



Coop Nord Emilia: 11 mila nuovi soci

Sono stati reclutati tra il '78 e il '79 - il centromercato coop di Reggio Emilia è partito molto bene

REGGIO EMILIA — Una rete di vendita composta da 80 negozi, 65 miliardi di giro d'affari nel 1979, 80 preventivati per il 1980; 52.000 soci, 11.000 dei quali nuovi soci reclutati tra il 1978 e il 1979: è una grande realtà cooperativa in continua crescita, la Coop Nord Emilia, alle prese oggi con la ricerca di una nuova identità organizzativa, adeguata ai mutamenti intervenuti. Inoltre essa è posta di fronte, in modo perentorio, alla necessità di rendere più attiva e consapevolmente partecipe questa nuova base sociale, in una sempre più ampia articolazione del tessuto aziendale che veda i soci esercitare — accanto ai lavoratori dipendenti, ai tecnici, ai dirigenti — un ruolo incisivo nella gestione della cooperativa, come tentativo di realizzare nella pratica l'ormai antico detto che sviluppo della democrazia deve significare anche contemporaneamente maggiore efficienza.



Da qui gli obiettivi prioritari di lavoro per il 1980: la conferenza di organizzazione aziendale da realizzarsi sulla base di una attenta verifica ed analisi della cooperativa in tutti i suoi aspetti, ed il convegno sull'autogestione.

Fare i conti oggi con questa realtà cooperativa, enormemente cresciuta e diversificata è difficile: si è passati da 23 miliardi di vendite realizzate nel '74 in 146 negozi, agli 80 preventivati per il 1980, con poco più di 70 negozi come si prevede sarà la rete di vendita al 31 dicembre '80; così si è passati dal 52 per cento di incidenza delle vendite realizzate nelle strutture moderne nel 1974, al quasi 75 per cento di incidenza nell'80.

C'è dunque, pressante, di fronte a queste trasformazioni, la necessità di affinare le tecniche gestionali, di controllo della rete di vendita; la necessità è ancor più evidente se si pone mente al piano di sviluppo della cooperativa che prevede nel giro di pochi anni la trasformazione completa dei punti di vendita tradizionali e la realizzazione di alcune grandi

strutture nei comuni capoluogo (Reggio, Parma, Piacenza, Mantova) ed in alcuni altri grandi comuni delle province, e quindi una trasformazione complessiva dell'immagine aziendale. Il tutto tenendo conto che, al di là dei piani aziendali, del razionalismo efficientista delle più raffinate tecniche di «management» dal cui confronto ed utilizzo la cooperazione non può esimersi, occorre adeguare questa nuova strumentazione alla realtà di una impresa cooperativa, dove ciò che conta prioritariamente è il fattore umano, la persona vista come lavoratore e come utente del servizio, ponendo quindi come presupposto fondamentale il necessario rapporto dialettico.

Dato per scontato questo presupposto fondamentale si tratta poi di vedere come il piano di sviluppo procede, dato che la sua realizzazione non è esclusivamente un fatto interno alla Coop Nord Emilia, ma dipende in gran parte dall'approvazione dei vari piani commerciali comunali, della disponibilità delle varie amministrazioni locali a mettere a disposizione i necessari strumenti ed a predisporre le condizioni per il passaggio ad una fase concreta di trasformazione

della distribuzione.

L'esperienza dell'apertura del Centromercato Coop nel direzionale di Canalina a Reggio è ormai alle spalle ed è un'esperienza positiva sotto tutti gli aspetti, per la cooperazione, ma anche per la città nel suo complesso: si tratta di un punto di vendita moderno, al servizio della collettività, ormai divenuto punto di convergenza di migliaia di consumatori reggiani. Ma quello di Reggio è qualcosa di più di un semplice punto di vendita, per le proposte politiche che esso in sé racchiude e rappresenta: da una parte è un esempio di trasformazione della rete distributiva, a dimostrazione che il superamento della polverizzazione (sostituisce 5 negozi cooperativi di modeste dimensioni, collocati nella zona) e l'adozione delle più moderne tecniche comportano nell'immediato un contenimento dei prezzi a vantaggio del consumatore ed un elevamento della qualità del servizio offerto, nonché un incremento della manodopera occupata; dall'altra parte, rappresenta un momento di aggregazione politica attorno ai temi dei consumi alternativi, della difesa della salute, della informazione ed educazione alimentare.

