

CHECCUCCI: un anno importante

L'ECONOMIA ITALIANA ha avuto nel 1973 uno dei momenti di maggiore difficoltà. E le difficoltà permangono, anzi si aggravano nel 1974. Momenti difficili e pericoli hanno corso anche le istituzioni democratiche e le cooperative di consumo. La Coop Italia, nel settore a salvanguardia di esse, ha fatto importanti passi avanti nel processo di ristrutturazione e sviluppo, segnando al proprio attivo significativi successi.

Tra questi, nella leale applicazione dei decreti relativi al « blocco dei prezzi » c'è da mettere il tangibile riconoscimento di larghe masse di consumatori che ci hanno consentito di espandere le vendite con ritmi eccezionali. Nel conseguente maggiore volume abbiamo recuperato quanto venivamo a perdere negli utili lordi in percentuale.

Abbiamo operato per dare maggiore concretezza agli scambi intercooperativi, a livello europeo e fra cooperazione di consumo e cooperazione agri-

cola, ed abbiamo realizzato, con la concentrazione delle aziende ed il miglioramento di alcune gestioni, le condizioni per espanderci territorialmente e per affrontare le vendite anche nei settori non alimentari, che oggi hanno un peso prevalente nei consumi delle famiglie dei lavoratori italiani. Fatta chiarezza nei nostri interni orientamenti, abbiamo rafforzato in accordo con la programmazione dell'Associazione nazionale Cooperative di consumo e con le cooperative che costituiscono il nostro sistema, il settore vendite del Consorzio nazionale, la direzione acquisti, la direzione export-import e installato il nuovo centro elaborazione dati.

Valide in generale le gestioni del 1973. Ma è nella validità politica e sociale del nostro ruolo; nella fiducia e nel legame con milioni di consumatori e soci; nella efficienza e competitività delle nostre strutture, che sta la fiducia nel nostro avvenire, mentre richiamiamo governo, autorità, forze politiche e sindacali dell'arco costituzionale a riconoscere, nell'interesse generale, la nostra funzione sia economica che politica.

FULCO CHECCUCCI
Presidente e consigliere delegato della Coop Italia

MAZZOLI: vogliamo fare di più

PER QUANTO validi siano i risultati della gestione della COOP-ITALIA e delle Cooperative Associate nell'esercizio 1973, in forza principalmente dell'incremento delle vendite, ci sentiamo di dovere fare di più, molto di più, e ciò diciamo fuori da ogni rituale finzione di modestia. Superate alcune difficoltà interne non possiamo accettare che la nostra presenza sia ristretta ad alcune regioni del Centro e Nord Italia.

Già stiamo operando per rafforzare la debole presenza che abbiamo nel Veneto, mediante la realizzazione di moderni e vasti centri commerciali, muovendo dall'esperienza e dalle strutture emiliane, in particolare facendo perno su Bologna.

Al di là delle frasi di circostanza, o di un impegno solo politico, in accordo con il mondo democratico meridionale, con i Sindacati operai, con le forze cooperative locali, stiamo programmando come estenderci nel Mezzogiorno, partendo dalla Toscana e dalla Romagna.

Con le nostre modeste forze, con i limiti dell'attuale politica del credito, assai negativa, con i tassi da strozzinaggio che ci vengono richiesti, noi intendiamo realizzare nei prossimi cinque anni investimenti per 30 miliardi, facendo ricorso al prestito del Soci, al concorso finanziario dell'UNIPOL, quali risorse fondamentali.

Ci muove non la sete insaziabile dei profitti, ma la volontà di estendere un tessuto economico permeato di socialità, e perché no? struttura economica intrinsecamente antispeculativa, roccaforte dei principi democratici; scuola e tribuna di propaganda della democrazia economica e politica.

Non istituto di pura solidarietà, ma all'avanguardia nelle tecniche aziendali: ad esempio distributiva, dei calcolatori; all'avanguardia nelle lotte a difesa del consumatore e della democrazia, in collegamento e collaborazione stretta con le altre forme cooperative, cooperazione agricola, CO.Na.D., con le altre centrali cooperative, in collaborazione con le Partecipazioni statali, vediamo il nostro futuro, le linee del nostro sviluppo ulteriore.

