

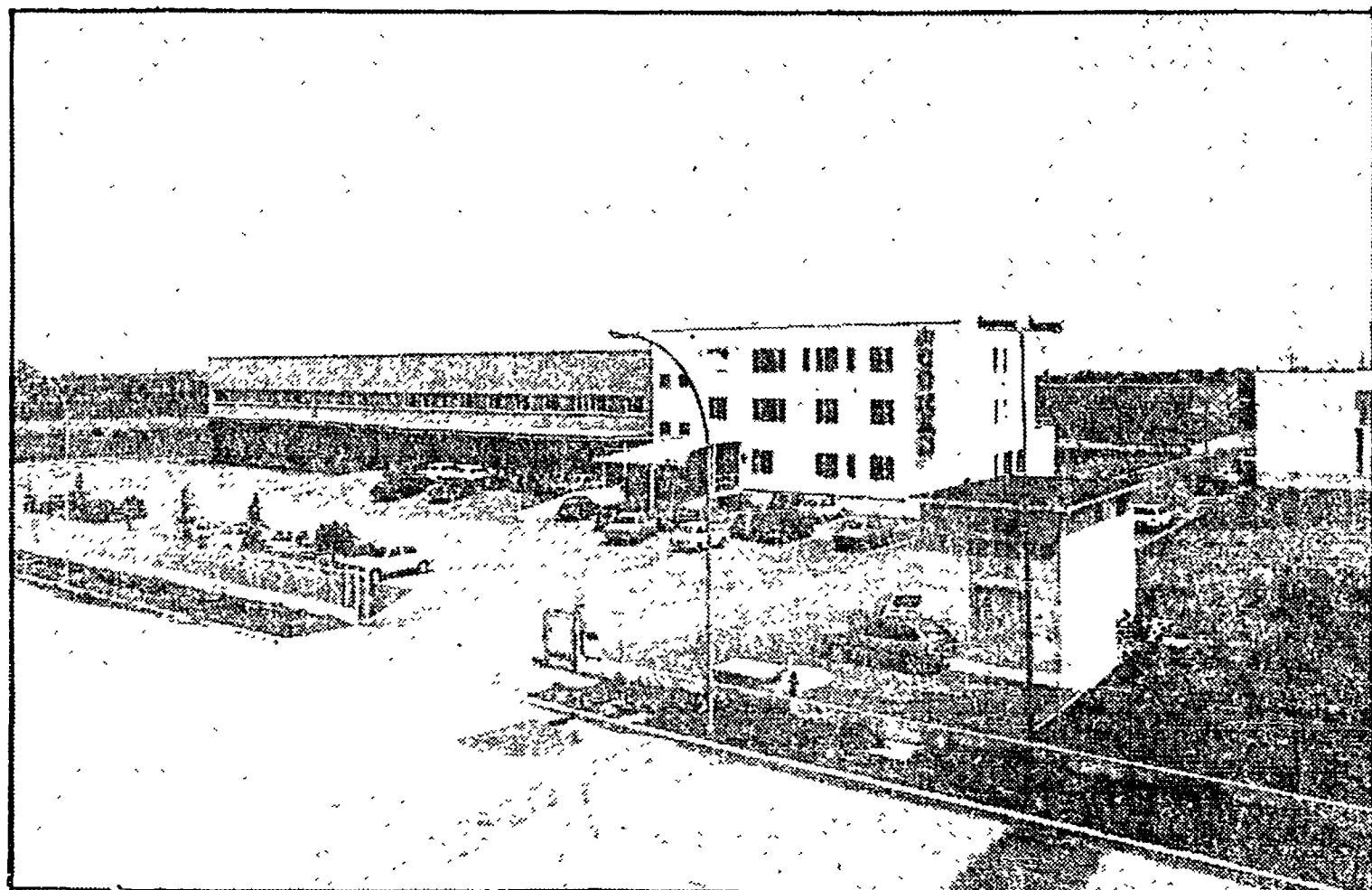
Trasformazione vuol dire sopravvivenza dell'esercente

FORLÌ — Una risposta alla crisi nel commercio c'è: associarsi in cooperativa. Non è uno slogan, ci sono dati, vendite, risultati a testimonianza. La cooperativa Mercurio Romagnolo, che fa parte del Consorzio nazionale dettaglianti (CONAD), ne è un esempio. L'aumento di fatturato degli ultimi anni, superiore al 10% annuo, e il costante aumento delle quote di mercato dei suoi soci sono sintomi convincenti di un trend positivo che non dà segni di flessione, neppure quest'anno.

