

# **COOP ERIDANA Società Cooperativa**

SEDE LEGALE: PONTENURE (PC) Via Papa Giovanni XXIII n. 12

Codice Fiscale e Registro Imprese di Piacenza n. 00103760336

RELAZIONE SULLA GESTIONE AL BILANCIO CONSOLIDATO DEL GRUPPO ERIDANA AL

31 DICEMBRE 2007

La redazione del Bilancio consolidato al 31 dicembre 2007 del “Gruppo Eridana” fa riferimento al disposto del D.L. 127/91.

Il “consolidato” include il bilancio d’esercizio della capogruppo **COOP Eridana Società Cooperativa** e della società dalla stessa controllata al 100%, **Casa Bella S.r.l.**

Il bilancio consolidato è uno strumento che consente, a tutti i soci di Coop Eridana, di avere una conoscenza complessiva dell’andamento del gruppo, uno strumento quindi di partecipazione e controllo oltre che naturalmente di verifica della gestione economica.

## **Considerazioni sulla gestione di Coop Eridana**

Il 2007 è stato, per Coop Eridana, l’anno più difficile della sua storia, sia per la situazione economica complessiva del paese, con la forte frenata dei consumi registrata nella parte finale dell’anno, sia per la più accentuata fase di aperture di P.V. concorrenti, ben 27.500 mq. che questa cooperativa abbia registrato dall’inizio della propria attività, questo ha generato due fenomeni, un riequilibrio delle quote di mercato e conseguentemente una compressione della marginalità operativa.

## **Le Vendite**

Il primo di questi fenomeni ha prodotto, per la prima volta nella storia della cooperativa un leggero decremento delle vendite complessive nel 2007, che sono state pari a **36.560.849 €** con un decremento di **956.541 €** pari a circa il **-2,5 %**, nonostante una crescita dei prezzi, che stimiamo, dalle nostre rilevazioni di inflazione interna, di circa **1,3 %** e di circa lo **0,8%** derivato dal punto vendita di Sala Baganza aperto per tutto l’anno mentre nel 2006 era aperto solo 8 mesi, ne consegue che la diminuzione reale delle vendite è stata di circa del **-4,5%**.

Da una analisi delle vendite singoli settori merceologici, risultano più penalizzati quelli dei prodotti “grocery”, sia generi vari che deperibili confezionati che sono diminuiti rispettivamente del **-3,65%** e del **-2,22%**, mentre reggono meglio le carni con un **-0,68%** e l’ortofrutta con un **-0,47%**.

Continua quindi il trend che vede aumentare l’incidenza dei prodotti deperibili che ormai rappresentano oltre il 57% del totale mentre nella suddivisione territoriale aumenta l’incidenza del fatturato realizzato nella provincia di Parma che si avvicina al 20% del totale della cooperativa.

Nel 2007 si è, ulteriormente consolidata, la “Prevalenza” cioè quella parte delle vendite effettuate ai soci della cooperativa che anche nel 2007 ha aumentato la quota raggiungendo il 55,23% contro il **54,48%** del 2006 ben oltre dunque la soglia prevista dalla legge per le cooperative a mutualità prevalente.

### **Il Margine Lordo**

Il margine lordo commerciale, si presenta sostanzialmente in linea con l’anno precedente, nonostante le notevoli dinamiche inflative che si sono manifestate nel corso dell’ultimo trimestre, che hanno determinato forti aumenti nei prezzi d’acquisto in comparti importanti come quelli di cereali, del latte, e di tutti i loro derivati.

Il differenziale negativo di oltre un punto del margine lordo merci, è stato sostanzialmente compensato dai benefici derivati dai miglioramenti contrattuali ottenuti da Centrale Adriatica, la nostra centrale marketing.

Parte significativa di questi benefici sono stati riversati in attività promozionali, in modo particolare verso i soci, che hanno beneficiato tra promozioni e sconti 10%, di oltre 600.000 € contro i 370.000 circa del 2006, oltre naturalmente ai quasi 900.000 € di attività promozionali rivolte a tutti i clienti soci e non.

### **I Costi di Gestione**

La diminuzione delle vendite registrata nel corso del 2007 ha imposto un notevole sforzo alla ricerca del contenimento dei costi, che ha prodotto il risultato di confermare sostanzialmente i costi a valore assoluto simili al 2006.

