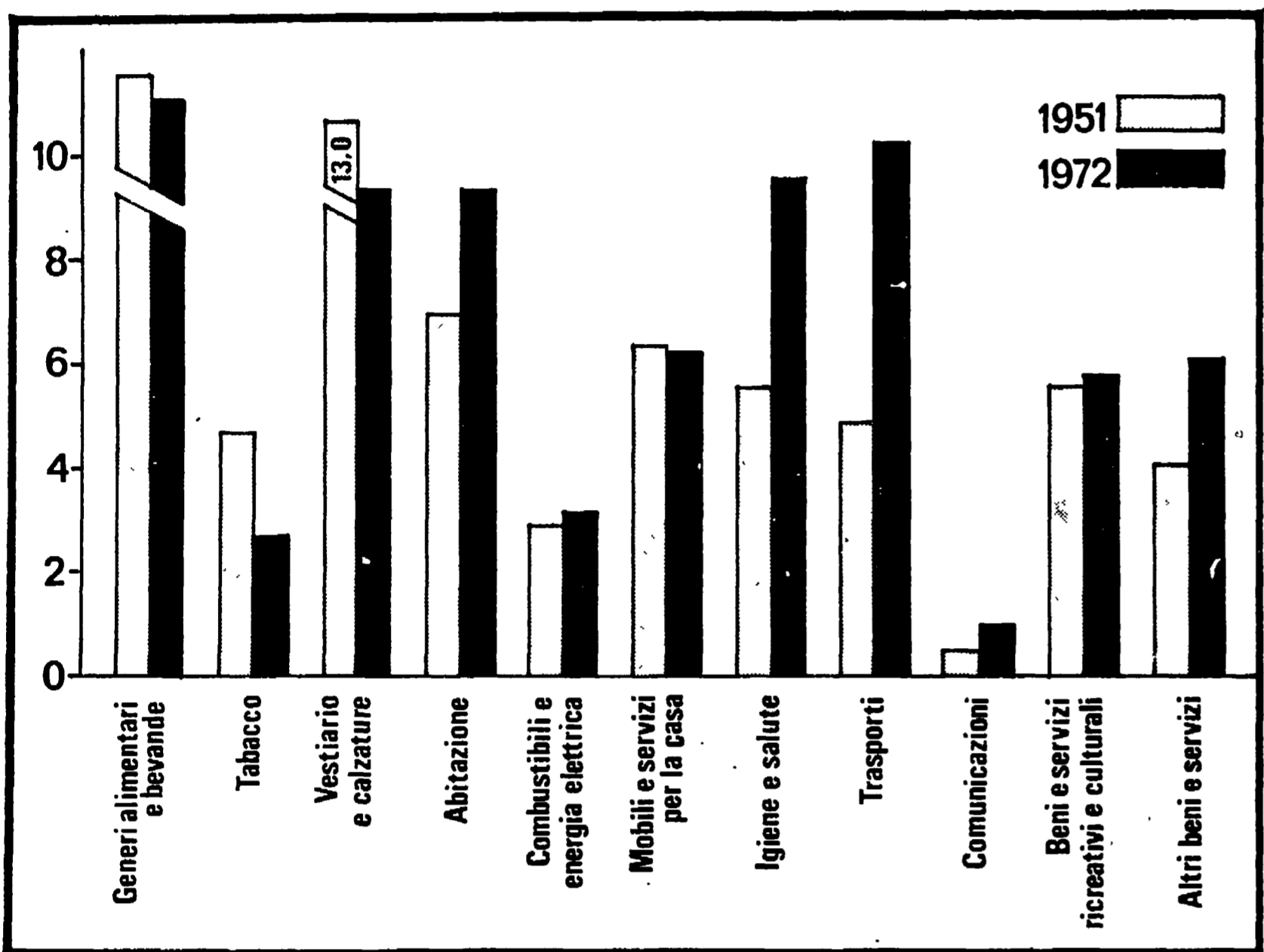


# Quanto costa la distribuzione

Un'indagine sui negozi Coop chiarisce che non è solo questione di dimensioni - L'esperienza del grande magazzino alimentare ha dei limiti anche sul piano della produttività - Una riduzione effettiva del costo richiede una più ampia gamma di interventi a cominciare dalla programmazione dei negozi



La composizione della spesa delle famiglie italiane è mutata ma non tanto. Il capitolo alimentare rimane, anche come media, il più pesante.

