

## SPECIALE

### Parliamo di CONAD nel Veneto «bianco»

Siamo a Venezia, nella sede della Co.la.v. (la cooperativa delle latterie veneziane, associate al CONAD), a due passi dalle mercerie, il luogo storico del commercio al minuto. La potenza di Venezia veniva da lì, dalle sue botteghe, dalle sue mercanzie, dall'imprenditorialità dei suoi mercanti. Giovanni Spanio, presidente della Co.la.v., da dieci anni è consorzio al CONAD. «Fummo i primi, a Venezia, ad associarci, allora eravamo in nove soci, adesso siamo 183». Cosa vi spinse ad aderire al CONAD? E perché proprio a questa organizzazione? «La struttura della città è particolarmente difficile per il commercio. Il trasporto su terra e poi su acqua fa lievitare i prezzi. Associarci ci ha fatto risparmiare sul prezzo all'origine e ci permette una sicurezza nell'approvvigionamento, il che è fondamentale in questa città».

#### I partiti non c'entrano

I negozi alimentari nel centro storico sono molto piccoli, senza magazzini, non possono fare scorte. L'approvvigionamento deve essere costante (anche per prodotti diversi dal pane e dal latte) per via dello spazio. Per questo continuavano a chiedere un magazzino grande, comune, che ci permetta di raccogliere le merci e avere delle scorte. Già allora i piccoli commercianti non venivano neppure riforniti. Era troppo dispendioso e poco remunerativo per i grossisti approvvigionare le isole o piccole quantità di prodotti per i negozi del centro».

Gli chiediamo ancora se il CONAD ha una colorazione politica, se la scelta di questa organizzazione è stata condizionata da simpatie di questo genere; la risposta è secca:

«Guardi che è una questione di sopravvivenza. A Venezia sono scomparsi 80 negozi alimentari nel giro di pochi anni. Ci sono pullman di grandi magazzini dell'hinterland che vengono a piazzare Roma a prelevare i clienti; sono soldi che escono dal Comune. Non si tratta di una scelta politica, di un colore qualsiasi, che il CONAD non ha. Io personalmente non ho nessun partito e neppure chiedo al mio cliente, prima di dargli il prodotto, di quale partito sia. Se ho scelto il CONAD è perché ho trovato risposta ai miei problemi e molta efficienza. C'era bisogno di associarsi, guardi dal segretario De Martin, o dal nostro vicepresidente Segantini i nostri soci vanno a chiedere consulenze amministrative, l'assistenza IVA, per la denuncia dei redditi, per il settore sindacale, per l'approvvigionamento, ma anche si rivolgono a noi quando gli nasce un figlio, quando hanno problemi familiari, di salute ecc. È nata una consapevolezza di categoria, con senso dei problemi collettivi, e con l'esigenza di superarli in unità».

A Dossone di Treviso, un piccolo centro dell'hinterland trevigiano, Gialiana Antonello gestisce da parecchi anni un supermarket alimentare di piccole dimensioni. È aiutata da tre collaboratrici. «Ho fatto dapprima la commessa in un negozio di scarpe, poi ho cominciato ad occuparmi di alimentari. Il mio negozio pur avendo le caratteristiche organizzative di una azienda moderna ha una clientela lo-

cale, i rapporti sono rimasti come nel negozio tradizionale, sono rapporti personali. Per questo mi piace il mio mestiere. Ci vuole disponibilità di carattere».

#### Nessun obbligo

Da quindici anni con un gruppo di una ventina di alimentaristi trevigiani ci siamo associati, nella COPRAL, la cooperativa provinciale alimentaristi, che ha poi aderito al CONAD. Divisi eravamo deboli. I fornitori ne approfittavano per imporre le quantità di merci. Per avere un buon prezzo bisognava prendere determinati quantitativi che magari erano esorbitanti per quel negozio. E poi trattare, tirare, si perdeva un sacco di tempo, e non era piacevole. Ora il CONAD ci coordina con le ditte a livello nazionale, i prezzi sono concordati, vi è possibilità di scelta nei prodotti. Nessuno degli associati è obbligato a rifornirsi solo tramite i canali CONAD, possiamo rifornirci dove vogliamo oltretutto dal gruppo. Certo i prodotti col marchio CONAD sono garantiti da prove di qualità e genuinità. Per me il gruppo è importantissimo. Anche nel momento del blocco dei prezzi, del calmiere, ci siamo sentiti appoggiare e abbiamo potuto uscire con prodotti di qualità pur tenendo i prezzi controllati».

### Una professione che può interessare anche i giovani

Cosa farai da grande? Pochi ragazzi rispondono di volere fare il venditore, il dettagliante, o di volere organizzare una moderna unità di vendita. Per i ragazzi del liceo di Castelmaggiore l'incontro con Lucia Sita, direttore generale del Conad, organizzato dalla scuola per le ultime classi, è stato una novità sotto parecchi aspetti. Hanno sentito parlare di marketing, di display e di lay-out (delle tecniche cioè per disporre le merci nelle scaffalature, e per organizzare la promozione), di contabilità, di gestione del personale, delle tecniche degli acquisti ecc.

