

Entri nel centro storico soltanto se sei «impresa»

L'esperienza del Co.Ve.C.Ab. in una regione, il Veneto, dove il migliore utilizzo del patrimonio edilizio è al primo posto - Il difficile rapporto con i Comuni e la Regione - La selezione dei soci in base al reddito

Sono due donne, nel Veneto, a dirigere la Cooperativa di abitazione aderente alla Lega. Manuela Zevi, architetto, presidente dell'Associazione veneta cooperative di abitazione, l'organismo che tutela gli interessi politici, sindacali, legislativi e i rapporti con gli Enti locali e lo Stato; Daniela Bellinato, presidente del Consorzio delle cooperative di abitazione del Veneto, l'organismo che cura gli aspetti tecnici del settore.

In una regione molto costruita, come appare il Veneto, e ricca di insediamenti per una consolidata e antica tradizione, il fabbisogno abitativo si concentra, oggi soprattutto, nei centri storici. Se il caso limite di domanda edilizia è rappresentato da Venezia, l'andamento della richiesta di case sale a picco anche in altri centri storici, come Padova, Verona, seguite da Treviso e Vicenza. La presenza operativa del Co.Ve.C.Ab. è stata però sino ad oggi, opposta e con-

traddittoria rispetto a questa radiografia del fabbisogno. Molto forte e impegnato nella provincia, nell'hinterland delle città, nei piccoli comuni, ma pressoché assente in alcuni grandi centri, come Padova e Verona, malgrado proprio là sia soprattutto forte la domanda. «L'Ente locale non sempre è disponibile a un discorso con le cooperative e con la Lega — dice Daniela Bellinato — a Padova il Comune tende piuttosto a privilegiare le imprese private, a Verona l'Ente locale ha preferito affidarsi alle cooperative libere, anziché ai consorzi di cooperative».

Da cosa nasce questa ostilità? «Le cooperative esistenti sono molte, non tutte sono o sono state in grado di dare risposte adeguate. Alcuni Comuni le giudicano ancora oggi (e senza fare distinzioni al loro interno) un interlocutore debole, di scarso affidamento. Alcune nostre cooperative anche nel Veneto arrivano a ol-

tre millecinquente soci ciascuna. Nella regione ciò costituisce un fatto importante, nuovo, è un nuovo concetto di cooperativa: da un gruppo di cinque amici che si mettono insieme per costruirsi la casa, si è passati a una struttura imprenditoriale, che programma più interventi, articolata nel territorio; è un cambiamento che si sta traducendo anche in una diversa considerazione da parte dell'Ente locale, come delle imprese costruttive ecc.»

I Comuni per sentirsi più garantiti erano soliti condizionare l'assegnazione dell'area alla cooperativa purché questa dimostrasse di avere i finanziamenti. Si sa benissimo, invece, che si hanno i finanziamenti quando si ha assegnata l'area, e non prima. Questa logica è legata alla cooperativa piccola, non a una cooperativa che è una impresa.

Quali sono i vantaggi per il socio, riguardo a questo mutamento della cooperativa in impresa efficiente? «Per prima

cosa il risparmio, calcolabile intorno al 20 per cento dei costi. Poi i tempi ridotti fra i due o tre anni. Poi ancora ci sono i vantaggi derivati dal prestigio, dal potere contrattuale maggiore che la Co.Ve.C.Ab. ha raggiunto. Al 50 per cento utilizziamo imprese edili della Lega e altrettanto di privati. Il fabbisogno abitativo a cui siamo stati in grado di fare fronte si è moltiplicato da 150 alloggi costruiti nel '78 ai 700 costruiti nell'81».

Ma da dove deriva, soprattutto, il risparmio di cui parlate? «L'area, certamente, che viene acquistata a prezzo controllato, in zona Feep, ma fondamentale è il risparmio dei soci, le quote che i soci versano e la capacità di utilizzarle come fonte interna di sovvenzionamento, superando quindi le difficoltà dei fidi bancari e soprattutto i loro alti tassi di interesse. Il costo-risparmio dell'abitazione risulta alla pari, mentre nell'impresa privata evidentemente non può essere

così». Nel Veneto poi c'è da fare i conti anche con le inadempienze dell'Amministrazione regionale che a distanza di oltre un anno non ha ancora reso operante il piano decennale mantenendo bloccate le agevolazioni sui tassi bancari. Anche le altre grandi centrali cooperative scontano questi tempi lunghi con cui si muove l'Amministrazione regionale democristiana; la sconta sia la Confederazione democristiana, che copre circa la metà e oltre delle cooperative edilizie della regione, e che ha alle spalle un passato di relazioni spesso a senso unico con Amministrazioni locali, la AGCI l'altra centrale delle cooperative edilizie di area socialdemocratica, presente in Veneto in misura molto ridotta, circa l'8 per cento della cooperazione del settore, contro il 35-40 per cento sostenuto dalla Lega.