Un'indagine condotta dall'ufficio programmazione dell'Associazione cooperative di consumo ha permesso di accertare, per un campione di negozi con 200-400 metri quadrati di superficie di vendita, che la produttività di ogni persona che vi lavora era nell'aprile di quest'anno di circa 52 milioni di lire. Non sono molti i negozi tradizionali che raggiungono un volume di vendite per persona addebita nel corso dell'anno e questo dato ci chiarisce la necessità, per i dettaglianti, di intraprendere la via dell'ammodernamento per conseguire risultati migliori. L'indagine chiarisce che si tratta semplicemente dell'aumento delle superfici di vendita. Analogo rilevamento sui negozi con oltre 600 metri quadrati di superficie di vendita mette in

provvedimenti di gestione che attraverso l'aumento delle vendite per addetto e per metro quadrato. Attraverso l'IN-RES (Istituto nazionale per le ricerche economiche e sociali), che è una branca dell'Ufficio Programmazione, la cooperazione ha anche avviato quella ricerca di mercato divenuta ora ricerca sui bisogni della popolazione e sul modo migliore di corrispondervi — che costituisce la base per far uscire l'impresa di distribuzione dal cieco empirismo delle decisioni prese sotto l'impulso delle circostanze in un quadro «aziendistico» spesso contrapposto alle esigenze sociali.

Chiudersi nella gestione del negozio, rifiutando esperienze nuove, è la peggiore delle soluzioni. Nella vita economica moderna il mondo è sempre più piccolo ed il conseguimento del vantaggio economico di ognuno dipende sempre più dal contemporaneo soddisfacimento degli altri.

In questo senso il recente congresso della Concoeserenti ha costituito un positivo passo in avanti. Già ha fornito l'occasione di un bilancio associativistico notevole: il Consorzio nazionale dettaglianti, estendendosi nelle regioni meridionali, porta una ventata di novità in tutto il settore. Il bilancio delle possibilità, in termini di contrattazione collettiva degli acquisti, di rapporti di collaborazione col movimento cooperativo, di collaborazione con le Regioni ed i Comuni è positivo. Sono poste le premesse perché ora in poi, abbandonata la chiusura corporativa dei «bottegai» e della «confessione», i problemi della distribuzione possano essere affrontati in modo nuovo.

## L'acqua è un elemento vitale per le cellule del corpo umano

Il nostro corpo è formato da miliardi di cellule. E la cellula del corpo umano ha sempre sete. Essa infatti vive in un ambiente composto prevalentemente di acqua e di sali. Da quest'acqua e da questi sali la cellula riceve il nutrimento necessario alla sua vita. All'acqua la cellula cede poi i prodotti del suo ricambio. L'ambiente liquido che è alla base della vita delle cellule deve essere quindi continuamente rinnovato con l'intervento di altri liquidi in grado non soltanto di asportare le sostanze del ricambio, ma anche di apportare gli elementi indispensabili per mantenere inalterata la sua composizione.

Se l'ambiente non venisse rinnovato con una adeguata quantità di sali, la cellula perderebbe la sua vitalità. I liquidi capaci di queste due azioni si dicono dotati di attività fisiologica e possono essere somministrati in quantità elevate.

L'acqua Sangemini nella individualità della sua costituzione per il suo tenore minerale, è in grado di svolgere una attività fisiologica depuratrice ed equilibratrice dell'ambiente interno, che è alla base della vita delle cellule.

La Sangemini risponde quindi ai requisiti indispensabili per mantenere in equilibrio costante, nel continuo rinnovamento, i liquidi organici. E' senza fondamento scientifico la convinzione che l'acqua faccia ingrassare, l'acqua non produce infatti calorie. L'acqua Sangemini in particolare, per la sua azione fisiologicamente favorevole, può essere bevuta anche in abbondanza con benefici risultati. La sua importanza è data dal fatto che essa è un elemento vitale per le cellule.

Autorizzato dal Ministero della Sanità con decreto n. 3663 del 2.4.73



**F.A.R.O. PESCA** sas  
IMPORT-EXPORT  
PRODOTTI ITTICI  
Via Aldobrandini, 3-R - OSTIA LIDO  
Tel. 6695895 - 6693659

Preferite i prodotti marca stella



## ALBACORA s.r.l.

GENOVA  
Largo Zecca, 8  
Telefono 291.442/3/4

ROMA  
Via Piramide Cestia, 1/C  
Telefono 57.89.42

NAPOLI  
Calata Villa del Popolo  
Telefono 51.06.64

Anche quest'anno l'Azienda Sole ha scelto una pubblicità essenzialmente «informativa»

## TEMPO DI SCUOLA TEMPO DI LATTE TEMPO DI «SOLE»

Sta ormai per concludersi il primo trimestre scolastico ed inizieranno le vacanze natalizie. Perché parliamo di scuola, nell'affrontare il nostro discorso sulla necessità della alimentazione a base di latte per un buono sviluppo dei bambini?