UDINE — Il 4 maggio di quest'anno, a S. Quirino, a pochi chilometri da Pordenone, è stato inaugurato un nuovo magazzino interregionale della Coop-Italia. Una struttura di 4.800 metri q. con annessi altri 900 metri per uffici e aree di collegamento da affiancare al vecchio magazzino di millequattrocento metri quadrati. L'opera si è resa necessaria per poter adeguatamente fronteggiare le richieste delle cooperative. Diamo infatti uno sguardo ai bilanci del magazzino. I passi in avanti sono notevolissimi. 1979: il consuntivo è stato di 12 miliardi con un aumento del 44 e mezzo per cento rispetto al '78 e con un 9,26 per cento in più rispetto alle previsioni.

Il magazzino Coop-Italia serve, oltre alle cooperative del Friuli-Venezia Giulia, anche alcune cooperative venete e avrà dal 1. luglio una gestione interregionale Emilia-Veneto-Friuli-Venezia Giulia. Con l'autunno poi darà alle cooperative un nuovo servizio per i deperibili (ortofrutta, salumi e latticini).

Intanto si stanno predisponendo le procedure per fornire servizi amministrativi alle coop aderenti e per razionalizzare tutta l'organizzazione del lavoro. L'80 è dunque l'anno che farà da trampolino per una nuova fase di espansione. Per l'81 infatti si prevede di arrivare ad un bilancio di 30 miliardi. Dieci volte tanto rispetto a soli 5 anni fa.

Dietro questi dati c'è naturalmente — accanto al concomitante sviluppo cooperativistico del vicino Veneto che si serve appunto del magazzino pordenonese — la crescita del movimento friulano e giuliano. Lo spartiacque è il periodo '75-76. Quale era allora lo stato della cooperazione di consumo della regione? Il convegno del maggio '75 dava questo quadro della situazione: una grande e gloriosa tradizione che però non aveva saputo rinnovarsi. Polverizzazione del



Friuli: passi da gigante e consensi unanimi

Un nuovo magazzino COOP-Italia
In cinque anni moltiplicate per dieci le vendite - L'aiuto al Sud

punti di vendita, cooperative che gestivano un solo punto di vendita, più cooperative presenti nello stesso Comune. Il tutto legato anche ad uno scarso rinnovamento della base sociale.

Uno stimolo a mettersi sulla strada giusta era venuto dal 5. Congresso dell'Associazione Nazionale delle cooperative di consumo e da alcune esperienze che nella regione stavano andando avanti da qualche tempo. Mentre il congresso indicava la necessità di una razionalizzazione delle strutture e di una nuova imprenditorialità, la Cooperativa Operaia di Borgomeduna (siamo a Pordenone) aveva già posto le basi

di un suo decollo portando (in collegamento col sindacato) il dibattito sul consumo nella fabbrica. La classe operaia faceva sua l'idea cooperativa e la Borgomeduna passava dai 180 soci del '72 ai 6200 di tre anni dopo.

A Pordenone si apriva un moderno Supercoop e il giro d'affari del '72 che era di 150 milioni passava già nel '74 a 1 miliardo e 750 milioni. Stretto collegamento con la classe operaia, quindi, e insieme una moderna politica di concentrazione e di rinnovamento.