ENEAS MAZZOLI
Vice presidente e consigliere delegato della Coop Italia

COOP ITALIA:

*Domani a Sirmione
al Palazzo dei
Congressi si apre
la XXVIII assemblea
generale
ordinaria dei soci*

NON MIRIAMO AL PROFITTO la Coop è al servizio del consumatore

La cooperazione di consumo aderente alla Lega delle Cooperative e Mutue affonda le sue radici nella storia del movimento operaio, del quale giustamente va considerata come una struttura di primaria importanza. I dati parlano chiaro: un milione di soci all'incirca raccolti in oltre 2 mila cooperative, oltre 3400 punti di vendita, un capitale sociale che supera i 2 mila miliardi di lire, 11 mila dipendenti e un giro di affari che nel 1973 ha superato i 240 miliardi di lire. Si tratta di una grande costruzione democratica, in gran parte moderna, che assolutamente non può essere scambiata, ad esempio, con una Unione Consumatori qualsiasi. La cooperazione di consumo in Italia prima ancora di essere un fatto economico è un movimento di massa che si batte per obiettivi di riforma, che agita e dibatte i temi e i problemi della difesa dei consumatori, che lotta concretamente a fianco delle altre organizzazioni di massa del movimento operaio affinché il nostro Paese avanzi sulla strada del progresso, della libertà, di una maggiore giustizia sociale.

In questo quadro si colloca la Coop Italia che è giustamente considerata la struttura portante della cooperazione di consumo.



Il marchio Coop

E' una linea strategica di grande importanza. La Coop Italia, attraverso la politica unitaria degli approvvigionamenti, esercita oggettivamente una efficace azione contro le concentrazioni monopolistiche e le intermediazioni parassitarie. Vengono così assicurati collegamenti più diretti e organici tra produzione e consumo, a tutto vantaggio dei consumatori. Ma non basta. In Italia, nel settore agricolo, opera un non meno importante momento cooperativo. Stabilire collegamenti stretti con esso non solo è logico ma indispensabile. Anche qui i passi compiuti sono ragguardevoli: nel 1968-'69 prodotti di tale provenienza cooperativa rappresentavano una quota modestissima del giro d'affari, nel 1973 essi hanno raggiunto un valore di circa 50 miliardi con una incidenza sulle vendite totali di oltre il 40 per cento. Ed è possibile fare ancora molto di più. La li-

nea Coop — è stato giustamente sottolineato — non rappresenta quindi una linea commerciale nel senso ristretto della parola ma una scelta politica che la cooperazione ha fatto per poter offrire ai consumatori una valida alternativa, sul piano della genuinità e della qualità e dei prezzi, nei confronti della crescente pressione che su di essi viene esercitata dai gruppi monopolistici. Attraverso i propri marchi esclusivi la cooperazione garantisce una scelta razionale dei consumi, sottratta alla suggestione della esagerata e costosa pubblicità. Attualmente i marchi esclusivi della cooperazione di consumo, in rapido e continuo sviluppo, coprono fondamentali settori della alimentazione (dalla pasta ai dolci, ai latticini, ai salumi, agli oli, alle conserve animali e vegetali, etc.) e di altri consumi familiari (detersivi, saponi, articoli per l'igiene e pulizia della casa, etc.).

Cosa eravamo

La Coop Italia nasce il 1° gennaio del 1969 attraverso la fusione dei numerosi consorzi provinciali e interprovinciali allora esistenti. Svolge le funzioni che sono proprie di una unica centrale che ha il compito di provvedere ai bisogni di 3400 punti di vendita, bisogni che vanno dalla necessità di approvvigionarli convenientemente, alla gestione dei magazzini necessari per stoccare le merci e dei servizi connessi, al coordinamento unitario della politica di vendita della cooperazione di consumo.

La Coop Italia giuridicamente è una società cooperativa a responsabilità limitata. La sua base sociale è costituita dalle cooperative di consumo alle quali soltanto sono riservate le prestazioni dei servizi della società.

Quando nel 1965 si cominciò a pensare alla costituzione di un Consorzio unico nazionale, le vendite realizzate direttamente dai 19 Consorzi allora esistenti e dotati di magazzino, ammontavano a circa 20 miliardi di lire ai quali bisogna aggiungere altri 18 miliardi rappresentati dalle forniture procurate alle cooperative dall'allora AICC in forma commissionaria. I più ottimisti prevedevano che il Consorzio unico avrebbe potuto realizzare nel suo primo anno di vita un giro d'affari « diretto » di 33 miliardi a cui si sarebbero aggiunti altri 21 miliardi di attività commissionaria, in gran parte realizzabili nelle zone non dotate di magazzini consortili. La previsione quindi era di 55 miliardi, invece...

