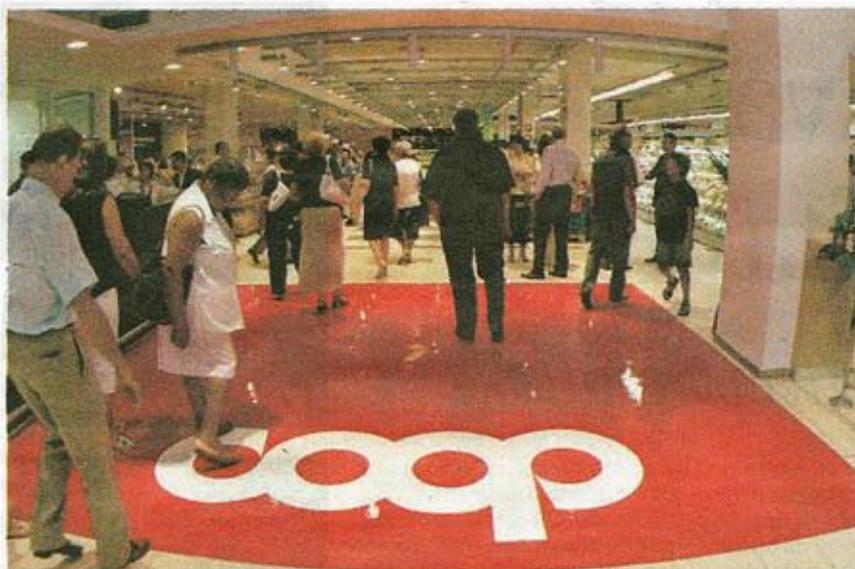


ROMA *economia*



Le Coop nel Lazio



■ PUNTI VENDITA DI CUI 4 IPERCOOP	37
■ SOCI	370.000
■ DIPENDENTI	2.000
■ FORNITORI LOCALI LAZIO SUTUTTA LA RETE UNICOOP	200
■ FATTURATO ANNUO IN MILIONI DI EURO	450
■ NEGOZIO VIRTUALE SU ROMA E-COMMERCE "SPESA CHE NON PESA"	1
■ PUNTI VENDITA EX GS	16

Rilevando il marchio Gs, la catena rafforza la sua presenza a Roma e sfida la crisi del commercio

La Coop punta sulla capitale al via 16 nuovi supermarket

ALESSANDRA PAOLINI

SEDICI nuovi punti vendita a marchio Coop nella provincia di Roma: 14 in città, uno a Ostia e uno a Marino. A dispetto della crisi del commercio, per la Coop non è il momento di indietreggiare e così, in un investimento che dovrebbe portare un fatturato annuo da 200 milioni di euro, dall'inizio dell'estate ha iniziato la sua avanzata nella grande distribuzione a Roma. L'avanzata avviene in modo soft, non c'è in realtà nessun supermarket nuovo da inaugurare. La più grande realtà cooperativa d'Italia (370mila soci solo nel Lazio con oltre 2000 dipendenti) è, infatti, subentrata alla Gs, supermarket che il patron Giancarlo Lucani ha deciso di vendere.

Per gli aficionados di scaffali e carrelli il cambiamento da Gs a Coop sarà graduale: stessi dipendenti, stesse strutture. Per ora le insegne sono a marchio

ALL'INTERNO

L'inchiesta

Cinecittà senza più film abbandono e degrado negli studios romani

L'intervista

«È un pezzo di cultura lo Stato deve salvarla usando la leva fiscale»

Il caso

Neopatentati a Roma si abbatte la scure dell'assicurazione auto

I poteri forti

La Camera di commercio crea l'agenzia dell'export per le piccole industrie



Le scienze

I cinesi credono nella Levi Montalcini e finanziano le ricerche

«DOC». «Marchio di transizione spiega Stefano Venditti, presidente della lega Coop Lazio - che tra un anno o qualcosa in più si trasformerà in Coop». Anche per la merce in vendita, questo è un periodo di interregno. La filosofia commerciale è quella di introdurre i prodotti della cooperativa piano piano affiancandoli per ora a quelli dell'ex gestione. Con assortimenti e integrazioni che arriveranno man mano. Anche gli addetti alle vendite nelle DOC sono gli stessi di prima. «Abbiamo mantenuto il personale», dice Venditti. «Nessuno è stato licenziato e dove necessario ci saranno dei ricollocamenti. La nostra è un'operazione di grande impatto per Roma, fatta nell'interesse anche dei consumatori. Il procedere per tappe è la prova: abbiamo bisogno di capire quali siano i nuovi servizi da offrire e quali le aspettative dei clienti».