi commerciali cooperativi possono contare in Europa su 3.200 cooperative con circa 22 milioni di soci e gestiscono 28 mila punti vendita, con un giro d'affari complessivo che supera i 50 miliardi di euro, per la maggior parte realizzati nel settore alimentare.

Per quanto riguarda proprio l'alimentare, il cardine dell'iniziativa sarà l'internazionalizzazione del prodotto a marchio Coop, la cui gestione e coordinamento fanno capo appunto a Coop Italia. «Oggi il prodotto con il nostro marchio ha un giro d'affari di oltre 2 miliardi di euro — spiega Vincenzo Tassinari, presidente di Coop Italia — e il business cresce in maniera costante. Le vendite di prodotti Coop costituiscono oltre il 20%

del totale delle vendite del gruppo, che a fine 2007 si attesteranno presumibilmente intorno a quota 12 miliardi». I prodotti a marchio Coop sono realizzati da 300 imprese alimentari e da 12 mila aziende agricole (ortofrutta e carni).

Il primo passo dell'operazione Europa prevede che Coop Italia gestisca lo sviluppo internazionale dei prodotti a proprio marchio e al tempo stesso assuma il coordinamento delle attività internazionali nel ramo alimentare.

«In parallelo — aggiunge Tassinari — potenzieremo l'attività di Intercoop, che dagli uffici di Hong Kong gestisce le attività di centrale acquisti nel campo non alimentare. In questo caso l'obiettivo è allargare il raggio d'azione diretto a tutta l'area orientale, dalla Cina al Sud Est asiatico e all'India».

La mossa successiva della centrale acquisti alimentari sarà rappresentata dalla costituzione di una struttura che dialoghi direttamente con le grandi marche per gli accordi europei di fornitura. La sede di questa struttura dovrebbe essere a Copenhagen, in Danimarca. «Tutto dipenderà dall'orientamento dei grandi gruppi multinazionali — sottolinea Tassinari — che al momento sembrano privilegiare accordi su base nazionale».

In Italia, intanto, Coop rilancia sul Sud. Il 16 maggio sarà aperto il primo ipermercato a Ragusa (200 occupati, 90 milioni di investimento). Seguiranno Catania (fine 2008), Palermo e Caltanissetta (2009), Trapani e Messina (2010). In totale 600 milioni di investimento e 1.500 nuovi posti di lavoro.

Una rete integrata tra 16 Paesi



Nasce un network da 22 milioni di soci e 50 milioni di fatturato