Cosa siamo

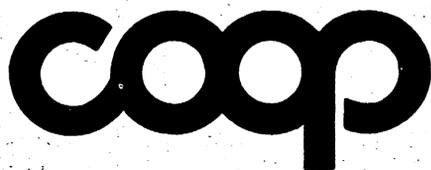
Invece le previsioni sono state superate. Meglio delle parole dicono le cifre. Nel 1969 (primo anno di attività della Coop Italia) tra vendite dirette e vendite commissionarie si superano i 66 miliardi; nel 1970 gli 80 miliardi, nel 1971 i 96 miliardi, nel 1972 i 110 miliardi, nel 1973 i 136 miliardi. Tra il 1969 e il 1973, vale a dire nel giro di cinque anni, il giro di affari è più che raddoppiato, l'incremento esatto è del 104,94 per cento.

Dietro queste cifre si nasconde tutta una intelligente azione tesa a rammodernare sempre di più sia la rete di vendita che i magazzini. Questi, ad esempio, nel 1969 erano 8, tutti autogestiti (Milano-Bollate, Cremona, Novara, Bologna, Reggio Emilia, Firenze, Livorno, Pisa), attualmente sono 11 poiché nuovi magazzini sono stati aperti a Ravenna, Castiglione del Lago e a Pordenone. Ma in pratica quasi tutti sono stati ricostruiti, allargati, potenziati (dai 30.500 metri quadrati del 1969 si è passati agli attuali 80 mila mq). Nuovi reparti sono sorti e con essi nuove strutture. La gamma delle merci è pressoché completa e la loro movimentazione avviene con metodi tecnici avanzatissimi, fra i primi in Europa. Un altro segno della crescita è dato dal parco automezzi: attualmente ci sono 173 autocarri di alta portata. Eppoi centri di elaborazione dati: dai 7 meccanografici si è passati agli attuali 9 elettronici più veloci e potenti.

Anche l'organico è più che raddoppiato: 523 dipendenti nel 1969, 1175 nel 1973.

Cosa saremo

Naturalmente la Coop Italia vuole andare avanti. I problemi da risolvere sono ancora tanti. Innanzitutto si prevede che anche nel 1974 il giro di affari registrerà un incremento, vi sono dei segni certi già in questi primi mesi dell'anno. L'obiettivo è di raggiungere 157 miliardi con un incremento del 15% sul 1973 e del 136 per cento sul 1969. Praticamente sparirà l'attività commissionaria: è in corso infatti un ampio processo di riorganizzazione degli acquisti cooperativi. Inoltre nel corso dell'anno verrà impostata una nuova metodologia che consentirà di proiettare le previsioni di sviluppo in un'area quinquennale, consentendo di programmare adeguatamente le strutture necessarie e la preparazione del personale per l'intero periodo. Sarà inoltre avviato il servizio nazionale dei « NON ALIMENTARI » dotato di propri servizi di acquisto e marketing e di un proprio magazzino unico nazionale. In Liguria sarà costruito un nuovo magazzino mentre ampliati e dotati di strumentazione moderna saranno quelli di Milano, Bologna, Reggio Emilia, Firenze, Livorno e Pisa. Anche il 1974 dovrà quindi essere un anno importante per la Coop Italia, azienda — lo ripetiamo — che opera senza fini di lucro, al servizio delle cooperative di consumo e quindi di consumatori italiani.



La Coop Industria

Un esempio dell'impegno della cooperazione di consumo per la creazione di una linea di prodotti Coop, è la Coop Industria. Costituita 13 anni fa, la Coop Industria è una società a responsabilità limitata i cui soci sono esclusivamente enti cooperativi. Gli stabilimenti sorgono a Castelmaggiore (Bologna) su un'area di 25 mila mq. di cui 6 mila coperti. Qui si produce: per il settore alimentare, caffè di vari tipi (anche decaffeinato) the, caramelle, cacao, preparati per dolci e pizza; per il settore chimico, insetticidi, pulivetro, cera, deodoranti, lacche, shampoo e bagnoschiuma. In tredici anni la Coop Industria ha più che decuplicato la sua capacità di produzione e le sue vendite, ha diver-

sificato notevolmente la sua gamma produttiva e dal 1970 al 1973 non ha aumentato i prezzi dei listini di vendita. Anche questa azienda è nata non per accumulare profitti ma per svolgere un servizio. Tuttavia il segreto del suo successo va individuato essenzialmente nel fatto che con la Coop Industria si realizza un collegamento veramente nuovo tra produzione industriale e distribuzione nettamente rovesciato rispetto alla situazione normale. Non più una industria che produce e che in seguito deve collocare i suoi prodotti nei circuiti distributivi, ma una rete distributiva organizzata e controllata dai consumatori che condiziona la produzione industriale alle sue necessità e alle sue esigenze.