Sono stati conseguiti buoni risultati su alcune voci di costo, come personale, manutenzioni e costi diretti di punto vendita mentre su altre, come nel caso delle utenze, energia elettrica, gas, ecc. abbiamo scontato i notevoli aumenti derivanti dall’impennata del prezzo del petrolio.

### **Risultato delle Gestione Caratteristica**

Il risultato della gestione caratteristica al netto della imposta IRAP chiude con un utile di esercizio di **165.000 €** pari al **0,45%** del fatturato e seppur in sensibile calo rispetto all'anno precedente conferma sostanzialmente l'obiettivo di budget.

### **Risultato delle altre gestioni.**

Il risultato netto delle altre gestioni presenta un saldo positivo di **€ 231.000** con una incidenza dell'**0,633 %** sul fatturato migliorando il dato del budget 2007.

### **Risultato complessivo d'Esercizio**

L'esercizio 2007 si chiude alla fine con un utile prima delle imposte di **506.680 €** pari al **1,50 %** del giro d'affari.

Le imposte dell'esercizio ammontano a **€ 149.213**.

Il risultato netto di esercizio è quindi di **€ 357.467** pari al **0,98 %** del fatturato contro il **2.74 %** del 2006

### **CONSIDERAZIONI SULLA GESTIONE DI CASA BELLA.**

Anche l'esercizio 2007 si è sviluppato, per quanto riguarda il mercato del vino, in uno scenario che da alcuni osservatori viene definito "il paradosso italiano", con le nostre bottiglie che conquistano l'export ma stentano nel mercato interno.

Una possibile spiegazione del paradosso viene dalla constatazione che lo sviluppo della vendita dei vini italiani è direttamente proporzionale alla diversa crescita delle economie, il P.I.L del mondo cresce circa del 4,9%, quello dell'Italia tre volte meno; la Russia registra un 7,6% in più, la Cina l'11,4%, la Germania il 1,8% e gli Usa il 2,2% (dopo la paurosa frenata del 4.trimestre 2007).

Sembra quindi marginale l'attenzione agli indicatori psicologici del mercato, la propensione al consumo di vino per esempio, per capire le difficoltà del mercato domestico.

Si teme invece che, come già accade per altri prodotti di qualità dell'agroalimentare nazionale, il mercato italiano diventi permeabile ai vini del Nuovo Mondo (Australia, Americhe) e che il vino italiano diventi troppo caro per gli italiani.

E che il paradosso si dilati al punto da far produrre in Italia vino per i paesi a più forte espansione economica e bere a casa nostra il vino prodotto da paesi con economie e monete più deboli, e quindi minori costi produttivi.

I principali produttori italiani hanno già avviato delocalizzazioni in paesi a costi più bassi per produrre lì il vino destinato al nostro mercato, e continuano a produrre in Italia il vino destinato ai mercati delle economie ricche ed in espansione.

Sulla base di queste valutazioni negli anni scorsi sono stati avviati alcuni progetti destinati:

- ad un riposizionamento sul mercato interno attraverso il miglioramento della qualità dei prodotti; questo ci ha consentito, insieme alle misure prese per la razionalizzazione dei costi, pur a fronte di una lieve riduzione anche in termini di valore delle vendite (- 3% rispetto al 2006), un ulteriore miglioramento dei margini e ci ha sottratto alla corsa per il prezzo più basso.
- b) al tentativo di portare la nostra presenza sui mercati esteri ed in particolare negli Usa, in Russia e in Brasile; nel corso del 2007 abbiamo quindi acquisito l'8% di Vintelgence Lcc, la società statunitense che importa i nostri prodotti per quel mercato e che ci vede soci insieme ad altre importanti cantine italiane del Veneto, della Lombardia, della Sicilia e, a breve, della Toscana e quindi con produttori che si integrano nell'offerta e non concorrenziali fra di loro.

Di conseguenza abbiamo preferito avviare contatti con gli altri partner del Consorzio Terre dei Farnese, nato per la promozione dei vini piacentini all'estero, per cedere la quota, da noi detenuta.

Il lavoro svolto per l'avvio dell'attività di esportazione ha presentato molte difficoltà per la soluzione di diversi problemi burocratici e organizzativi, ed ha cominciato a dare i suoi frutti soltanto verso la fine dell'esercizio conseguendo in quei mercati, comunque il 4% del fatturato complessivo.

