

Un progetto che guarda soprattutto alle esigenze dei consumatori

Garanzie della Toscana: qualità, servizio, prezzi

A colloquio con Franco Giorli, vicepresidente dell'Associazione regionale cooperative dettaglianti - La necessità di adeguati strumenti legislativi



Rete moderna Conad in Toscana

	N. MUV (*)	Area vendita complessiva
FINO a 200 metri quadri	68	10.255 metri quadri
DA 200 a 400 metri quadri	44	12.262 metri quadri
OLTRE 400 metri quadri	23	11.176 metri quadri
Totale	135	33.693

(*) MUV - Moderne Unità di Vendita

FIRENZE — Tremila soci nel settore alimentare, 220 miliardi. È questo lo «spaccato» del Conad della Toscana, una associazione tra dettaglianti che vogliono entrare nel vivo della realtà commerciale ma anche sociale.

«Il nostro impegno maggiore è concentrato a questo punto», spiega Franco Giorli, vicepresidente dell'Associazione regionale delle cooperative dettaglianti — sull'ammendamento della rete commerciale, abbiamo aperto diversi supermercati in tutta la Toscana, molti «superettes» (i negozi a libero

servizio che dispongono però di una gamma completa di prodotti, in pratica si tratta di minisupermarket), stiamo lavorando per specializzare di più i negozi soprattutto nelle grandi città.

per adeguare questo settore alle nuove esigenze dei consumatori. Questo è il vero grosso problema che dovrà essere affrontato sin da ora in vista dei prossimi anni.

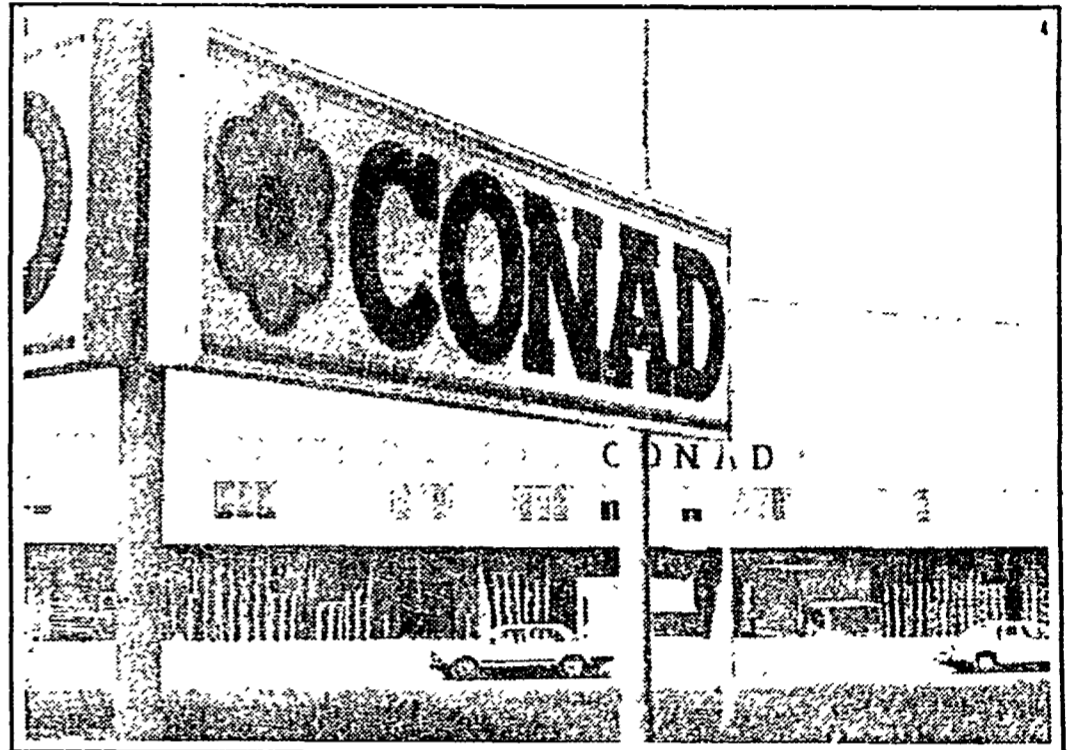
«Il passaggio quasi obbligato — afferma Franco Giorli — è la creazione di un sistema integrato di imprese che comprenda i punti vendita, le cooperative e i consorzi. Ecco, il segreto sta tutto nel riuscire a integrare bene questi tre anelli fondamentali della catena. Questo, naturalmente, comporta e comporterà cambiamenti anche nelle nostre strutture tradizionali sulle quali il Conad è già in grado di intervenire per poter abbattere i costi a monte. Mi spiego: in Toscana disponiamo di strutture o sopraddimensionate o sotto-dimensionate. Si tratta di ristabilire un equilibrio, di concentrare per esempio i servizi o i magazzini di certe zone che oggi sono frammentati. Dobbiamo omogeneizzare gli assortimenti e i prezzi e cercare di darci l'immagine e la consistenza sempre più di catena di distribuzione e di canale di commercializzazione».

