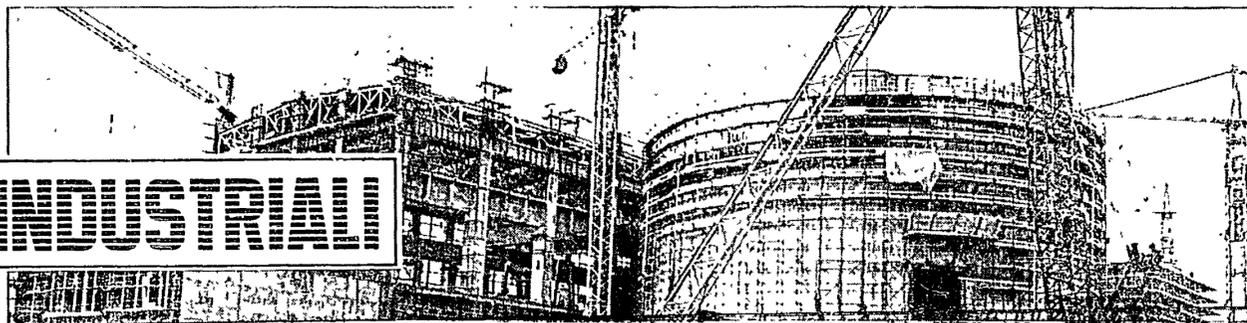




speciale COOP INDUSTRIALI



L'UNITÀ
GIOVEDÌ
8 DICEMBRE 1983
PAGINA 17

PUBBLICHIAMO LA SECONDA PARTE DI QUESTO SUPPLEMENTO IN COINCIDENZA DEL CONGRESSO DELL'ASSOCIAZIONE NAZIONALE COOPERATIVE DI PRODUZIONE E LAVORO



ACAM, il primo guadagno è l'acquisto collettivo

Il mercato non è tabù ma luogo di confronto

Con il 1983 si conclude per l'ACAM un piano triennale, quello varato nel 1981, e ne inizia un nuovo per il periodo 1984-86. Gli obiettivi del piano 1981-83 saranno probabilmente raggiunti in quantità, con 600 miliardi di servizi prestati ma il risultato è molto influenzato dagli alti livelli di inflazione di questi anni mentre l'incidenza del servizio ha teso a stabilizzarsi. Ma se ci sono aspetti quantitativi non soddisfacenti, la qualità del rapporto con le imprese che utilizzano i servizi dell'ACAM è buona: vi è stato un consenso crescente verso la funzione degli acquisti collettivi che suona anche come riconoscimento della professionalità con cui viene svolta.

Per il piano 1984-86 abbiamo scelto quindi di valorizzare questa professionalità imprenditoriale. Da un lato, riconoscendo la realtà, andiamo incontro alle differenze che esistono fra una impresa e l'altra, con diversità di esigenze e di efficienza. Dall'altra, puntiamo sopra uno sviluppo qualitativo condiviso, valorizzando i momenti di autogestione e la partecipazione degli interessati alle politiche di acquisto per settori merceologici. Cerchiamo una nuova fase di sviluppo quantitativo, connessa alla ripresa dell'industria e del reddito, predisponendoci a dare ad essa tutto il supporto che può venire da una efficiente gestione del mercato.

La fase attuale del mercato, in cui si registrano anche numerosi fallimenti di impresa, sovraccapacità in certi settori, ha messo a dura prova una gestione collettiva per centinaia di imprese. La vastità del «gruppo» di imprese aderenti non costituisce solo vantaggio. Emerge la necessità di una risposta, termini organizzativi, più duttile; gli stimoli che abbiamo ricevuti sono tradotti nelle indicazioni del piano triennale.

ADEGUAMENTO DELLA PROFESSIONALITÀ: questa necessità la condividiamo con tutte le imprese; le nostre risorse in uomini ed esperienza sono il principale investimento produttivo.

