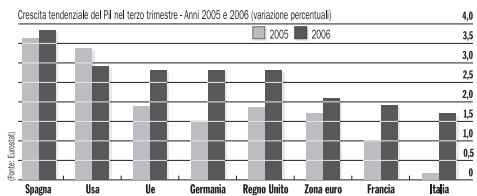


il capitale



Prodotto lordo: la rincorsa Ue ai tassi di crescita degli Usa

Nel corso del 2006 la crescita tendenziale del prodotto interno lordo è accelerata in quasi tutti i paesi Ue, passando in media dal +1.9% del terzo trimestre 2005 al +2.8% (ancora provvisorio) registrato nello stesso periodo di quest'anno. Limitatamente all'area dell'euro l'andamento è stato analogo anche se leggermente più lento: si è passati infatti dal +1.7% al +2.6%. L'Italia nel periodo considerato

è passata da una crescita quasi zero al +1.7 attuale che la colloca tuttavia ancora agli ultimi posti della graduatoria comunitaria: nel secondo trimestre era davanti al solo Portogallo. Continua l'accelerazione della Spagna, che da molti trimestri viaggia abbondantemente al di sopra del +3%. La Germania in un anno ha quasi raddoppiato la sua crescita tendenziale, passando dal +1.5% al +2.8% il Regno Unito ha seguito una analoga accelerazione, registrando anch'esso una crescita del +2.8% nel terzo trimestre. Dei nove paesi che hanno fornito a Eurostat le stime

preliminari, solo uno ha registrato una crescita inferiore al 2% mentre lo scorso anno erano ben in cinque. Sempre in ambito Ue, la Francia anche se cresce più rapidamente rispetto a un anno fa, sembra dare segni di cedimento: il dato del terzo trimestre segnala una crescita zero rispetto al trimestre precedente che dovrebbe portare la variazione tendenziale intorno o al di sotto del +2%. Chi invece appare in rallentamento è l'economia Usa la cui crescita si colloca attualmente al +2.9% tendenziale, circa mezzo punto percentuale in meno rispetto a un anno fa. (er. ge.)

Libero mercato cooperativo

Galapagos

Se proseguirete nella polemica, farete ricchi i giornali, visto che vi state «combat-tendo» con paginate di inserzioni a pagamento che non costano poco. «Non amo le polemiche - mi risponde Aldo Soldi - al massimo vorrei fare qualche precisazione: preferisco parlare delle Coop». Sull'intervista che avevo chiesto al presidente delle Coop improvvisamente si è abbattuta la polemica con Esselunga, il terzo gruppo italiano (dopo le Coop e Conad) come quota di mercato nella grande distribuzione. Coop non fa mistero di essere interessata a rilevare Esselunga, come in altri tempi era interessata all'acquisto della Gs o della Snam. Ma rilevare altri gruppi italiani sembra una maledizione: i venditori potenziali hanno sempre preferito altri soggetti, purtroppo stranieri. E così oggi la grande distribuzione in Italia per una quota pari al 45%, parla lingue straniere. Soprattutto francese e tedesco. E forse parlerà americano se Esselunga finirà nelle mani di Wall Mart.

Soldi, perché sarebbe preferibile, anche se mi pare logico che il proprietario di Esselunga alla fine venda a chi offre di più, che la catena di Caprotti rimanga in mani italiane.

Perché in Italia abbiamo già molta grande distribuzione straniera e perché quando un'impresa passa in mani straniere sposta altrove i centri decisionali e strategici. Anche quelli da cui dipendono i rapporti con la produzione nazionale che, non dimentichiamolo, da noi è fatta in gran parte di piccole e medie imprese agricole.

Ma parliamo di voi, della Coop. L'impresa è che anche senza nuove acquisizioni andate dritti per la vostra strada con un programma di crescita interno notevole.

E' decisivo crescere e abbiamo preventivato l'apertura di 90 nuovi punti vendita nei prossimi 3 anni con un investimento totale di 1.3 miliardi di euro. I nuovi centri saranno localizzati in prevalenza al Sud e a regime saranno creati circa 10.000 nuovi posti di lavoro.

La strada che state seguendo è soprattutto quella degli Iper. Alcuni tra i vostri concorrenti - come Gs o Sma - hanno scelto di conservare una grande distribuzione diffusa. Quasi dei negozi di quartiere. Visto tra l'altro che la popolazione invecchia, non è questa una strada che converrebbe percorrere anche a voi?

In realtà la stiamo percorrendo, ponendoci sempre di più con logica multicanale. Le nostre cooperative gestiscono diversi formati proprio per rispondere alle mutate esigenze dei soci e dei consumatori: dal discount al grande centro commerciale.

Le Coop sono molto forti nel food, ma la loro presenza è scarsa nel no-food. Perché?

E' un limite che riconosciamo di avere e che stiamo cercando di colmare. E' un po' frutto della nostra storia, è una questione di cultura, di legame con i produttori, di voler valorizzare con la nostra distribuzione produzioni tipiche dell'Italia, soprattutto in campo alimentare. Anche se in realtà con lo sviluppo degli Ipercoop abbiamo iniziato a entrare con attività importanti anche nel no-food.

Intanto siete entrati nel settore dei farmaci e - si dice - puntate a sostituirvi in pochi anni

Farmaci, energia, telecomunicazioni, trasporti: le Coop allargano il loro raggio d'azione «per la difesa dei consumatori» di fronte ai consumi «obbligati». Intervista a Aldo Soldi

Un supermercato della Coop
Foto Orlandi/TamTam



alle farmacie. O meglio a poter vedere i prodotti che oggi le farmacie vendono in esclusiva.

