

Gli obiettivi non facili della Unicoop Lombardia

Il 20 per cento dei consumi nazionali commerciali si realizza in questa regione - Il settore è in crisi eppure i grandi della distribuzione continuano a premere per avere licenze - 35 negozi e 31 miliardi di fatturato

Il 20 per cento dei consumi commerciali nazionali si realizza in Lombardia, la densità della popolazione regionale è doppia rispetto alla media italiana (356 abitanti per chilometro quadrato (1.407 a Milano, 607 a Varese), 8 milioni e mezzo di abitanti nella regione nel 1971, con un incremento di oltre il 15% nel decennio '61-'71. Questi sono solo alcuni tratti della realtà lombarda che fanno da sfondo e rappresentano i motivi del grande sviluppo di tutte le iniziative economiche nei diversi comparti. Il settore commerciale è stato negli anni sessanta interessato da un violento processo di ristrutturazione e di sviluppo che ha avuto il suo epicentro nazionale proprio in Lombardia con una concentrazione di investimenti e di realizzazioni strutturali straordinaria rispetto al complesso della realtà italiana. Nel decennio 1961-1971 si è passati da 85 grandi unità di vendita al dettaglio a 234 con una concentrazione di quasi il 30% di tutta la superficie di vendita della grande distribuzione operante nel nostro Paese. Dopo il 1971 a Milano si verifica nel settore commerciale una diminuzione nel numero dei negozi del 6,6%, assai più accentuata

rispetto alla media nazionale. La suddivisione degli addetti nei tre fondamentali settori economici regionali nel decennio '61-'71 mette in evidenza la spiccata crescita del settore dei servizi (+21,7%), il moderato incremento nell'industria (+10,7%) e il crollo dell'occupazione in agricoltura (-48,3%). Il processo di ristrutturazione del settore distributivo è stato rapidissimo, si è compiuto in meno di un decennio ad opera del grande capitale finanziario, al di fuori di qualsiasi impostazione programmatica (la legge 426 sulla disciplina del commercio e del progetto 1971). Negli ultimi tempi, malgrado il brusco raffreddamento degli entusiasmi delle grandi imprese distributive derivante sia dalla crisi economica che dai primi tentativi di imbrigliare all'interno di una logica di programmazione i programmi di insediamento di nuove grandi strutture di vendita, permane forte la pressione verso i Comuni e la Regione per il rilascio di nuove licenze per supermercati, grandi magazzini ecc. Vi sono i limiti di una legge, la 526, che accentra nella dimensione comunale la funzione di programmazione, non coglie le ripercussioni che le scelte

di pianificazione commerciale dei singoli comuni comportano verso altri comuni e verso i comprensori. L'Ente regionale, che negli anni sessanta ha esercitato una vera e propria azione, se non promozionale, quantomeno complacente verso i programmi di insediamento e sviluppo della grande distribuzione, solo nel '75 si rende conto che « si tratta di colmare al più presto il pericoloso divario fra dinamismo imprenditoriale e studio di elaborazione di iniziative regionali » (Rapporto sulla distribuzione commerciale in Lombardia, settembre 1975, pag. 7). È una acquisizione politica importante, risultato dell'iniziativa delle forze politiche e sociali democratiche, degli operatori piccoli e medi del settore, della cooperazione di consumo. Ma è anche la constatazione degli sconquassi urbanistici, sociali ed economici derivanti da una scelta liberalistica, di non intervento dell'Ente pubblico. Le stesse imprese della grande distribuzione hanno pagato duramente la mancanza di un quadro di programmazione economica per lo sviluppo delle attività commerciali: i grami e in qualche caso pessimi risultati gestionali di talune grandi imprese commerciali sono anche la conseguenza