Nessuno aveva pensato a questo lavoro, e soprattutto nessuno era in grado di pensarci in questi termini.

Anche se quella del venditore è una attività considerata molto remunerativa, e quindi in teoria almeno dovrebbe essere appetibile, pochi l'avevano messa nel conto delle possibilità per il loro futuro, neppure i figli dei commercianti.

Perché? Una resistenza psicologica dinanzi a un mestiere che si ritiene poco qualificato? Una realistica considerazione dell'onere di orario, della fatica che comporta questa attività certamente non riposante?

Mentre la seconda considerazione è reale, sulla prima c'è parecchio da dire. Gli studenti di Castelmaggiore hanno sentito le novità, le trasformazioni di questa professione, la mentalità imprenditoriale, creativa, aziendale con cui può essere svolta.

Così deve sapere un operatore alle vendite, quale il profilo professionale? Come organizzare un negozio? Quali trasformazioni ci sono state nei punti di vendita?

La presenza del grande magazzino, del supermarket è vincente rispetto ai piccoli punti di vendita?

I pregiudizi su questa attività stanno facendo pericolosamente invecchiare la media età degli addetti.

Un giovane può trovare soddisfazione e creatività in questo tipo di attività? Una risposta ce la fornisce Mario Gombi, direttore delle relazioni esterne del Conad, è un episodio che lo riguarda personalmente.

Suo figlio, il più piccolo, non voleva studiare, così il padre decide di mandarlo a lavorare in una cooperativa associata al Conad: «Prova, prova a lavorare e poi ci penserai», ma passava il tempo e il giovane si dimostrava interessato e impegnato nel suo lavoro, senza quei segni di stanchezza e di rifiuto che Gombi si aspettava anzi, dimostrava capacità organizzative tali che i soci gli hanno proposto di entrare nella cooperativa, con la divisione degli utili, pur sapendo, con questa proposta, di mandare all'aria la lezione e l'ammonimento che il padre aveva voluto impartire al figlio.

### Stella: primizie di mare

Tonno, sardine, sgombri, salmone, acciughe, stoccafisso, baccalà

I PRODOTTI STELLA SONO DISTRIBUITI DAL GRUPPO ALBACORA

### Albacora Le idee «buone»

VIA BRIGNOLE DE FERRARI 11/7-8 - TEL. 299.452

### Albacora

sceglie per voi i migliori prodotti della pesca selezionando la qualità e controllandone la perfetta conservazione



Il nostro marchio è sinonimo di completa e assoluta garanzia

## La «Mercurio» di Reggio Emilia fornisce 430 punti di vendita

Nome «Mercurio», cognome «CONAD»: data di nascita 1963; cittadinanza reggiana; residenza centro di distribuzione del CONAD, via Agosti, Reggio Emilia; professione: acquisti e approvvigionamenti di generi alimentari, (esclusi i pesci) frutta, verdura e prodotti di fondamentale consumo da distribuire ai soci che li vendono nei piccoli negozi tradizionali, in quelli specializzati e nei supermarket recanti il marchio CONAD, connotati e contrassegnati salienti: presenza estesa e capillare con centinaia di punti di vendita, riconoscibili dal caratteristico fregio giallo - arancione, in tutto il territorio della provincia di Reggio, dall'Appennino al Po, sconfinando in parte nel Mantovano; segni particolari: la cooperativa fra dettaglianti «Mercurio» di Reggio Emilia è

uno dei 143 gruppi associati al CONAD, il consorzio nazionale dei dettaglianti, facente parte dell'A.N.C.D. (associazione nazionale delle cooperative fra dettaglianti) aderente alla lega delle cooperative. Il CONAD compie oggi, 13 maggio 1982, la bella età di vent'anni: vent'anni spesi bene, se si pensa che nel periodo cruciale della sua adolescenza, dal 1977 al 1981, il consorzio ha saputo mettere su muscoli come non mai potendo mostrare oggi il carattere e la qualità che contraddistinguono un'azienda moderna e adulta, sorretta da una vitalità che solo ai ventenni si può invidiare. La forza del CONAD è sempre più direttamente proporzionale a quella dei nuclei di soci dettaglianti riuniti in cooperative sparse su tutto il ter-

ritorio nazionale che gli fanno capo. La presenza del CONAD nel labirinto della rete della distribuzione commerciale si può «leggere» nello sviluppo delle attività delle sue creature. Ecco ad esempio la cooperativa «Mercurio» di Reggio Emilia: lei, la «Mercurio», ha 19 anni; lui, il CONAD ne compie vent'anni, e non c'è che dire, sono una coppia affiatata. Alla «Mercurio» fanno riferimento oggi 430 punti di vendita. Si tratta di dieci supermarket con una superficie di vendita di circa 400 metri quadrati ciascuno; tre grossi negozi di discount (magazzini per la vendita al risparmio); 43 piccoli negozi tradizionali per la vendita di generi alimentari; altri 75 negozi specializzati nella vendita oltre che di generi alimentari anche di frutta e ver-