Molto alto è ancora il numero di cooperative spurie, cioè non aderenti ad alcuna orga-

nizzazione sindacale né alla Lega né alla Confederazione. «Spesso per fini speculativi, molto più spesso per ignoranza delle facilitazioni che l'associazionismo consente, secondo i dettami costituzionali, con i relativi controlli — commenta Daniela Bellinato —, la nostra forma di organizzazione si sta espandendo, anche in questo settore, a convincere è soprattutto il rapporto franco con i soci, la precisione sul piano finanziario. Tutto questo ci ha fatto crescere verso l'esterno. Un tempo c'è stata demagogia, promesse anche avventate. Oggi la cooperativa si è fatta impresa. E la sua efficienza è riconosciuta».

Centoventotto sono le cooperative aderenti al Co.Ve.C.Ab. alcune, come si è detto, superano le migliaia di soci. Le più grosse sono oggi impegnate a penetrare nelle città storiche, nei centri dove si pone il problema del recupero dell'edilizia esistente, e dove i costi sono notoriamente alti.

«C'è stato un mutamento nella base sociale dei soci. Non nascondiamo affatto che oggi può aspirare a una casa in cooperativa quella famiglia con un solo reddito purché alto, oppure quella famiglia dove entrano più stipendi. L'articolazione economica dei soci è cambiata, sono lavoratori autonomi, artigiani, impiegati, o operai con più redditi».

Luciana Anzalone

BOLIGNA — Come si costituisce l'immagine di una cooperativa-impresa? Lo sviluppo di relazioni esterne molteplici, diramate verso i più diversi ambienti, ha dato rilevanza all'intero delle maggiori entità cooperative alla cosiddetta attività di marketing. Ripartiamo su questo argomento le indicazioni del responsabile marketing dell'Ediliter, Enzo Benini, il cui interesse è evidentemente generale.

La prima questione alla quale si è dato un esauriente risposta, poiché assume valori di orientamento che sono essenziali, concerne l'individuazione della funzione organica del marketing nell'ambito dell'azienda. Si è perciò innanzitutto valutato che sussiste l'esigenza politica e funzionale di una tale attività al livello dell'impresa Cooperativa di medio-grande dimensione quale l'EDILITER. L'opinione prevalente riscontrata ritiene, infatti, tale esigenza ormai indispensabile quale fattore di direzione aziendale. Nel contempo si è evidenziato che è necessario riaffermare con forza anche per quanto attiene all'attività di marketing e la Cooperativa che fa la politica del Movimento.

Quale «immagine» e come costruirla?

Fra consorzi e «movimento» la coop vuol stare al centro

Marketing, socializzazione: vecchie parole, provenienti da altri mondi, acquistano un significato tutto particolare - Dimensione nazionale che la colloca al secondo posto

mento. Pertanto la concezione che ispira l'attività tenderà a imprimere e sviluppare quel rapporto di collaborazione con gli organismi del Movimento che potrà meglio dare efficacia all'azione di gruppo del mercato, nella società e verso lo Stato.

Si dovrà cioè riaffermare, proprio anche nell'attività di marketing, l'imprendibile concezione e prassi che indica di partire e di poggiare sempre sull'identità della Cooperativa quale forza del Movimento: della Cooperativa che determini e alimenti la politica di gruppo.

Il marketing EDILITER dovrà quindi individuare, alimentare,

integrare e sostenere, in base a precisi accordi che sempre definiscono la sua più appropriata collocazione, quali sono gli ambiti d'azione rispetto alle analoghe espressioni funzionali del C.C.C. e della CONACO (nonché dell'ICIE e dell'ACAM). Chiaramente, quindi, è compito del marketing EDILITER operare fattivamente nella consapevolezza che la sua attività dovrà divenire uno dei fattori che garantiscono sempre la preminenza del programma della Cooperativa nella formazione e nell'esplicitamento di analoghe funzioni di coordinamento e di servizio operanti nella sfera consorziale della Cooperazione di

produzione e lavoro. È in effetti un'opinione da non sottovalutare, anche facendo del marketing — nella cooperazione — che non sono pochi gli atti e i segnali distortori dell'autogestione cooperativa che possono anche derivare da condizioni operative della struttura centralizzata, perché essa non sempre ha sufficienti possibilità di riscontri ravvicinati da effettuarsi al livello dell'impresa cooperativa.