Strutture e politiche aziendali non sono più quelle della vecchia cooperativa, ma quelle di

una moderna impresa che deve far tenere e conquistare il mercato alla cooperazione di consumo. Questa la strada battuta dal movimento a partire dal '75-76. Da qui i risultati oltre che della Borgomeduna, delle Coop di Buttrio e di Monfalcone. L'esempio della cooperativa pordenonese sottolinea i significativi caratteri che ha avuto la forte ripresa della cooperazione nel Friuli-Venezia Giulia; qualche accenno alle coop di Monfalcone e Buttrio può darci un'idea delle prospettive del movimento per gli anni 80. Intanto il discorso: è questo il tipico punto di vendita coop: il «negozio-risparmio», il negozio dell'anticconsumismo. L'obiettivo è la difesa del salario del lavoratore-consumatore; quindi i prezzi vanno contenuti il più possibile. Il discount elimina ogni spesa superflua.

La coop di Monfalcone, ad esempio, mette in vendita 500 prodotti rispetto ai 3500 della Standa; i tipi di pasta non sono 20 ma due. C'è tutto il necessario, manca il superfluo. Introdotto in questa logica «diversa» chi ne guadagna è il consumatore.

I programmi dei prossimi anni prevedono una grande espansione: si apriranno negozi nel Cervignanesse, a Cividale, a Osoppo, a Udine, a Gorizia. Si punta ad intervenire — in accordo con i lavoratori — nelle zone di maggiore presenza operaia. Da questo punto di vista si guarda ormai oltre i confini della regione, al Sud.

Già la coop di Monfalcone addestra personale per i discounts del Meridione; ma non solo: dopo vari incontri con gli operai di diverse località del Sud (in particolare si possono ricordare quelli coi lavoratori di Taranto e della Fiat di Cassino) ci si è impegnati direttamente perché anche lì si allarghi l'esperienza cooperativa e si affermi l'importante strumento del discount.

Roberto Pusiolo

fior di pane da fior di farina

Per fare del buon pane e avere nello stesso tempo ottimi risultati di qualità e rendimento occorre una buona farina.

5000 contadini modenesi producono e trasformano il loro grano con l'apporto di tecnici specializzati e strutture avanzate.

APCS

Dalle uve di 470 soci produttori attraverso la Cantina Cooperativa Vini Pregiati Oltrepo Pavese

I VINI MIGLIORI SULLE VOSTRE TAVOLE

BUTTAFUOCO Vino ottenuto con le migliori uve rosse della zona di Canneto Pavese, Stradella, Bruni, colore rosso rubino, amaro, leggermente pastoso. Grado alcolico 12-12,5.	BONARDA Ottimo dal vitigno omonimo della zona di Rovascio e S. Damiano al Colle. Colore rubino carico, sapore pieno, amabile. Gradazione complessiva 12-12,5.
SANGUE DI GIUDA Vino superiore, di colore rubino, decisamente amaro, profumo vinoso intenso. Gradazione alcolica 12-12,5. Servire a temperatura 15-16 gradi.	RIESLING Ottimo dalla miscelazione di Riesling italiano e Renano. Colore paglierino, profumo spiccato, decisamente secco. Gradi 12-12,5. Un classico vino del Coll di S. Maria della Varesa e Montebello Pavese.

MILANO - deposito: Via Fracastoro, 21 - Tel. 2564978 / 2563101
Servizio di rappresentanza - Vendita al dettaglio - Servizio a domicilio
PAVIA - spaccio vendita: Galleria Piazza Vittoria - Telef. 34242

Cantina Cooperativa Vini Pregiati Oltrepo Pavese
CANNETO PAVESE - Telefono 60.078

INGREDIENTI: TONNO, OLIO D'OLIVA SALE, PEPPERONCINO, CIPOLLA

RIO mare

SQUISITAMENTE TENERO ALL'OLIO DI OLIVA

RIO mare

Rio mare: il tonno così tenero che si taglia con un grissino!

Rio mare:
tonno squisitamente tenero all'olio d'oliva.