

Ernesto Dalle Rive

“È finita l’era delle scorte Più attenzione alle etichette”

Il presidente di Nova Coop: “Si compra meno ma si punta sulla qualità”

IL COLLOQUIO

OSCAR SERRA

“

Ernesto Dalle Rive

Gli italiani puntano
sempre più
su acquisti biologici
e del territorio
Grande successo
per i prodotti
a marchio Coop



Gli italiani acquistano sempre meno e sono sempre più attenti a quel che finisce nel loro carrello. È questa in estrema sintesi la fotografia scattata dal numero uno di Nova Coop Ernesto Dalle Rive, torinese di 65 anni, a capo di un colosso da 65 punti vendita in Piemonte e 3 in Lombardia: 16 ipermercati, 49 supermercati e superstore, 2 negozi format urbani InCoop e il concept store di Fiorfood per la vendita del prodotto a marchio Coop e la ristorazione di qualità, nella cornice di Galleria San Federico a Torino. Sono circa 590 mila i soci di Nova Coop e 4.570 dipendenti per un valore delle vendite che nel 2024 ha superato i 1.209 milioni di euro.

«In un recente rapporto Coop – spiega Dalle Rive – emerge che le persone percepiscono questa era come il momento del caos per la situazione geopolitica che stiamo vivendo e lo sgretolarsi di tutte le certezze che la storia ci aveva consegnato». Non ci sono solo i dazi a fare paura. Le tensioni internazionali espongono alcuni mercati a crisi inflattive talvolta alte e questo si ripercuote sul potere d'acquisto

dei consumatori che tendono sempre più a «comprare in modo frugale, cioè ad acquistare quello che consumano, evitando il fenomeno delle scorte» tipico degli anni Ottanta e Novanta quando freezer e dispense erano sempre pieni.

L'anno scorso i consumi alimentari sono calati dello 0,9% ed è questo il contesto in cui la Coop ha deciso di assorbire almeno la metà dell'inflazione, non scaricandola tutta sul consumatore: «Prezzi più bassi per puntare sui volumi» sintetizza Dalle Rive e i risultati sembrano premiare questa strategia.

C'è chi definisce l'attuale come l'epoca del de-consumismo, si compra meno ma allo stesso tempo si fa molta più attenzione a quel che si mette nel carrello: «Le persone, attraverso l'acquisto, si occupano del proprio benessere e della cura di se stessi: c'è maggiore attenzione all'etichetta e si punta sempre più su prodotti biologici e sulla filiera corta» prosegue Dalle Rive. Meno quantità, dunque, e più qualità a volerla semplificare in estremo.

«In questo senso abbiamo riscontrato un grande suc-

cesso delle nostre recenti campagne di promozione dei prodotti del territorio, perché le persone ora hanno voglia di conoscere le aziende produttrici e la provenienza dei prodotti che finiscono sulle loro tavole».

Spopolano sugli smartphone le applicazioni che si occupano di salute e i tutorial su spesa e alimentazione consapevole. Sui social network non mancano le guide a una spesa sempre più sostenibile e consapevole. Un «approccio a volte confuso» ma «volto a una sempre maggiore conoscenza di ciò che si consuma quotidianamente». Di qui la decisione di Coop di puntare sui cosiddetti prodotti a marchio «perché lì ci sono gli elementi di coerenza dei valori alla base della nascita delle cooperative: filiera, sostenibilità ambientale, territorio: insomma ci sono le basi per consentire ai nostri soci di consumare cibo buono e sicuro».

Nova Coop è nata nel 1989 dalla fusione tra Coop Piemonte e Coop Cpl di Galliate (Novara) ma le sue radici affondano nella storia della cooperazione di consumo della regione, in particolare dell'Associazione generale



degli Operai che a Torino, nel 1854, realizzò il primo Magazzino di Previdenza. La sede legale è a Vercelli, «in un moderno complesso direzionale che rispecchia la filosofia aziendale: attenzione all'innovazione, rispetto dell'ambiente e centralità delle persone».

A livellonazionale «le vendite di Coop crescono più del mercato (un + 0,8% rispetto alla media del retail) ed è migliorato anche il giudizio che i consumatori, oltre che i nostri soci, hanno della nostra offerta e del nostro posizionamento».

Business, certo, ma anche attenzione verso i lavoratori. E da qui nasce la campagna di Dalle Rive volta a sensibilizzare anche gli altri principali brand della grande distribuzione sulle chiusure domenicali. C'è una questione di rispetto delle festività, spiega il numero uno di Nova Coop, ma anche di strategia aziendale: «Facciamo sempre più fatica nei nostri processi di selezione a trovare persone disponibili a lavorare nella grande distribuzione e se non creiamo degli incentivi rischiamo di intercettare solo la componente meno qualificata di chi cerca lavoro, rendendo sempre più difficili i processi di ricambio». Poi aggiunge: «Noi sappiamo che il lavoro domenicale è una pena e alcune nostre coop già adottano un sistema di chiusure domenicali parziali. Forse è il momento che su questo la grande distribuzione faccia una riflessione per tornare a chiudere i nostri supermercati la domenica». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DATASTAMPA6901



Nova Coop è nata nel 1989 da Coop Piemonte e Cpl di Galliate