POTERE CONTRATTUALE: non una capacità che si trovi in natura, va costruita. Si tratta non solo di sapere «chi produce e che cosa», bensì di fare la scelta più adatta per il destinatario degli acquisti, che è di solito una impresa cooperativa, cioè una impresa che parte da un mercato locale per proiettarsi in uno più ampio, il che implica un progressivo orientamento delle sue scelte.

Gli acquisti collettivi si vanno proponendo, nel movimento cooperativo, come una delle vie per «fare autogestione». Da un lato ci sono gli acquisti collettivi, programmati: qui le decisioni possono essere prese con la partecipazione ed il contributo degli interessati; dall'altro lato ci sono gli acquisti singoli, proposti di volta in volta. La nostra scelta è di dare la precedenza alla programmazione degli acquisti che costituisce, fra l'altro, anche un mezzo per agire più efficacemente sui costi e sugli orientamenti del mercato.

L'impegno a partecipare a politiche di acquisto collettivo va visto, naturalmente, con gradualità. Implica da parte dell'impresa nuovi modi di valutazione e di decisione; da parte dell'ACAM quella flessibilità di risposte che sola consente di aderire alle condizioni reali.

Come si vede, non discutiamo solo di contratti e di prezzi con le associate. Discutiamo con loro strategie industriali e strategie di mercato. Questa specializzazione ci viene riconosciuta non in astratto ma sulla base di quello che possiamo dare in campi concreti:

- maggiore potere contrattuale verso i fornitori, giustificato da minori dispersioni e maggiore conoscenza dei mercati, dei prodotti, dell'innovazione;
- innalzamento qualitativo delle forniture come parte della politica dei costi;
- maggior confronto con i fornitori industriali sul contenuto tecnico dei materiali;
- contenimento dei compensi di intermediazione.

Sommando tutto, abbiamo quei vantaggi economici e quell'aumento di competitività per le imprese associate che oggi realizza, e non sempre, soltanto la grandissima impresa o il gruppo integrato (grazie alle economie di scala).

Come tutte le imprese aderenti alla Lega ci facciamo carico di una politica sociale. Ad esempio, non consideriamo i nostri metodi e la nostra esperienza fini a se stessi. Non possiamo escludere rapporti con altre imprese che entrano in accordi di collaborazione con imprese cooperative.

Il perno dell'organizzazione dell'ACAM saranno i Gruppi merceologici, espressione diretta dei settori produttivi delle imprese specie, strumento indispensabile per le politiche di acquisto, le scelte tecniche, l'interscambio di esperienze. Attraverso di esse passano quei contenuti di autogestione che riteniamo possano essere, alla fine, un contributo all'efficienza delle imprese e all'inizio di una nuova fase di sviluppo.

Piero Collina
presidente dell'ACAM

La forza dell'informazione al servizio della produzione

BOLOGNA — Cos'è il piano triennale di una grande commissionaria? In fondo, il suo scopo qualitativo — consentire alle imprese di acquistare a miglior prezzo — sembra raggiunto. Tristano Riccò Panciroli, vicepresidente dell'ACAM, fornisce diverse risposte. «Il vantaggio medio di chi acquista attraverso la nostra organizzazione — osserva — è del 6%, in media. Quel 6% non è il risultato di una somma algebrica in cui compiono del più e del meno, bensì di numeri tutti positivi, sopra lo zero. Vuol dire che c'è sempre una riduzione di costo che varia, a seconda per l'impresa acquirente o del materiale acquistato. Non esiste, quindi, un valore massimo indicativo e la qualificazione del servizio da noi svolto può sempre produrre migliori risultati per le singole imprese».

Cos'è, in pratica, questa qualificazione del servizio? Riccò ricerca nel piano triennale? Fra le tante opportunità promozionali, Riccò preferisce insistere in particolare sulla informazione. Chi è informato — questo il suo concetto — ha un vantaggio sul mercato. E l'ACAM, che ha già accesso ad una massa di informazioni inaccessibili a singole imprese, anche grandi, può fare grandi acquisizioni in tale direzione.