Perché a scuola il ragazzo consuma moltissime energie. Almeno quanto nei suoi giochi più sfrenati. Ma questa è una verità che per lo più sfugge ai genitori, e così certi fenomeni molto comuni come distrazione o distrazione improvvisa, inatteso estraniarsi dalla vita della classe (o dell'ufficio, perché il discorso può essere ripetuto pari pari per i ragazzi più grandi che già lavorano) sono spessissimo incomprensibili per i genitori. I più attenti pensano allarmati che un esaurimento o chissà quale malattia minaccino i loro figli, gli altri per lo meno tendono a sottovalutare il fenomeno, scuotono la testa, dicono che è l'età e ne danno la colpa alle «mille sciocchezze che gli imbottiscono il capo» — se è più grande — al «primo amore». In novantanove casi su cento si tratta invece di una alimentazione non razionale che fa sì che il ragazzo sotto il pretesto sforzo fisico o psichico consumi troppo presto la sua scorta di energie, restandone a secco. Perché non ne aveva abbastanza.

Questa presa di coscienza da parte della madre dei termini reali del problema è il primo degli obiettivi che la campagna pubblicitaria Sole di quest'anno si propone. Il secondo, e più importante, consiste nel suggerire l'ideale soluzione. Non si tratta infatti di appesantire durante il giorno la alimentazione del ragazzo, né tanto meno di proporgli alla mattina una di quelle colossali prime colazioni di tipo americano (carne, uova e chi più ne ha più ne metta) fuori delle nostre tradizioni come probabilmente della portata delle nostre... borse, compresse da preparare e non sempre facilmente digeribili. La soluzione è molto più semplice: razionalizzare una volta per tutte la nostra alimentazione quotidiana con una maggiore quantità di latte Sole.

Pratico, leggero, facilmente digeribile, sano, poco costoso soprattutto se confrontato con alimenti parimenti sostanziosi come carne e pesce, il latte Sole si propone come alimento indispensabile e che giornalmente è sottoposto a fatiche fisiche o intellettuali. Il latte, infatti, oltre ad altre fondamentali sostanze contiene tantissime proteine (un litro di latte Sole — ci ha spiegato la pubblicità dello scorso anno — ne contiene quanto due etti di carne, tre di pesce o sei uova) e proprio questo alto contenuto proteico fa del latte Sole una bevanda di elevato potere nutritivo ed energetico. Ecco perché il latte può garantire al consumatore abituale una adeguata scorta di energie, una maggiore vitalità, un miglior «tono» psico-fisico, una più spiccata attitudine a vivere ap-

pieno ogni attimo della giornata.

Perché, se questa è una verità valida per tutti, si è puntato in particolare modo sui benefici che il latte può garantire ai ragazzi? Perché — non dimentichiamolo — l'elevato contenuto proteico ha una funzione determinante nello sviluppo e nella crescita.

Perché — si potrebbe chiedere allora — si è deciso di esaltare il contenuto proteico del latte e i suoi benefici invece di altre caratteristiche del prodotto che assicurano benefici che più toccano gli adulti, come la sua funzione di sostitutivo o la sua importanza come elemento base di diete salutari e sicure? Perché, attraverso un discorso del genere di quello prescelto, è più facile introdurre un serio e motivato discorso sul latte a cui la consumatrice-madre (come tutti noi, fino ad oggi assai mal informata sulle caratteristiche del latte e sui benefici che ne possono derivare) è particolarmente sensibile in quanto tocca la salute dei figli, la loro forma, perfino il fatto che siano sempre come lei desidera sempre vederli.

E così più facile introdurre il latte nelle case italiane assai più di quanto oggi accada, e quindi arricchire la nostra alimentazione che appunto di latte oggi è troppo carente. E questo è l'obiettivo ultimo che l'Azienda Sole si propone. Quando la consumatrice, infatti, sarà convinta almeno a provare, il gioco sarà fatto: dopo, a convincerla della validità della sua scelta, «parlerà» direttamente il latte Sole con le sue meravigliose proteine, giusta scorta di energie. In tal modo, oltre ai propri vantaggi, l'Azienda Sole avrà fatto anche quello dei consumatori.



ESPORTAZIONE PECORINO GENUINO ROMANO • PRODOTTI VITERBO NEPI ROMA

**RONCONI**

## FORMAGGI RONCONI

Via Nepesina 2 Nepi - Tel. 0761-55006

### fratelli ravignani fu menotti

Società in nome collettivo  
00167 Roma - p.o. box 9024  
Via della Pineta Sacchetti, 51  
Tel. 06 62.74.742 - 62.74.780  
Telegr.: Frara Roma

AZIENDA COMMERCIALE SPECIALIZZATA nelle forniture «CATERING»

CONSERVE ALIMENTARI - SPECIALITÀ ALIMENTARI - ALIMENTI SURGELATI

SPUMANTE E VINI IN VASTO ASSORTIMENTO REGIONALE ITALIANO

Importazione diretta in esclusiva: dalla POLONIA: Wodka e Birra dal BELGIO: Birra Stella ARTOIS dalla FRANCIA: Champagne - Vini mousseux Vini tipici

dagli USA: purè di patate della nota marca FRENCH