chiuso il bilancio 1976 con un fatturato di oltre 31 miliardi. Questa importante azienda cooperativa ha sviluppato negli ultimi anni un difficile processo di ammodernamento della rete di vendita, di organizzazione aziendale, di riassetto gestionale e di rinnovamento del gruppo dirigente. Si è trattato di avviare il superamento dei punti di vendita obsoleti e costosi, contemporaneamente alla realizzazione di nuove e grandi strutture di vendita efficienti ed economiche. Al tempo stesso si è lavorato per sviluppare le vendite e per realizzare il nuovo magazzino della Coop Italia a Pieve Emanuele: tutto ciò si sta compiendo con i mezzi finanziari provenienti dal prestito bancario e dal costoso credito bancario, nel pieno della crisi economica e nella più aspra competitività commerciale. Questo è il cammino compiuto che la maggiore cooperativa lombarda sta percorrendo. Ecco le mete a breve termine: — piena utilizzazione e quindi minori costi dell'impianto di magazzino e circolazione delle merci e dei servizi a monte della rete di vendita. Questo obiettivo è oggi assai vicino con la confluenza della sede di Cremona nel nuovo magazzino Coop Italia di Pieve Emanuele. — creazione di nuovi punti di vendita moderni e contemporanei chiusura dei negozi obsoleti. — apertura di negozi di piccola dimensione con assortimenti e servizi ridotti all'osso, e con prezzi di vendita particolarmente contenuti. La formula è quella, abbastanza nuova per l'Italia, del « discount ». — riconversione del patrimonio edilizio per creare i mezzi finanziari necessari ai nuovi investimenti. — estensione delle raccolte del risparmio da soci per finanziare nuove strutture di vendita. — approccio verso gli spazi aziendali per operare l'apertura anche ai non soci. Questo programma, non facile e non praticabile in tempi brevi, è al centro dell'iniziativa della Unicoop Lombardia: per la sua realizzazione occorre non solo la partecipazione dei soci e dei lavoratori delle aziende, ma anche la collaborazione della cooperazione di consumo nazionale, delle forze politiche e sociali democratiche della regione.


A queste condizioni anche in Lombardia la cooperazione di consumo può riconquistare quella posizione e quel ruolo che il suo patrimonio ideale ed il suo lavoro concreto di difesa della salute e del potere di acquisto dei lavoratori, le assegnano.

Ambrogio Vaghi
(presidente Unicoop Lombardia)

ANNO	NUMERO NEGOZI	GIRO D'AFFARI	AREA VENDITA (mq)	DIPENDENTI	RACCOLTA RISPARMI FRA I SOCI	SOCI CENSITI
1973	47	12.562.602.724	11.677	397 (1-1-1974)	—	7.300
1974	47	17.843.623.348	13.073	408 (1-1-1975)	—	10.811
1975	44	24.808.349.882	12.236	547 (31-11-'76)	—	15.268
1976	35	31.000.000.000	13.638	584	3.150.000.000	17.000

Particolarmente importanti e significative sono state le recenti realizzazioni della Unicoop Lombardia a Crema (Milano) e a Como: due grandi e moderne unità di vendita che hanno incontrato un elevato grado di lavoro da parte dei soci e dei clienti. Sono attualmente allo studio della Cooperativa alcuni altri interessanti insediamenti commerciali proposti in accordo con pubblici amministratori milanesi e lombardi.