Le prospettive per il 2008 sono certamente interessanti, pur se la debolezza del dollaro e le difficoltà dell'economia statunitense tenderanno a ridurre i margini attesi.

I nostri sforzi sono stati premiati, per la prima volta, al Vinitaly del 2007 con la Gran Menzione per il Dongione 2005 della linea Viticoltori Arquatesi.

Anche nel 2007 abbiamo dovuto registrare una sensibile perdita dell'azienda agricola, dovuta al parziale rifacimento del vigneto che ha determinato una minor produzione di uva, che in attesa dell'entrata a regime dei nuovi impianti, incide sui costi dell'azienda per la particolare cura necessaria.

Nel complesso il fatturato ha comunque oltrepassato i 6 milioni di euro con una crescita dell'1% rispetto al 2006 mentre il valore della produzione è cresciuto di oltre il 16% e ha raggiunto i 6,6 milioni rispetto ai 5,7 milioni del 2006.

Il risultato della gestione caratteristica è passato da 360 mila euro del 2006 a 362 mila nel 2007 e ha quindi assorbito l'incremento dei costi di personale di oltre 100 mila euro (dovuto ad alcuni passaggi di categoria e al rafforzamento del settore commerciale) che pesano poco più dell'11% sul valore della produzione.

Gli oneri finanziari hanno invece superato i 200 mila euro (180 mila nel 2006) in quanto comprendono, per la prima volta, la remunerazione del prestito ricevuto dalla controllante Eridana Soc. Coop.va per 75.000 €.

Dopo alcuni anni negativi, come già affermato più sopra, anche l'esercizio 2007 chiude con un utile netto di € 211.214 - a fronte di un utile 2006 di € 259.408 caratterizzato però dal realizzo di una consistente plusvalenza.

Il risultato, certamente influenzato da fattori esterni, costituisce soprattutto il frutto del lavoro di squadra che il nostro personale ha saputo sviluppare con continuità e responsabilità per la soluzione di molti punti critici che avevamo di fronte, va rivolto a tutti un ringraziamento per l'impegno dimostrato.

Si deve poi aggiungere che, anche nel 2007, in presenza di prezzi contenuti delle materie prime, abbiamo cercato di riconoscere ai nostri fornitori dei prezzi equi che consentissero una qualità costante e adeguata alle nostre esigenze.

La gestione caratteristica dell'azienda è ormai avviata verso un consolidamento del risultato raggiunto ed in grado di sopportare i nuovi e ancor più impegnativi obiettivi che ci siamo dati.

A supporto dei progetti avviati è già stato licenziato dal Consiglio di amministrazione un piano di investimenti che nel triennio 2008/2010 si avvicina ai 2 milioni di euro e che dovrà razionalizzare la capacità produttiva della cantina, realizzare il completamento del vigneto e migliorare l'immagine complessiva dell'azienda.

## **RISULTATO COMPLESSIVO D'ESERCIZIO**

Il risultato del "Gruppo", prima delle imposte, al netto delle elisioni di utili infragruppo previsti dalle norme in vigore, ammonta quindi a € **793.746** .

Questo risultato, la cui composizione è illustrata nella tabella della Nota Integrativa, è stato determinato dalle elisioni d'utili infragruppo e dagli ammortamenti dei maggiori valori dei beni dell'attivo conseguenti all'imputazione della differenza positiva di consolidamento della Società Casa Bella Srl.

Nel complesso si deve rilevare la forte solidità patrimoniale del gruppo, nel 2007 il patrimonio netto di gruppo ha, infatti, raggiunto € 23.647.260.

## **OCCUPAZIONE**

Il Gruppo Eridana, coerentemente con la sua natura cooperativa, ha perseguito una politica di sviluppo dell'occupazione, il totale degli occupati al 31.12.2007 era di 198 unità con un incremento occupazionale, seppur piccolo, di 4 addetti + 2,5% sul 2006.

Il Gruppo si conferma, quindi, come una delle più significative realtà occupazionali, sia della cooperazione piacentina, sia dell'intero settore distributivo della Provincia di Piacenza.

## **SCOPI STATUTARI**

Coerentemente con la natura cooperativa, la gestione del gruppo è stata ispirata alla funzione sociale di difesa dei consumatori, soci e non soci.