dura; 62 punti di vendita di prodotti ortofruttilicoli; sette macellerie dove i consumatori trovano la più vasta gamma di carni fresche; quaranta forni; 150 fra bar, ristoranti, circoli ricreativi, pizzerie, in genere pubblici esercizi; 20 venditori ambulanti e, infine, una grande cooperativa di ristorazione che serve migliaia e migliaia di pasti giornalieri a 20 tra mense nelle zone industriali dei comuni reggiani e altri luoghi di ristorazione. È già stato detto — ma vale la pena di ribadirlo — che anche per merito della «Mercurio» e del CONAD, di Reggio Emilia, la provincia cooperativa per antonomasia, pure nel settore commerciale, ha saputo dare di sé una prova all'altezza della sua radicata tradizione democratica. Il continuo e possente rafforzamento della

«Mercurio» in questi anni guarda con lungimiranza al rinnovamento della rete della distribuzione commerciale al dettaglio, ad un diverso modo di consumare per fornire ai soci dettaglianti, così come ai consumatori, un servizio efficiente, moderno, a costi contenuti e con prezzi di vendita di un ampio e qualitativo assortimento di prodotti di fondamentale consumo (dalla bistecca allo stuzzicadente), se non addirittura concorrenziale, almeno in linea con quelli praticati nella catena dei grandi magazzini generali. E ciò che meraviglia è che tutto questo la «Mercurio» lo fa, cercando di aderire con ogni sforzo possibile alle particolari esigenze della collettività; mantenendo in vita il negozietto sotto casa o nei paesini di montagna dove trovi un po' di tutto, rendendo efficienti i punti di vendita nella frazione e nelle campagne; fornendo il più ricco assortimento di prodotti nei «SUPERCONAD» localizzati nei centri di maggior sviluppo industriale e di concentrazione della popolazione.

La «Mercurio» prosegue con tenacia una politica di ammodernamento e di riforma della rete di vendita ai consumatori. Progetta attrezzature, elabora moderne tecniche di gestione ed organizzazione interna dei punti di vendita di medie e grandi dimensioni, promuovendo tra dettaglianti di diverse esperienze l'associazionismo alle vendite e la ristrutturazione dei negozi tradizionali. Nei supermarket, come nei piccoli negozi aderenti alla «Mercurio» - CONAD, insieme alle più valide caratteristiche della distribuzione tradizionale, si combinano le tecniche moderne del libero servizio, dell'assortimento più ricco e ampio dei prodotti di un accurato controllo di gestione. I dettaglianti devono rifornirsi di merci senza perdite di tempo e riducendo al minimo le proprie scorte: a queste esigenze corrisponde una razionale gestione dei magazzini e della distribuzione dei prodotti ai soci. Dal 1976 la «Mercurio» svolge la sua attività com-

**EMMENTAL** SRL  
MILANO - VIA GENTILINO, 4 - TELEF. 83.50.247 - 83.73.742  
**ESA** IMPORTATRICE E DISTRIBUTRICE SPECIALIZZATA DEI TIPICI FORMAGGI SVIZZERI - SWITZERLAND e dei formaggi svizzeri **Gerber**

### Azienda Cooperativa Macellazione. 7500 piccoli allevatori per una sola grande realtà.

Dal 1946 ad oggi, l'A.C.M. ha raggiunto dimensioni più che ragguardevoli: 160.000 capi macellati, 500 dipendenti, più di 100 miliardi di fatturato. È tutto questo senza mai rinunciare alla sua scelta di fondo: di restare al di fuori della legge del profitto per assumere in pieno invece, della responsabilità.

In modo tradizionale e con mangimi accuratamente selezionati che di lavorazione, (una felice combinazione di latte, più macerato, con gli oli, la procedura di scelta della preparazione, di salumi reggiani). È la responsabilità sociale che esorta un'impresa a questa di questa dimensione che vuole lavorare anche per lo sviluppo del settore, programmando adeguati investimenti che, la mantengono all'avanguardia in una agricoltura in continua evoluzione.

**A.C.M.**  
Il progresso è nei fatti.



Giuseppe Guidetti

**1981. Si rinnova il nostro impegno per un modo diverso di stare in agricoltura.**

**AGROCHIMICA COOPERATIVA**  
ANTIPARASSITARI FERTILIZZANTI ZOOTECNICI

**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 moderni producono e trasformano il loro grano con i rapporti di tecnici specializzati e strutture avanzate.

APCB  
Via S. Giuseppe 154  
41013 S. Felice sul Panaro (MO)  
Tel. 38631 e 324217 18