



Il 2016 delle imprese cooperative

Con un fatturato di 14,5 miliardi di euro e oltre 8 milioni e mezzo di soci Coop conferma la sua leadership di mercato e pone le basi per l'evoluzione del modello cooperativo del futuro: investimenti sulla qualità di prodotti e servizi, solidità e garanzie per i soci, tutela dell'occupazione continuando a presidiare zone difficili del Paese.

13,1 miliardi di vendite (+ 0,2% rispetto al 2015), a cui vanno aggiunti 1,4 miliardi delle attività controllate in settori quali la vendita dei carburanti, la telefonia, l'energia, il bricolage, i servizi alle persone. Il volume complessivo delle vendite di prodotti e di servizi di Coop ai consumatori si attesta quindi a 14,5 miliardi di euro.

In contenuta flessione l'occupazione (53.635 dipendenti, erano 54.000 nel 2015), crescono leggermente sia l'area di vendita (+0,2%) che la base sociale (+0,6%, per un totale di 8.594.000 soci); le recenti disposizioni di legge obbligheranno all'esclusione dei cosiddetti soci inattivi influenzando i dati del 2017.

Sono i dati del 2016 delle imprese cooperative. Un anno di tenuta in un contesto economico che presenta ancora luci e ombre e in un momento in cui Coop è impegnata in importanti ristrutturazioni interne con lo scopo di mantenere ed estendere la presenza in territori e situazioni difficili, per assicurare efficaci servizi e mantenere buona occupazione, anche a patto di importanti sacrifici. Tutto ciò per essere protagonisti in convenienza, qualità, rispetto della legalità e tutela della salute, mantenendo come cooperative la leadership della moderna distribuzione italiana. La quota di mercato Iper+Super conferma Coop leader italiano con il 18,7% .

Segnali positivi arrivano dai primi mesi del 2017 con un trend delle vendite Coop del +1,6% a rete intera e con Coop che va meglio della media del mercato (+0,9% a rete omogenea rispetto a +0,3% della media GDO).

La strategia, coerente con i valori Coop, del "cibo di qualità al prezzo giusto e accessibile a tutti" è confermata. Sono stati avviati nel 2016 e proseguono nel 2017 importanti cambiamenti nell'offerta di Coop, con il rafforzamento degli assortimenti biologici e salutistici, con la decisione di articolare di più la gamma del prodotto a marchio e con l'innovazione nelle attività promozionali e di comunicazione. E' un cambio di passo per costruire la Coop di domani.

In particolare è in atto la rivisitazione completa del Prodotto a Marchio Coop: nuovi packaging, 5 nuove linee, 200 nuovi prodotti entro l'anno e altri 200 nel 2018. Potenziate ulteriormente le tre linee premium esistenti che stanno dando buone soddisfazioni e crescite importanti: Viviverde Coop, il primo marchio bio in Italia, che conta 600 prodotti; Fior Fiore l'eccellenza gastronomica, italiana e non, offerta a prezzi giusti con circa 400 referenze; Benesi con prodotti salutistici (free from e rich-in) con 90 referenze.

Intanto proseguono gli impegni delle cooperative per la ristrutturazione della rete di vendita con investimenti che privilegiano gli spazi dedicati ai freschi, ai freschissimi e alla ristorazione. Novità importanti entro l'anno saranno realizzate sia per le cooperative che pensano all'innovazione del formato Iper, che per quelle che hanno già effettuato la trasformazione in Superstore.

Avviata anche l'esperienza di e-commerce su Roma con la nascita e il lancio di EasyCoop, un servizio avanzato e innovativo di spesa on line con oltre 10.000 prodotti in assortimento di cui 3.000 freschissimi. Crescono anche le attività di interazione tra online e fisico, a partire dal servizio CoopDrive attivo in varie città del Nord d'Italia.

Risposte concrete alle esigenze nuove dei consumatori vengono dai servizi di telefonia mobile Coopvoce con quasi 900mila utenti attivi, in crescita di oltre il 20% sull'anno precedente, e dalle stazioni Coop ed Enercoop di vendita dei carburanti che hanno superato 400 milioni di litri erogati (31 stazioni); il risparmio medio assicurato ai consumatori grazie alla forte convenienza dei distributori Coop è stimabile in oltre 25 milioni di euro. A queste si affiancano le attività svolte da società controllate come Brico-Io (Coop Lombardia) che cresce fino a sfiorare i 300 milioni di vendite; la nuova Robintour (Coop Alleanza 3.0), nata dalla fusione tra Robintour e Planetario con 312 agenzie di viaggio, di cui 90 agenzie di proprietà, con un fatturato complessivo che supera i 500 milioni; Nova AEG la società di distribuzione dell'energia di Novacoop con un volume d'affari di quasi 400 milioni. Altre società importanti controllate dalle cooperative per un volume di vendite di circa 80 milioni di euro sono Librerie.Coop e Pharmacoop.

Sul versante sociale continua a crescere la base (+0,6% pari a 8.594.000 soci) anche se la recente disposizione di legge in merito influenzerà in diminuzione i dati 2017, e si confermano le principali iniziative sia con il mondo della scuola (i percorsi di educazione al consumo consapevole nel 2016 hanno coinvolto circa 250.000 studenti e oltre 14.000 insegnanti), che sul versante lotta allo spreco (donate 6.000 tonnellate di merce per un valore complessivo pari a 28 milioni di euro offrendo così 6 milioni di pasti a persone in difficoltà).

Marco Pedroni, Presidente di Coop Italia, afferma: “Stiamo costruendo la Coop di domani intervenendo in territori e situazioni difficili con l'ottica di un player nazionale che rafforza le sue radici. Stiamo cambiando assortimenti e formati, innovando il modello promozionale e completando il processo di trasformazione del prodotto a marchio Coop con 5 nuove linee e con l'arrivo a scaffale di 200 nuovi prodotti quest'anno e altri 200 nel prossimo anno. In un paese che non cresce e in cui si amplia il divario sociale, il nostro obiettivo è continuare ad essere un riferimento importante per le famiglie, offrendo un cibo sicuro e di qualità a un prezzo giusto e accessibile anche alla parte meno abbiente”.

Stefano Bassi, Presidente Ancc-Coop (Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori) aggiunge: “Siamo impegnati su più fronti. Voglio ricordare prima di tutto l'impegno di rispondere ai cambiamenti del mercato, sapendo che la gestione caratteristica deve essere il motore principale dei nostri risultati. Per mantenere il presidio in contesti territoriali difficili come il Sud, dove altri hanno già lasciato, occorre affrontare il tema dei costi e della ristrutturazione della rete di vendita. Presidiamo inoltre l'ambito dell'innovazione legislativa affinché, dopo le recenti disposizioni della Banca d'Italia che riteniamo positive, il prestito sociale continui a svolgere la funzione essenziale con forme di trasparenza e di garanzia rafforzate. Inoltre Coop ragiona in termini di distintività, in modo coerente con il significato più profondo dell'essere cooperativa, su temi importanti come il lavoro e l'agricoltura, la legalità nella filiera, la tutela della salute. Vanno in questa direzione importanti campagne come “Buoni e Giusti” contro il lavoro nero in agricoltura o “Alleviamo la salute” per ridurre fino a eliminare gli antibiotici nell'allevamento degli animali da reddito”.

Roma, 3 luglio 2017

Per informazioni:

Silvia Mastagni responsabile ufficio stampa Coop
silvia.mastagni@ancc.coop.it