22-GIU-2023
da pag. 15 / foglio 1 / 2

ItaliaOggi
Quotidiano - Dir. Resp.: Pierluigi Magnaschi
Tiratura: 20256 Diffusione: 17529 Lettori: 74000 (0006901)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Maura Latini nuovo presidente e Domenico Brisigotti dg. Pedroni per la presidenza di Ancc

06901 06901

Il mondo Coop si riorganizza

Il 2022 chiuso a 14 mld (+6,4%). Marca privata: +4,6%

DI MARCO A. CAPISANI

L'universo Coop si dà un'organizzazione più definita per accelerare il progetto sulla sua marca privata e portarlo a compimento nei primi mesi del 2024. Con l'intenzione di distinguere meglio ruoli e campi d'azione tra Coop Italia e Ancc-Coop, l'associazione nazionale delle cooperative di consumatori, **Maura Latini** lascia l'incarico di a.d. del consorzio-insegna nazionale e ne assume la presidenza. **Marco Pedroni**, invece, dalla duplice funzione di presidente di Coop Italia e Ancc-Coop si candida alla presidenza della sola associazione nazionale, in vista dell'assemblea generale del 13 e 14 luglio. A supportare Latini arrivano come vicepresidente **Maurizio Prandi**, d.g. di Coop Reno, e come direttore generale **Domenico Brisigotti**, già direttore commerciale food di Coop Italia. Decade così la figura dell'a.d. di Coop Italia, sostituita da quella della direzione generale. Quindi, se Ancc-Coop si concentrerà per esempio sulle funzioni di rappresentanza, di gestione dei contratti di lavoro e di sviluppo strategico dei progetti comuni delle cooperative, Coop Italia punta invece sui compiti manageriali e commerciali anche grazie all'ingresso nel suo cda dei vertici delle singole cooperative, come nel caso di **Milva Carletti**, d.g. di Coop Alleanza 3.0, e di **Piero Canova**, d.g. di Unicoop Tirreno. Tra le altre cooperative coinvolte ci sono Coop Lombardia con **Luca Ghidotti**, Consorzio Coop Nord Ovest con **Giuseppe Nicolo**, Unicoop Firenze con **Michele Palatresi** e Nova Coop con **Lucia Ugazio**.

Il progetto a marchio Coop è stato annunciato nel maggio del 2022 con l'obiettivo di portare sugli scaffali 5 mila nuovi prodotti private label e generare, sempre con la marca del distributore (mdd), il 50% delle vendite. Oggi, l'iniziativa è stata realizzata per i suoi due terzi e verrà completata, secondo le previsioni, nella prima parte del 2024. Nei primi 5 mesi del 2023, i prodotti a marchio sono cresciuti a valore del 4,6% fino a raggiungere una quota del 31,4% mentre a volume l'incremento è del 4% con una quota salita al 36,1%. Trend sostenuti anche dalle scelte delle famiglie italiane che, di fronte all'inflazione, virano su referenze meno care di quelle dell'industria di marca. I prossimi passi della mdd punteranno sull'abbigliamento intimo e il pet food, dopo che sono state lanciate di recente due linee di cosmesi. Coop studia anche ulteriori nuove presentazioni ma sempre nel mondo del non-food in queste fasi finale del piano, avendo già affrontato il comparto alimentare. Le altre linee di sviluppo riguardano, tra gli altri, il mondo della casa e l'arredamento esterno. La fotografia dello scenario a oggi si traduce in vendite, nei primi 4 mesi di quest'anno, al rialzo del 12,8%, dopo che il 2022 è stato archiviato con vendite pari a 14 miliardi di euro, su del 6,4%. Considerando infine la diversificazione dei servizi offerti dall'insegna, le vendite 2022 valgono 16,1 miliardi di euro (+12,4%).

E i prossimi mesi del 2023? Secondo le ultime dichiarazioni rilasciate da Coop, difficilmente l'estate e la seconda parte dell'anno porteranno a un'inversione di tendenza nei consumi, visto che l'inflazione continua a mordere e a ridurre il potere d'acquisto delle famiglie. A volume, il largo consumo perdeva ad aprile 2023 circa 4,5 punti percentuali. «Affrontiamo un periodo estremamente complesso in un mercato altamente competitivo e sfidante», ha dichiarato ieri Maura Latini. «I nuovi assetti deliberati ci renderanno più efficienti nella realizzazione dei progetti che ci daremo a partire dallo sviluppo, tuttora in corso ma ancora da completare, sul prodotto Coop».

© Riproduzione riservata

Superficie 49 %

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1747 - T.1674

ItaliaOggi
Quotidiano - Dir. Resp.: Pierluigi Magnaschi
Tiratura: 20256 Diffusione: 17529 Lettori: 74000 (0006901)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

La private label punta ora su abbigliamento intimo e pet food

Maura Latini

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1747 - T.1674