«L'informazione trova oggi strumenti di trasmissione e divulgazione notevolmente sofisticati che impreziosiscono la stessa qualità della conoscenza e possono esaltare uno dei nostri punti di forza: la circolazione dei dati e delle esperienze. Dalla riduzione continua, spesso selvaggia, dei tempi di lavorazione, attraverso le tecnologie e i mutamenti organizzativi, si arriva oggi alla lotta contro il tempo nella trasmissione di informazioni e, attraverso di esse, nell'attivazione di processi produttivi. Non si tratta solo di operare al massimo delle possibilità esistenti nel mercato, ma anche di dare un nuovo tono all'impresa. Se sfruttata nel modo giusto, l'informazione è in grado di introdurre elementi nuovi di democrazia nell'impresa per far circolare il potere, come ci si esprime nelle tesi del congresso ANCPPL. Gli stessi uffici acquisti delle imprese, disponendo di più informazioni per la direzione

strategica, assumerebbero una collocazione nuova nell'organigramma dell'impresa». Di qui la grande importanza che viene data ad un servizio che già esiste, la rilevazione dei prezzi. A gennaio l'ACAM pensa di poter annunciare la elaborazione di un proprio indice nei rami di attività in cui opera (principalmente materiali per costruzioni). Questo indice nasce, infatti, direttamente da un operatore, dai contratti, ed ha una specificità e sensibilità peculiari.

«Le imprese di medie e grandi dimensioni — rileva Riccò — conoscono evidentemente il mercato su cui si riforniscono. La situazione è diversa per le imprese più piccole. Tuttavia, nemmeno una impresa di grandi dimensioni può riunire la varietà di informazioni, per provenienza geografica e diversificazione delle fonti, di cui può disporre l'ACAM che assiste alla contrattazione nei rapporti con un grandissimo numero di operatori e praticamente su tutte le piazze. La divisione acquisti di una impresa medio-grande, dunque, può giovare dei nostri servizi anche in questo caso. Sappiamo che le imprese, specie le medio-grandi, tendono a trattare direttamente una parte degli acquisti, anziché farli tutti attraverso una commissionaria. Questo serve loro a vari scopi, fra cui i legami con fornitori locali, oppure la utilizzazione dei vantaggi di acquisti legati alle successive vendite. La funzione informativa che svolgiamo, quindi, gioverà alle imprese aderenti anche per trattare questa parte del loro approvvigionamento: gli consente di fare comparazioni, di calcolare vantaggi e

svantaggi di determinate alternative». Una impresa che ha l'informazione fra i servizi primari tende a stabilire contatti diretti — in tempo reale, come si dice nel linguaggio dell'elettronica — con le altre imprese. Oggi per questo esiste l'ossatura, che sono gli uffici decentrati sul territorio nazionale. Domani potranno essere retti integrate di trasmissione dell'informazione (in parte già possibile con la normale rete telex).

Il piano triennale è stato discusso in 90 incontri con altrettante presidenze e direzioni di cooperative socie. Il momento non è facile. «Ancora quest'anno avremo un incremento di attività, pari all'incremento dei prezzi, ma questo può dipendere anche dal fatto che le imprese acquistano di più per nostro tramite. Sappiamo che le difficoltà ci sono, in Emilia Romagna il fatturato delle imprese di costruzioni è certamente calato. Le difficoltà di alcune imprese che entrano in crisi, possono ripercuotersi negativamente sugli acquisti delle altre. Ma poiché dalla stagnazione si esce innovando, con investimenti e riduzione di costi in rapporto alla qualità, cresce l'importanza strategica degli approvvigionamenti. Stando in mezzo fra fornitori, industriali e imprese utilizzatrici, possiamo contribuire sia a far tornare i conti delle imprese che a ridurre l'inflazione».

La rete commerciale, che una volta taluno riteneva rozzamente improduttiva, si inserisce così direttamente nelle politiche industriali e sociali per la ricerca di una più alta produttività.