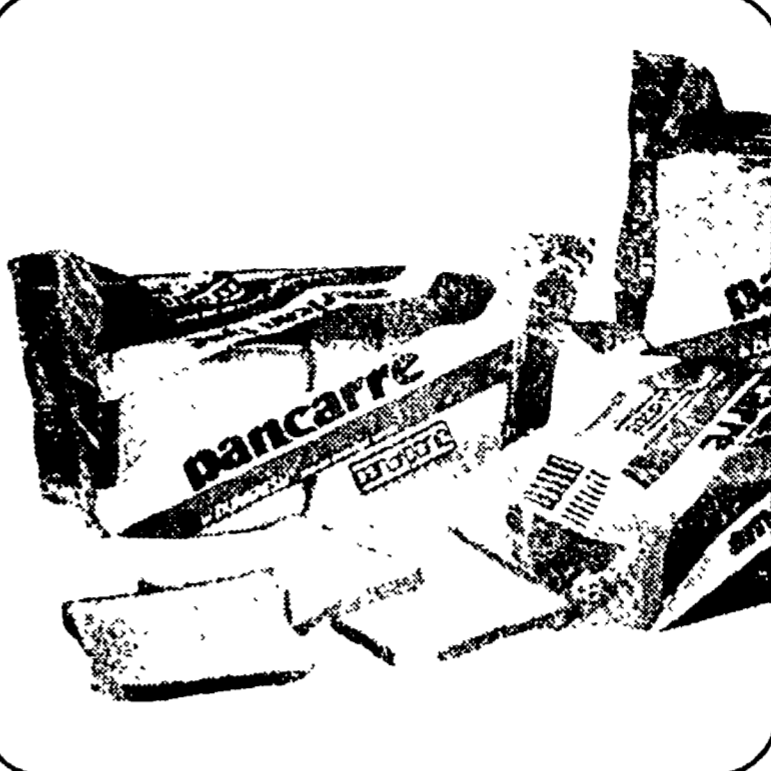
za della sfasatura fra i singoli programmi aziendali e le necessità e le aspettative della popolazione e spresse attraverso le forze politiche e sociali rappresentative degli interessi popolari. L'importante seppur tardiva presa d'atto dell'Assessorato commerciale regionale non va oltre il riconoscimento della necessità della programmazione, senza identificare e scegliere i soggetti economici e sociali che devono essere protagonisti della riforma democratica del settore distributivo. E questi soggetti principali, pur se non esclusivi, devono essere i dettaglianti associati e la cooperazione di consumo. Certo, anche la grande distribuzione può e deve fare la sua parte, ma non certo quella del leone, a scapito del tessuto urbanistico, dei movimenti della popolazione, dell'emarginazione della piccola e media imprenditoria commerciale.



una fragranza protetta di fetta in fetta



l'immagine della qualità




delgrossi
industria panificazione speciale

pancarré
burcarré
pandisegale

grissini torinesi
produzione grissini speciali

Oggi molti fanno 1ª colazione con Tè Ati

per questo Tè Ati propone la nuova confezione 50 filtri-famiglia. (più economica, più pratica per tutte le mattine)



ora in offerta speciale a L.695

nocino "del Vecchietto" dall'italiano del "no" di nocci



dal dopopasto dei buongustai
BENVENUTI

MODENA
Via Vignolese 594, tel. 362.249

da oltre 10 anni fornitori delle cooperative



un'industria moderna un'esperienza antica a garanzia delle nostre specialità

SALAME nostrano
SALAME tipo Milano
SALAME nostranetto cremasco
CACCIAIATORI
PROSCIUTTI crudi e cotti
ZAMPONI e cotichini

TRESCORE CREMASCO - Via Roma 10 - Tel. (0373) 70.140

AUSONIA s.p.a.

Telefono (0575) 58.441 - 2

Stabilimento in PRATOVECCHIO (Arezzo)
Via Dante Alighieri e Via Legni
Carteria in PAPIANO di STIA (Arezzo)

Produzione di

CARTA PER USI IGIENICI E SANITARI
SALVIETTE
TOVAGLIOLI
FAZZOLETTI
PANNOLINI PER BAMBINI
ROTTOLI DA CUCINA

nordemilia



BOLOGNA
Via T. Cremona, 17
Tel. 54.55.59

SPECIALITÀ GASTRONOMICHE

gelatine
piatti freddi
insalata russa
involentini al prosciutto

HermesS

distributrice per l'Italia della linea TOGO
i pregiati vini delle Cinque Terre



IMPORT-EXPORT VINI, LIQUORI, BIRRA
Via A. Bizzoni, 1 - Tel. 68.83.484 - MILANO

MAURI
FORMAGGI

PASTURO (Valsassina)