Le farmacie avranno sempre il loro spazio specifico. In realtà - e come sai abbiamo anche raccolto centinaia di migliaia di firme - abbiamo puntato a una parziale liberalizzazione nella vendita di farmaci perché siamo convinti che i maggiori benefici - in termini di costo - saranno per i soci e i consumatori. Questo era e resta il nostro obiettivo.

Ma non fate beneficenza. Quindi ci guadagnate.

Molto poco. Prima di tutto perché il personale al «banco» costa dal momento che, giustamente, sono tutti farmacisti. Poi devi considerare che lo sconto che pratichiamo - mediamente il 25% - riduce di molto i margini. Infine, gli approvvigionamenti non sono sempre facili. In ogni caso che non sia un business ricchissimo lo dimostra il fatto che solo pochi concorrenti stanno aprendo comer sanitari. E' invece molto alta la soddisfazione dei consumatori che apprezzano la novità e la usano con grande intelligenza.

Ora arriveranno l'Aspirina Coop e gli altri farmaci equivalenti e i profitti saliranno.

Non è semplice ma ci stiamo lavorando: servono autorizzazioni sanitarie e amministrative

per produrre e vendere questi equivalenti. Qualcosa dovrebbe arrivare, ma non prima della seconda metà del 2007. In questo modo speriamo anche di contribuire a creare nuove opportunità per l'industria farmaceutica italiana.

Mi sembra che da un po' di tempo siete diventati favorevoli alle liberalizzazioni.

Puntiamo a liberalizzazioni a favore dei consumatori, attenti naturalmente che queste liberalizzazioni non si traducano in sfruttamento dei produttori, cioè dei lavoratori. Cerco di spiegarvi meglio: il consumo in Italia si è profondamente modificato. La spesa per consumi si sta riducendo, l'alimentare perde importanza, ma emergono nuovi consumi che lo giustifica: sono questi consumi - telefonia, energia, trasporti - che assorbono sempre maggiori risorse da parte dei consumatori. E' per questo - direi per rispondere alla stessa ragione sociale delle Coop - che noi stiamo cercando di far diventare in certi settori il consumatore un soggetto organizzato.

So che vi state organizzando per vendere energia e comunicazioni telefoniche

Dal luglio 2007 per il mercato dell'energia cambiano le regole: se vogliamo che la liberalizzazione favorisca i consumatori occorre far diventare i consumatori soggetti organizzati, un grande acquirente con alle spalle milioni di

utenti. Lo stesso discorso vale per la telefonia: è vero, stiamo trattando con Tim, mentre altri competitor trattano con altri operatori.

E per la benzina. Una volta ho avuto modo di fare il pieno in un distributore davanti a un ipermercato della concorrenza e credo di aver risparmiato l'equivalente di 200 lire al litro.

Il discorso è complicato: le competenze sui distributori non sono più statali, ma sono state decentrate. Dobbiamo trattare con gli enti locali che a loro volta hanno a che fare con gli attuali distributori e anche con le compagnie petrolifere. Il risultato è che di distributori davanti agli ipermercati ce ne sono pochissimi, mentre noi avremmo tutto il vantaggio, come i consumatori, di averne molti e molti di più.

In definitiva, come stanno le Coop.

Abbastanza bene, anche se negli ultimi anni è stata dura: la scarsa crescita del reddito, il modificarsi dei consumi, la richiesta di prodotti a basso costo, l'esplosione dei discount, ha ridotto i margini. Se confrontati la crescita dei prezzi dei prodotti agroalimentari Coop con l'indice dei prezzi Istat, puoi capire lo sforzo che abbiamo fatto per coniugare il contenimento del costo della vita con la qualità. Ma questa è la nostra missione sociale. E, lo dico senza polemiche, andremo avanti anche senza Esselunga.

sistema coop

I grandi numeri del leader della grande distribuzione

Una quota di mercato del 17,1%, un fatturato di 11,5 miliardi di euro di cui oltre il 70% verso i soci, 1.297 punti vendita (43 nuove aperture nel 2005), 52.800 dipendenti (+1,9%), oltre 6,2 milioni di soci (in pratica una famiglia su 5 in Italia) di cui 301.000 nuove adesioni (+5,1%). E' la carta d'identità del sistema Coop così come emerge dagli ultimi dati del bilancio economico 2005. Nei piani di sviluppo Coop (2006-2008) sono previste 90 aperture pari a 310.000 metriquadri in più di superficie di vendita. Tra le aperture più imminenti i primi Ipercoop in Sicilia (prima apertura a Ragusa nell'autunno 2007) per le quali cliccando sul sito www.e-coop.it è possibile inoltrare un proprio curriculum. Le 90 aperture previste svilupperanno un fatturato annuo (a regime) di oltre 2 miliardi di euro, genereranno oltre 10 mila nuovi posti di lavoro diretti per un investimento di 1,3 miliardi di euro. Entro il 2008 si aprirà il 100° Ipercoop.

C'è più spazio per i miei desideri



per richiedere un prestito personale

PRS di Consum.it. Prestiti strettamente personali.

Realizzare i più desideri è possibile con i finanziamenti molto flessibili sia nell'importo che nella durata delle rate. Un'ampia gamma di soluzioni per soddisfare ogni tua esigenza. Sono i PRS di Consum.it, i prestiti strettamente personali, proprio come i desideri.



consum.it

GRUPPO MPS

www.consum.it