



## Imprese, Coop: in Lombardia rapporto con territorio va oltre presenza commerciale

### Descrizione

(Adnkronos) • Nasce •La Lombardia di Coop•, un progetto per raccontare un rapporto con il territorio che va oltre la presenza commerciale della Cooperativa e dei suoi punti vendita. La Lombardia • un grande mercato di riferimento per Coop Lombardia, si legge in una nota, ma • contemporaneamente un territorio dal quale Coop acquista prodotti e servizi, nel quale costruisce relazioni con le imprese, sostiene filiere produttive e genera valore economico.

Al Castello Sforzesco sono presenti 22 produttori agroalimentari e vinicoli lombardi. Sono la rappresentazione concreta e visibile di un sistema molto più ampio di relazioni tra Coop e il tessuto produttivo regionale. Dietro ciascun prodotto ci sono infatti imprese, imprenditori, agricoltori, lavoratori, competenze, investimenti e territori. E dietro il funzionamento della stessa rete Coop esiste un ulteriore sistema di aziende lombarde che forniscono quotidianamente servizi alla Cooperativa, si legge ancora. •La Lombardia di Coop• vuole quindi raccontare non soltanto quanto Coop vende in Lombardia, ma soprattutto quanto Coop compra dalla Lombardia e quanto valore economico contribuisce a mantenere nel territorio.

Uno degli elementi centrali • la relazione con i fornitori. Per Coop il fornitore non rappresenta semplicemente l'ultimo anello di una procedura di acquisto. La costruzione di rapporti continuativi e affidabili con le imprese del territorio consente di sviluppare filiere più solide, conoscere direttamente le realtà produttive, valorizzarne competenze e specificità e, allo stesso tempo, garantire ai consumatori qualità, sicurezza e convenienza. La presenza di un'impresa lombarda sugli scaffali o all'interno della filiera Coop significa quindi mettere in relazione produzione e consumo, facendo della distribuzione un punto di incontro tra chi produce valore sul territorio e milioni di persone che ogni giorno effettuano le proprie scelte di acquisto. • un rapporto che assume un significato ancora maggiore in una fase economica nella quale le imprese devono confrontarsi con l'aumento dei costi, la necessità di investire e innovare e, contemporaneamente, con consumatori molto attenti al prezzo. La sfida diventa quindi riuscire a tenere insieme sostenibilità economica delle imprese, riconoscimento del valore del prodotto e tutela del potere d'acquisto delle famiglie.

La dimensione economica di questa relazione emerge con particolare evidenza guardando ai numeri. Coop Lombardia intrattiene rapporti con 1.008 imprese lombarde di servizi. Queste aziende

rappresentano circa il 75% dei fornitori di servizi della Cooperativa e sviluppano complessivamente un valore economico superiore a 87 milioni di euro. È un dato significativo perché mostra come la relazione con il sistema economico lombardo non riguardi soltanto le merci presenti sugli scaffali. Attorno alla Cooperativa opera una rete molto più<sup>1</sup> ampia di imprese che comprende servizi, manutenzioni, logistica e numerose altre attività necessarie al funzionamento quotidiano dell'organizzazione e della rete commerciale.

A questa dimensione si aggiunge quella degli acquisti di merci. Il Consorzio Nord Ovest, costituito dalle tre cooperative Coop Lombardia, Nova Coop e Coop Liguria, attive rispettivamente in Lombardia, Piemonte e Liguria, sviluppa acquisti da fornitori lombardi per oltre 736 milioni di euro. Il dato consente di comprendere quanto il sistema produttivo lombardo rappresenti un bacino di approvvigionamento importante non soltanto per Coop Lombardia, ma per l'intero sistema cooperativo del Nord Ovest. Un prodotto realizzato in Lombardia può quindi raggiungere consumatori anche al di fuori dei confini regionali. La distribuzione diventa in questo senso anche uno strumento di accesso al mercato e di ampliamento delle opportunità commerciali per le imprese fornitrici.

Coop Italia acquista in Lombardia merci per circa 2,4 miliardi di euro. La Lombardia non è quindi soltanto uno dei principali mercati di consumo del Paese: rappresenta anche uno dei territori produttivi di maggiore rilevanza per il sistema Coop. I tre valori di 87 milioni, oltre 736 milioni e circa 2,4 miliardi di euro fanno riferimento a perimetri differenti e non devono essere sommati. Letti insieme permettono di comprendere la profondità della relazione economica tra Coop e il sistema delle imprese lombarde. Gli ultimi dati disponibili di Unioncamere Lombardia relativi al secondo trimestre 2026 indicano per il commercio al dettaglio un fatturato in crescita del 2,4% su base annua e dello 0,6% rispetto al trimestre precedente. Il quadro restituisce quindi segnali positivi per il commercio lombardo, pur all'interno di una situazione nella quale le famiglie continuano a mostrare una forte attenzione alla spesa e al rapporto tra prezzo, qualità e convenienza. Ed è proprio dentro questa apparente tensione che si colloca una delle questioni centrali del confronto: come sostenere il valore delle produzioni e delle imprese senza perdere di vista la capacità di spesa delle famiglie? Un tema che riguarda contemporaneamente produttori agricoli, imprese, distribuzione, cooperazione e istituzioni, conclude la nota.

?

economia

[webinfo@adnkronos.com](mailto:webinfo@adnkronos.com) (Web Info)

## Categoria

1. Comunicati

## Tag

1. Ultimora

## Data di creazione

Ottobre 3, 2026

## Autore

redazione