



Il Bilancio 2014 delle imprese del sistema COOP

Coop a prova di tenuta dopo 7 anni ininterrotti di crisi dei consumi come dimostrano i Bilanci 2014 delle imprese del sistema. I dati confermano la leadership nazionale e la quota di mercato (19%), l'investimento sulla convenienza, il mantenimento dei livelli occupazionali e l'incremento dei soci (sfiorano gli 8 milioni e mezzo). Il futuro resta comunque pieno di incognite che già si manifestano nei primi mesi del 2015. E per assicurare scelte di convenienza verso i consumatori e per evitare effetti negativi derivanti dal calo dei consumi e dalla ristrutturazione dei formati, occorrerà affrontare anche il tema dell'efficienza e del differenziale dei costi contrattuali del lavoro tra i diversi operatori

Coop conferma ciò nonostante il suo impegno e rinforza le alleanze internazionali in una logica di ricerca di maggiore competitività; al suo fianco in Coopernic oltre a Leclerc e Delhaize arrivano i tedeschi di Rewe e Copernic si propone di diventare la più grande centrale d'acquisto europea.

“Continuiamo a svolgere la funzione di presidio di convenienza e qualità per i soci e consumatori del nostro Paese –spiega Marco Pedroni, presidente Coop Italia- benché i timidi segnali di ripresa dei consumi si siano indirizzati più verso i beni durevoli e i servizi che verso l'alimentare. E questa tendenza se confermata nel corso del 2015 non può che generare preoccupazione sul futuro. Ribadiamo comunque il nostro impegno anche con la ricerca di sinergie con altri operatori affini a noi sul piano internazionale convinti che sia quello lo scenario nel quale dobbiamo muoverci. Su questa stessa linea viaggia l'esperienza di innovazione che stiamo realizzando in Expo”.

Coop a prova di tenuta dopo 7 anni ininterrotti di crisi dei consumi. E' questa l'immagine di Coop che Marco Pedroni, presidente di Coop Italia, consegna alla platea presente all'Assemblea Annuale in cui si presentano i dati del Bilancio Consuntivo 2014. Leadership nazionale confermata (la quota di mercato è sostanzialmente invariata rispetto a un anno fa e si attesta sul 19%) così come il fatturato (12 miliardi e 421 mila), rafforzato l'investimento sulla convenienza mentre continua a crescere la base sociale che sfiora gli 8 milioni e mezzo con un trend in aumento del 3,1% rispetto al 2013. Si irrobustisce il patrimonio netto aggregato delle principali 9 cooperative di ulteriori 30 milioni e migliora significativamente il livello di liquidità della struttura dell'attivo. Buone notizie anche dal prodotto a marchio Coop, perfetta sintesi di convenienza e qualità, che nel totale largo consumo confezionato ha superato quota 26% (in crescita di un punto rispetto al 2013).

Tenuta anche sul versante occupazionale (sono 54.591 i dipendenti con oltre il 90% a tempo indeterminato) con processi riorganizzativi e di efficienza che coinvolgono una parte significativa dei 1189 punti vendita.

Il futuro però presenta, oltre alle difficoltà ereditate dal recente passato, nuove sfide che già si manifestano nei primi mesi del 2015; riduzione dei consumi delle famiglie, nuovi stili alimentari, diffusione delle tecnologie che tutto il comparto della distribuzione dovrà affrontare. E per assicurare scelte di convenienza verso i consumatori e per evitare effetti negativi derivanti dal calo dei consumi e dalla ristrutturazione dei formati, occorrerà affrontare anche il tema dell'efficienza e del differenziale dei costi contrattuali del lavoro tra i diversi operatori

Nella sua Assemblea annuale Coop ha quindi deciso di avviare un impegnativo programma di cambiamento organizzativo per meglio sostenere la sua strategia competitiva di un "cibo buono, sicuro e accessibile per tutti". In questo scenario complesso Coop continuerà a operare per la convenienza verso i consumatori potenziando le iniziative già avviate nel 2014 ("Prezzi bassi sempre" e "Scegli tu"), mantenendo intatto l'impegno sulla qualità e sicurezza, sostenendo le produzioni del territorio.

I risultati arrivano anche fuori dal core-business centrale in virtù dell'allargamento dell'offerta in quei settori di mercato parzialmente liberalizzati: 122 i Coop Salute dove rispetto all'acquisto dello stesso paniere di prodotti presso il canale farmacia tradizionale, si è generato nel 2014 un risparmio sul farmaco senza obbligo di prescrizione di oltre 11 milioni di euro (mediamente -25% rispetto a analogo prodotto), mentre Coop Voce, la telefonia mobile a marchio Coop, ha raggiunto 1 milione e 400mila attivazioni.

Con determinazione poi Coop ha operato per rafforzare le sue alleanze internazionali in una logica di ricerca di maggiore competitività. La nuova Coopernic (la centrale cooperativa europea) nata dall'incontro fra Coop Italia e Leclerc ha visto prima l'adesione di Delhaize e recentemente ha accettato la domanda di ingresso di Rewe: così Copernic si candida a diventare la più grande centrale d'acquisto europea (130 miliardi di fatturato complessivo, oltre 20.000 punti vendita, 630.000 dipendenti). Tutto ciò ha ovvie e positive ricadute commerciali per Coop.

"Continuiamo a svolgere la funzione di presidio di convenienza e qualità per i soci e consumatori del nostro Paese –spiega **Marco Pedroni**, presidente Coop Italia- benché i timidi segnali di ripresa dei consumi si siano indirizzati fino a questo momento più verso i beni durevoli e i servizi che verso l'alimentare. E questa tendenza se confermata nel corso del 2015 non può che generare preoccupazione sul futuro. Non ci sottraiamo ovviamente all'impegno e rispondiamo alla sfida sulla competitività anche con la ricerca di sinergie con altri operatori a noi affini sul piano internazionale convinti che sia quello lo scenario nel quale sempre più dobbiamo muoverci. In questo contesto viaggia l'esperienza di innovazione che stiamo realizzando in Expo dove testiamo anche applicazioni diverse e nuove di proposta commerciale. I risultati in Expo ci danno ragione e vantiamo numeri importanti: 850.000 biglietti venduti, oltre 400.000 visitatori nel Future Food District di cui oltre il 96% ci ha dichiarato il suo gradimento. Il tutto accompagnato da un programma di incontri sui temi che ci sono propri e che fanno parte del nostro modo di intendere il futuro del cibo: etico, trasparente e accessibile".

Roma, 1 luglio 2015

Per informazioni:

Silvia Mastagni – responsabile ufficio stampa Coop

Tel. 06 441811 - silvia.mastagni@ancc.coop.it