È infatti solo a tale livello che, sempre, ogni atto economico va finalizzato col sociale e va misurato con le verità delle dinami-

che del mercato. Il primato dell'azione cooperativa di base deriva cioè da una condizione oggettiva che ben vale per un efficace orientamento anche dell'azione di marketing che si esprime in ogni ambito dell'organizzazione del Movimento. E solo così si preserva la sostanza dell'immagine cooperativa e si garantiscono i soci.

La seconda questione quindi, si pone relativamente agli spazi e al merito della funzione del marketing nella Cooperazione: e cioè dell'indispensabilità di armonizzare il relativo piano di attività (e il metodo organizzativo

della sua stessa gestione tesa alla massima produttività effettiva) anche a quanto viene disposto e spetta alle funzioni di marketing del Consorzio, del CONACO, dello stesso ICIE, nonché dell'ACAM.

Tale armonizzazione dovrà ricercarsi e tendenzialmente sempre ritrovarsi in quella politica nazionale di gruppo che in effetti il Movimento ha già ampiamente praticato.

Pertanto il marketing EDILITER, essendo operante in funzione della Cooperativa che ha dimensione nazionale e che si colloca al secondo posto in tutti gli indici quantitativi riguardanti il settore delle costruzioni, dovrà concentrare una specifica attenzione con atti e con verifiche per ottenere la più razionale e migliore socializzazione delle ipotesi politiche e delle conoscenze scientifiche innovative emergenti nel mercato. Tale socializzazione va perseguita considerando, quindi, proprio quale ragione e cemento unificanti l'esplicitamento concreto dei piani d'attività dei marketing esistenti a tutti i livelli: dall'impresa cooperativa al CONACO.

coop industria s.r.l.
del movimento cooperativo

una moderna realtà del movimento cooperativo



La COOP. INDUSTRIA nei suoi moderni e razionali stabilimenti di Castelmaggiore (Bologna) produce, per conto del Movimento Cooperativo, una ricca serie di prodotti sia alimentari (caffè, the, camomilla, pizza, budini, cacao) sia per l'igiene della persona e la pulizia della casa (lacca per capelli, shampoo, bagnoschiuma, deodorante ambiente, cera per pavimenti, pulivetro, insetticida).

ERC cooperativa reggiana costruzioni

Sede amministrativa
CORTE TEGGE - CAVRIAGO (Reggio Emilia) Tel. (0522) 54.421

COMPARTO LAVORI
EDILIZIA - civile, sociale, industriale
URBANIZZAZIONI - strade, fognature, metanodotti, acquedotti, gasdotti

COMPARTO INDUSTRIALE
pannelli prefabbricati di tamponamento - lavorazione marmi - tubi e pozzetti in cemento arm. per fognature
lastre pedonali lavate

cei ferrara

Cooperativa Edili ed Impiantisti soc. coop. v.a r.l.

Sede e Ufficio
Corte di Fossò (Ferrara)
Tel. 054303

Ufficio di Corte Tel. 051 30724
Ufficio di Modena Tel. 059 37813
Ufficio di Padova Tel. 049 227743
Ufficio di Udine Tel. 0432 207263

Direzione Prefabbricati
Via S. Maria 20/22
Tel. Ferrara Tel. 0532 481921
Tel. Modena Tel. 059 37813
Tel. Padova Tel. 049 227743
Tel. Udine Tel. 0432 207263

CCV - CONSORZIO COOPERATIVE VIRGILIO

UNA REALTÀ DELLA COOPERAZIONE DI PRODUZIONE E LAVORO IN LOMBARDIA

50 MILIARDI DI FATTURATO ANNUO

QUALITÀ ED ECONOMICITÀ

CASE
SCUOLE
INDUSTRIE
OPERE PUBBLICHE

LE 22 IMPRESE COOPERATIVE ASSOCIATE GARANTISCONO UNA GIUSTA RISPOSTA AD OGNI VOSTRA ESIGENZA

TRA I NOSTRI COMMITTENTI
ENTI LOCALI COOPERATIVE DI ABITAZIONE

MANTOVA VIA S. SEVERO 18
MILANO VIA S. GREGORIO 6
TEL. (0376) 323272-364423
TEL. (02) 2716229-2719295