

[L'INTERVISTA]

“Eccellenza al prezzo giusto” la Coop ora punta all'export

**LE STRATEGIE DEL PRESIDENTE VINCENZO TASSINARI: “VOGLIAMO PORTARE I PRODOTTI A NOSTRO MARCHIO SUI MERCATI INTERNAZIONALI GRAZIE ALLA RETE DISTRIBUTIVA”
 RISULTATI OTTIMI IN ITALIA**

Stefania Aoi

Milano

«Vogliamo portare i prodotti dell'eccellenza italiana sui mercati internazionali grazie alla rete distributiva delle cooperative europee, un fatturato di 74 miliardi, e forti di oltre 36mila punti vendita»: Vincenzo Tassinari, presidente Coop, nome storico della cooperazione del nostro paese, da oltre vent'anni alla guida di una realtà che fattura 13,1 miliardi di euro, raggruppa 114 cooperative di consumo, conta 7,7 milioni di soci e dà lavoro a più di 56mila persone, non ha dubbi: adesso guarda all'export come a una strada per crescere. A una via d'uscita da un mercato interno asfittico, con i consumi ai minimi storici. «La crisi in Italia non è passeggera — commenta — Da qui al 2030 le manovre per la riduzione dell'indebitamento incideranno sulla politica economica del nostro paese. Da soli non si esce da questa situazione, ci vuole un contesto collettivo che si muova per sostenere il potere d'acquisto».

Come archiverete il 2012?

«Il nostro fatturato cresce di un punto percentuale e stimiamo di chiudere l'anno sui 13,2 miliardi. Quello che è preoccupante è il calo dei volumi e quindi la quantità dei prodotti che diminuisce del 2-3%. Stiamo assistendo a un fenomeno che chiamiamo il «downgrading del carrello». Il consumatore è

diventato uno scienziato della spesa, un acrobata che cerca formati più convenienti e opera una selezione precisa dei prodotti: limita gli sprechi, fa attenzione alle scadenze, prende confezioni più piccole e fa acquisti più frequenti».

Quali prodotti che risentono meno della crisi?

«Di sicuro quelli che a parità di qualità hanno il prezzo più basso. Il 90% dei consumatori bada poi alla provenienza geografica e vuole prodotti italiani. La vendita di beni a marchio industriale sta diminuendo a favore di quelli a marchio del distributore. Non è un caso che la nostra linea Fior Fiore, che rappresenta la nostra eccellenza gastronomica, venda sempre di più con una crescita nel 2011 di un buon 20%, pur in una congiuntura così negativa. Nel complesso il prodotto a marchio Coop nell'ultimo anno è cresciuto di circa un 14% a valore rispetto all'anno precedente».

Di recente avete proposto un patto tra industria e grande distribuzione per scongiurare gli aumenti.

«Sì, serve un patto a favore dei consumatori italiani teso a calmierare i prezzi. E' necessario cambiare vecchi modelli e cattive pratiche nell'interesse del consumatore. Su questo il governo dovrebbe accendere un faro».

La crescente attenzione del consumatore per il prodotto made in Italy come sta cambiando le vostre strategie commerciali?

«Da qualche tempo abbiamo avviato processi di collaborazione con le maggiori organizzazioni agricole del paese. Oggi il 27% del nostro fatturato, circa 2miliardi e 800milioni, lo realizziamo con il prodotto a nostro marchio, che è al 90% di produzione italiana. A Torino, per il Salone del gusto abbiamo lanciato progetti specifici: Olio

assieme, Vino assieme. Lo abbiamo già fatto con i marchi 100% Italia (pasta e farina). Si tratta di progetti di co-imprenditorialità della filiera che in futuro saranno importanti per affrontare i mercati stranieri».

Conferma anche lei che l'ipermercato è un format ormai superato?

«Su questa drastica affermazione ci andrei più cauto, anche perché Coop conta nella rete nazionale 103 ipercoop con circa 20.000 dipendenti. E' vero che il format iper è quello più in difficoltà perché la crisi economica colpisce più duramente i settori non alimentari quale l'elettronica di consumo, l'abbigliamento, la casa. E il mancato coraggio di questo Governo sulle liberalizzazioni come i farmaci e i carburanti ha frenato al momento una innovazione di servizio che a livello internazionale fa ancora oggi essere vincente questo format. Detto ciò crediamo che sia necessaria una riformulazione complessiva dell'offerta di questo format più coerente al ciclo economico e dei consumi che ci aspetta nel futuro. Sempre con una visione di cambiamento e di innovazione».

Oggi esportate qualcosa?