La rete commerciale, che una volta taluno riteneva rozzamente improduttiva, si inserisce così direttamente nelle politiche industriali e sociali per la ricerca di una più alta produttività.

Vantaggio medio in percentuale prezzo ACAM su mercato del servizio ACAM per un campione rappresentativo del 60% delle Cooperative socie:

| | 1981 | 1982 | STIMA 1983 |
|----------------------|------|------|------------|
| SETTORE EDILE | 8,7 | 7,1 | 7,7 |
| SETTORE INDUSTRIALE | 4,9 | 3,6 | 4,2 |
| SETTORE ATTREZZATURE | 4,5 | 4,7 | 3,1 |
| TOTALE | 7,5 | 6,0 | 6,2 |

Stima aumento prezzi 1983 per il mercato delle costruzioni:

| | |
|----------------------|--------|
| SETTORE EDILE | + 2,7% |
| SETTORE INDUSTRIALE | + 3,7% |
| SETTORE ATTREZZATURE | + 9,6% |
| TOTALE | 3,8% |

Stima servizio ACAM 1983 sulla base del campione Terzo Trimestre =593 miliardi con un aumento rispetto all'82 del 9,3%.

Evoluzione globale di un campione di 114 Coop.ve corrispondenti all'84,5% dell'acquisto ACAM 1982 in L. miliardi

| | 1982 VALORE % | 1983 STIMA VALORE % |
|-----------------------|---------------|---------------------|
| GIRO D'AFFARI | 1944 | 2188 |
| ACQUISTI MATERIALI | 621 31,9 | 687 31,4 |
| ACQUISTI OPERE | 351 18,0 | 398 18,2 |
| ACQUISTI ATTREZZATURE | 68 3,5 | 76,5 3,5 |
| TOTALE ACQUISTI | 1040 53,5 | 1161,5 53,1 |
| ACQUISTI DIRETTI | 584 56,0 | 648,9 55,9 |
| ACQUISTI 1/2 ACAM | 456 44,0 | 512,6 44,1 |

edilcoop crevalcore
impresa generale di costruzioni edili e meccaniche
Esperienza consolidata
Detenzione di tecnologie
Elevate risorse interne
Affermazione sui mercati
Affidabilità contrattuale

MURATORI di REGGIOLO
Impianti calcestruzzo di
REGGIOLO, tel. 827.521 - GUALTIERI, tel. 834.344
Costruzioni civili e industriali - Cemento armato
Rivendita materiali edili per pavimenti e rivestimenti
Calcestruzzo confezionato in autobetoniere
Interpellateci!
Appartamenti da vendere a GONZAGA, MOGLIA e REGGIOLO in villette abitate a schiera

CCV - CONSORZIO COOPERATIVE VIRGILIO
UNA REALTÀ DELLA COOPERAZIONE DI PRODUZIONE E LAVORO IN LOMBARDIA
50 MILIARDI DI FATTURATO ANNUO
QUALITÀ ED ECONOMICITÀ
LE 22 IMPRESE COOPERATIVE ASSOCIATE GARANTISCONO UNA GIUSTA RISPOSTA AD OGNI VOSTRA ESIGENZA

ESPERIENZA DEL COSTRUIRE
Carpenteria metallica
La Coop Pievequinta vanta un'esperienza leader in campo nazionale ed internazionale. Un'esperienza costruita nella realizzazione di edifici industriali, commerciali, direzionali, padiglioni fieristici, mense, strutture sportive e civile abitazione.
Inoltre Coop Pievequinta opera nei settori:
— edilizia civile
— edilizia industrializzata in c.a.
— edilizia industriale

COOP PIEVEQUINTA
via L. Galvani 68/10 (Zona Industriale)
Telefono 0543/720348 r.a.
47100 Forlì
Ufficio di Roma
Via F. Vanni, 7 - Tel. 055/571838

MILANO VIA GREGORIO TEL. (0376) 323272-364423
MILANO VIA GREGORIO TEL. (02) 2716229-2719298