Nata nel '59 come cooperativa tra dettaglianti per l'approvvigionamento dei generi alimentari («lungevamo da grossisti per i soci»), con l'espansione della base sociale e l'acquisizione di problemi strutturali della rete distributiva, le esigenze di intervento si sono estese anche ai problemi della vendita. Un modo in più di difendere il commerciante. «Oggi come non mai, in questa situazione di mercato — spiega Vitaliano Brasini, direttore della Mercurio — la trasformazione vuol dire sopravvivenza per l'esercente». «Per il commerciante moderno — aggiunge Pier Luigi Basucci, responsabile della direzione sviluppo — lo spazio sul mercato c'è. Per acquisirlo si devono fare scelte precise, orientate al mercato e coraggiose. Noi indichiamo ai nostri soci possibilità di evoluzione con interventi di vario genere: la specializzazione del negozio (carni, ortofrutta, salumi e latticini), l'ampliamento della superficie di vendita con modifica della stessa tecnica di vendita (self-service, discount), la ristrutturazione della rete con forme associate di vendita (superettes, supermercati). A tutto vantaggio — non è un fatto secondario — dell'efficienza della rete distributiva».

La cooperazione può anche fermarsi al magazzino, cioè agli acquisti collettivi, e garantire importanti risultati economici. Se poi il discorso si allarga alla struttura di vendita le possibilità di miglioramento aumentano sensibilmente. I supermercati con marchio CONAD in provincia di Forlì sono già una trentina (costituiscono più della metà delle grandi strutture distributive

L'esempio della cooperativa Mercurio Romagnolo. Una risposta alla crisi del commercio c'è e sta nell'associarsi in cooperativa. Per il commerciante moderno lo spazio sul mercato c'è, ma occorrono scelte precise e coraggiose



della zona) e godono tutti ottima salute. «Per molti esercenti — affermano i dirigenti del CONAD — questo ha voluto dire salvarsi, investendo in un'impresa valida che garantisce l'avvenire anche ai loro figli. E non è un fatto da poco, oggi, assicurare una prospettiva ai giovani. C'è pure un salto di qualità per la stessa figura dell'esercente, che assume così un ruolo ed una qualificazione più gratificanti, oltre che più appetibili alle stesse nuove generazioni».

Per avere un'idea dello sviluppo basta questa sequenza di numeri, relativa alla Mercurio Romagnolo: il fatturato

era 100 milioni nel '62, dieci anni dopo si attestava già sui 990, nell'80 sfiorava i 23 miliardi e quest'anno arriverà a 70. Anche i soci sono aumentati considerevolmente nel corso degli anni: i negozi associati erano 73 nel '65, 107 nel '75 e 720 attualmente, dopo aver toccato la punta massima di 750 nel 1980. La diminuzione del numero dei soci — ci viene spiegato — non è però determinata da disaffezione o interruzione di attività, ma dalle operazioni associative, che hanno portato molti esercenti singoli, negli ultimi anni, a chiudere il piccolo negozio per aprire il supermercato insieme

ad altri colleghi. Che la formula cooperativa sia vincente viene confermato dai risultati positivi delle altre cooperative CONAD della provincia forlivese: il Centro Cooperative Romagnolo Esercenti Macellerie (CCREM) e il Consorzio Pubblici esercizi e alimentari (COPEA). Ora, queste tre cooperative stanno realizzando una fusione che porterà alla creazione di una unica cooperativa con dimensioni, servizi, potenzialità e prospettive fra le più avanzate a livello nazionale. La prima fase della fusione è già completata, si sono centralizzati servizi fondamentali come il

marketing, le vendite, il sistema informativo e amministrativo. E in corso la fase dell'unificazione fra la Mercurio Romagnolo e la COPEA, mentre è in fase avanzata di progetto quella con la CCREM.

Con il 1981 partiranno intanto nuovi servizi per i soci: le bevande distribuite a livello di un unico magazzino provinciale; il cash and carry per i soci dei pubblici esercizi; il servizio catering, per dare una risposta agli imprenditori della riviera romagnola. Si sta anche organizzando la distribuzione dei gelati e surgelati, per completare le gamme merceologiche e dare così ad ogni socio la possibilità del rifornimento totale. Dunque una fusione che non è la somma delle precedenti aziende, ma la nascita di una organizzazione rivolta verso il futuro. Quale sarà la dimensione della nuova azienda? Sarà un vero colosso della distribuzione, con fatturati superiori ai 100 miliardi, che la collocherà al primo posto tra le imprese cooperative di esercenti. La sede centrale sarà a Forlì, a ridosso dell'autostrada, nell'area commerciale messa a disposizione dal Comune, in un complesso inaugurato tre anni fa, con 15.000 metri quadrati di superficie coperta su un totale di 41.000, tuttora un fase di ampliamento.

Da questa centrale vengono attuati i rifornimenti di generi vari, salumi, latticini, ortofrutta. Sedi distaccate con attività specializzate sono dislocate a Rimini (carni e catering) e Cattola (bevande e catering), in modo da evitare da un lato la grossa concentrazione e da rispettare dall'altro le vocazioni commerciali del territorio. I risultati della fusione delle cooperative non solo fanno parte della programmazione CONAD sul territorio nazionale, ma costituiscono quanto di più avanzato tecnologicamente e socialmente i dettaglianti associati hanno prodotto dalla loro nascita.

Al lavoro svolto in questi anni nello sviluppo dei centri di distribuzione, si è sommato il lavoro di elaborazione dei piani commerciali comunali, a fianco delle associazioni di categoria, che ha portato in pochi anni a profonde evoluzioni della rete distributiva, ha permesso di dotare interi nuovi quartieri di servizi commerciali moderni e completi, dimostrando che, dove ci sono interlocutori seri e capaci, come i soci delle cooperative CONAD, è possibile fare programmazione ed attuazione anche in assenza di contributi e aiuti particolari.