«No. Ma adesso ci vogliamo impegnare nell'internazionalizzazione. Senza aprire nuovi supermercati all'estero ma promuovendo in maniera strutturata il made in Italy (sia i prodotti a marchio Coop sia altri) attraverso le nostre sorelle europee, utilizzando i loro canali distributivi. Solo in Europa la cooperazione muove un giro d'affari di oltre 74 miliardi e può contare su una rete di 36mila punti vendita e 30 milioni di soci. Porterò questa mia proposta a un meeting della cooperazione internazionale a Manchester proprio in questi giorni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[LA PROTESTA]

“Il possibile aumento Iva sarebbe devastante ecco come l’iper cerca di calmierare i prezzi”

«L'aumento dell'Iva? Riteniamo che sia stato un errore toccarla. In tempi di recessione può generare esiti devastanti sul potere d'acquisto delle famiglie e sui consumi. Come imposta indiretta colpisce tutti, anche i meno abbienti. E in Italia ci sono circa 20 milioni di persone a reddito medio-basso. Colpirle è ingiusto e fa calare i consumi». Il j'accuse di Vincenzo Tassinari, presidente Coop, su manovre che colpiscono i consumi è duro.

Cosa succederà nel 2013?

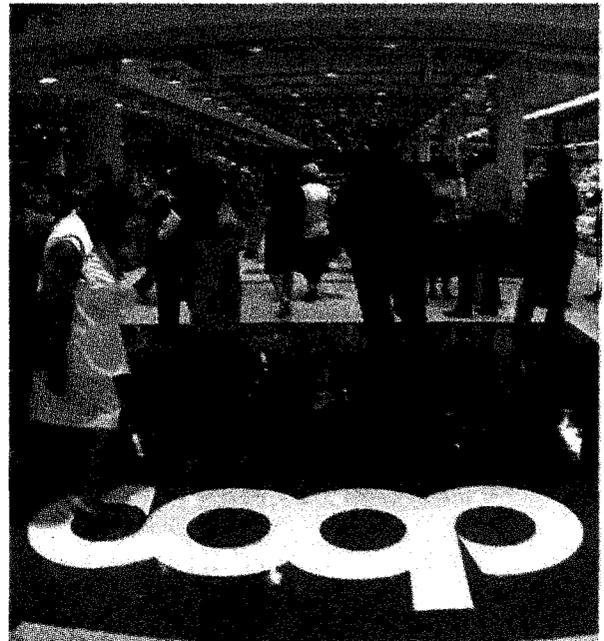
«Una tempesta perfetta incombe sul consumatore italiano. Noi cercheremo di continuare a svolgere il ruolo di calmieri dei prezzi. Ma temiamo che l'impatto sarà tanto devastante, che anche con tutta la buona volontà da soli non riusciremo ad arginare possibili aumenti. Abbiamo valutato che l'impatto dell'Iva peserà sugli italiani per circa 270 euro a famiglia. Il rincaro delle materie prime inciderà sui prezzi del 5% e quindi graverà per altri 400 euro. Come faranno gli italiani a subire un ulteriore aggravio anche su prodotti di prima necessità a causa di un'inflazione non governata e dovuta anche a fenomeni speculativi?».

Rischiate di chiudere punti vendita?

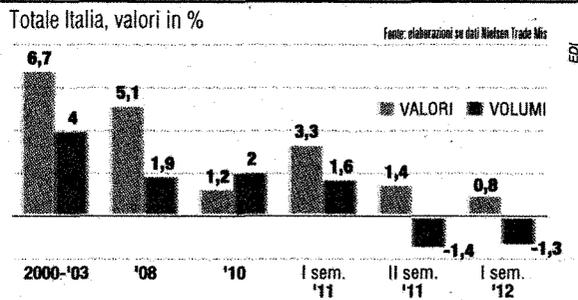
«I nostri piani mirano allo sviluppo. Certo riteniamo che da questa crisi uscirà attraverso una selezione anche nel mondo distributivo. Anche per via dell'articolo 62 del decreto liberalizzazioni che avrà un impatto pesante. Porta squilibrio alla struttura finanziaria delle imprese distributive, perché accorcia i tempi di pagamento per i fornitori dell'agroalimentare. E c'è il rischio che la ricerca di liquidità per far fronte a questi nuovi obblighi si ripercuota sul consumatore con ulteriori aumenti dei prezzi».

(st.a.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA SPESA NEL LARGO CONSUMO



Il presidente Coop, **Vincenzo Tassinari** da oltre vent'anni alla guida di una realtà che fattura 13,1 miliardi di euro, raggruppa 114 cooperative di consumo, conta 7,7 milioni di soci e dà lavoro a più di 56mila persone. Il fatturato cresce di un punto percentuale e l'azienda stima di chiudere l'anno sui 13,2 miliardi