**Per Coop Eridana** tale funzione si è espressa innanzitutto nella partecipazione ai progetti sociali e di tutela della qualità del sistema Coop, nel forte contenimento dei prezzi e in un vasto numero d’iniziative promozionali e sociali.

Da segnalare in particolare le iniziative rivolte ai soci, che hanno generato il notevole vantaggio economico, di oltre 600.000 euro, e determinato un incremento della base sociale: che è cresciuta di 775 soci rispetto al 2006.

Questa attenzione alle attività rivolte alla base sociale, hanno infine determinato il rafforzamento della “prevalenza”, consolidando il già positivo dato dell’anno precedente, confermando la cooperativa tra quelle a mutualità prevalente come previsto dalla legislazione vigente.

**Per Casa Bella** si deve sottolineare sia la politica di contenimento dei prezzi, sia la partecipazione a due iniziative di promozione sociale di Coop Eridana, sia infine l’impegno a garantire la qualità e sicurezza dei prodotti che si è tradotta in un sistema più impegnativo di controlli e di procedure.

Un sistema che, nel nuovo centro di produzione, si può avvalere di un laboratorio d’analisi tra i più avanzati oltre che di tecnologie di produzione d’avanguardia.

Si deve poi aggiungere che, anche nel 2007, in presenza di prezzi contenuti delle materie prime, Casa Bella ha riconosciuto ai propri fornitori prezzi equi che consentissero una qualità costante e adeguata agli standard raggiunti negli ultimi anni.

## **INFORMAZIONI 2008**

### **COOP ERIDANA**

I risultati del primo trimestre 2008 registrano un andamento altalenante, mentre gennaio e febbraio si sono chiusi con incrementi significativi delle vendite con rispettivamente un + 1% e + 6% il mese di marzo nonostante le festività pasquali ha chiuso con un – 3,3% riportando il montante del primo trimestre ad un +1% circa.

Occorre però considerare che questo dato è stato influenzato negativamente dalla apertura di un importante concorrente a Fontanellato, che il 14 febbraio ha inaugurato un nuovo supermercato da 1.500 mq.

Le vendite a mercato omogeneo sono del + 3,0% circa.

Il piano di lavoro del 2007 prevede uno sforzo notevole per l'apertura entro l'autunno sia dei due nuovi negozi a Piacenza acquisiti da Coop Consumatori Nordest oltre all'apertura dei nuovi punti vendita di Borgonovo e Sarmato i cui cantieri sono in fase di ultimazione.

Sul versante commerciale, oltre alla conferma di tutte le attività in atto, è in fase di avvio una innovativa iniziativa di convenienza, indirizzata ai soci che permetterà loro di acquistare in modo continuativo, per oltre 4 mesi, un buon numero di prodotti importanti, della spesa quotidiana, con uno sconto del 20 %.

Sono allo studio infine alcune possibilità di realizzazione di nuove strutture di vendita nella provincia di Parma, da realizzarsi nel triennio 2008-2010 da localizzare in comuni dove attualmente non c'è presenza della cooperazione, e in un caso, dove esiste tuttora una piccola cooperativa di consumo con un piccolo punto vendita non più in grado di soddisfare i bisogni dei soci e dei clienti.

## **CASA BELLA**

Anche per Casa Bella, nei primi tre mesi del 2008 registriamo un trend positivo nelle vendite.

Nel piano delle attività, lo sforzo maggiore è riservato al consolidamento delle vendite con il decollo definitivo dei mercati esteri, in particolare Stati Uniti, Russia, e Brasile.

Contestualmente daremo seguito ai progetti già deliberati dal Consiglio di Amministrazione con un piano di investimenti che nel triennio 2008/2010 si avvicina ai 2 milioni di euro e che dovrà razionalizzare la capacità produttiva della cantina, realizzare il completamento del vigneto e migliorare l'immagine complessiva dell'azienda.

Nei primi mesi dell'anno provvederemo infine ad alienare la partecipazione detenuta nel Consorzio Terre dei Farnese alla Cantina Sociale Val Tidone in quanto ritenuta non più strategica.

Il 2008 sarà quindi un altro anno impegnativo, ma siamo certi che con il contributo di tutti, amministratori e lavoratori, potremo continuare a conseguire i risultati, che collocano il " Gruppo Eridana" tra le più significative realtà del territorio piacentino.

Pontenure 15 Aprile 2008

Il Presidente di  
Coop Eridana Soc. Cooperativa  
Maurizio Molinelli