Latterie cooperative riunite Reggio Emilia

190 Cooperative associate
10.000 Produttori
Esportazione
in oltre 40 paesi



Fondata nel 1934

Fatturato 1982
170 MILIARDI

Fatturato 1975
25 MILIARDI

Fatturato 1970
10 MILIARDI

Guaber: ottimi prodotti per voi, ottimi rapporti con voi.

20 Il segreto del successo è molto semplice.

ANNI DI ATTIVITA'

Guaber festeggia 20 anni di attività. Una data importante che testimonia il successo di un'azienda che ha saputo evolversi e innovarsi.

VAPE L'ultimo motore a pistone per vendita in Italia.
PURITY auto Prodotto maturo ed esperto. Oggi Guaber è una realtà: prodotto per prodotto. Ha una propria storia e soprattutto un proprio futuro. Distribuito in gran parte in tutta Italia.

SAUBER 7 GIORNI Dissolvibile personale a lunga durata sempre trovati vicini. In ottimi rapporti. Come si conviene tra vecchi amici.

Guaber: un'azienda attiva, dinamica, pronta ed attenta ad assimilare, spesso in anticipo, l'andamento merceologico dei settori in cui opera. Guaber è un continuo evolversi di idee, intuizioni, prodotti. Con uno spirito manageriale giovane, e nello stesso tempo maturo ed esperto. Oggi Guaber è una realtà: prodotto per prodotto. Fatto di prodotti, strutture, iniziative: giusta per un'azienda degli anni '90.

Pludtachi Prodotti di alta qualità per la pulizia della casa e per la cura dell'abbigliamento. Sono stati anche più redditizi per entrambi. Ma ci siamo sempre trovati vicini. In ottimi rapporti. Come si conviene tra vecchi amici.

GUABER una realtà di mercato.

 418 MILIARDI CARNI BOVINE SUINE SALUMI	 275 MILIARDI ORTOFRUTTA FRESCA	 112 MILIARDI PASTA FARINA RISO	 280 MILIARDI VINO
 69 MILIARDI AVICUNICOLI	 372 MILIARDI LATTE E DERIVATI	 24 MILIARDI OLIO DI OLIVA	 85 MILIARDI CONSERVE VEGETALI

Alimentari leader group

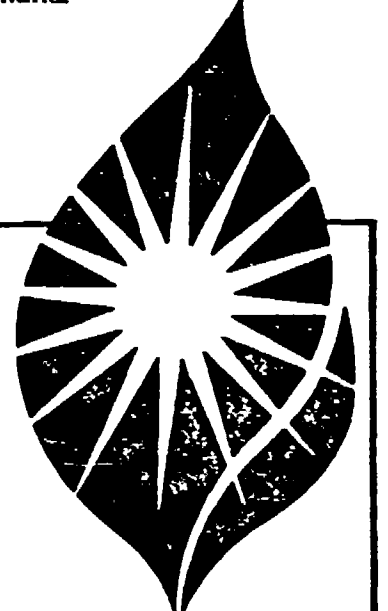
Siamo un moderno sistema di imprese cooperative che tendono a realizzare una piena integrazione tra agricoltura ed industria alimentare. Siamo un gruppo di cooperative e consorzi che hanno acquisito coscienza della propria forza e della comune identità dei valori espressi: serietà, esperienza, garanzia all'origine delle materie prime, impegno per una presenza sempre attuale nel mercato. Per questo, abbiamo affidato ad un marchio di rappresentanza unitaria il compito di affermare l'unità e la singolarità del nostro gruppo: Gruppo Cooperativo Agricolo Alimentare.

Nel 1982 abbiamo raggiunto un fatturato di 1635 miliardi di lire, qualificando l'intero agroalimentare italiano.

I nostri punti di forza? Concentrazione e varietà dell'offerta, qualità costante, strutture commerciali efficienti. Produciamo infatti in tutti i principali comparti agroalimentari, dall'ortofrutta fresca e trasformata all'olio d'oliva, alle carni fresche, ai salumi, alla pasta, alle conserve vegetali. Oggi, possiamo così soddisfare la domanda dei mercati più diversificati. Contemporaneamente, lo sviluppo di strategie di mercato unitarie e di servizi commerciali specifici, primi fra tutti quelli AICA (Alleanza Italiana Cooperative Agricole), ci consente di dialogare in modo particolare - quali partners qualificati - anche con le grandi centrali d'acquisto italiane ed estere.

Oltre 1900 miliardi di lire è l'obiettivo del nostro fatturato '83. Per raggiungerlo, lavoriamo per una presenza più omogenea nel mercato. Raggiungerlo, significa consolidare l'immagine di una cooperazione agroalimentare sempre meglio organizzata in sistema di imprese, di una "azienda" moderna ormai ai vertici dell'industria alimentare italiana.

Gruppo Cooperativo Agricolo Alimentare



lavoriamo con serietà