«Stiamo potenziando gli strumenti finanziari a sostegno della rete di vendita — afferma ancora il vicepresidente dell'ARCD — e c'è un impegno del movimento cooperativo a sostenere l'adeguamento delle strutture di acquisto. Naturalmente, a questo punto, è importante, anzi decisivo, il sostegno della mano pubblica che deve fornire gli adeguati strumenti legislativi per il rinnovamento della rete distributiva».

Sandro Rossi

Cooperative Conad aderenti all'Associazione Regionale delle Cooperative fra dettaglianti (Arco) Toscana

Cooperative	Giro affari '83 in milioni	Incremento % 1982-1983	N. soci	N. dipend.	Fatt. prev. '84 in miliardi
CEDA CECINA (Livorno)	36.800	+23%	813	88	50
COARES AREZZO	17.300	+16%	657	36	22
CODES SIENA	36.300	+21%	549	90	53
COMAFI FIRENZE	6.800	+13%	43	7	8
CAM MERCURIO GROSSETO	11.600	+21%	239	25	15
CAM MERCURIO PISTOIA	35.300	+35%	402	85	53



Grosseto: la rinascita dopo l'alluvione del 1966

Dalla rinascita del post-alluvione del 1966, che distrusse la struttura costituita da un pugno di dettaglianti, il CONAD Maremmano è andato via via espandendo la sua presenza toccando nel 1983 un fatturato di 11 miliardi e 542 milioni — due miliardi in più previsti per l'anno in corso —. La costituzione vera e propria del Consorzio inizia nel 1967 con la nascita del «Consorzio alimentari Mercurio» che aderì subito al CONAD e alla Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue.

Da allora, sottolinea Mauro Conti, dirigente provinciale del CONAD, l'associazionismo fra dettaglianti in Maremma ha avuto un forte e costante sviluppo. Alcuni dati vengono a suffragare questo giudizio. Nel 1968, dispone di un magazzino in affitto di 230 mq., 35 soci e un fatturato di 103 milioni, quattro anni dopo, la base sociale passa a 72 unità, il fatturato a 693 milioni e la struttura in proprietà, dislocata su un'area di 1090 mq.

Nel 1983, si ha un vero e proprio salto di qualità. Il CONAD trasferisce la sua sede nella nuova zona industriale di Grosseto, al «Ponoponte» in una struttura polifunzionale

di prodotti a prezzi competitivi sul mercato, per gli stessi sono messi a disposizione una serie di servizi quali servizio a domicilio settimanale, «Cash and Carry» aperto ogni pomeriggio, servizio specializzato per la consegna di salumi e latticini nel comune capoluogo e sul litorale, nonché vere campagne di vendita promozionale verso il consumatore.

Nel capoluogo il CONAD opera oltre che con i negozi tradizionali e specializzati, con tre Super-Market composti complessivamente da circa 20 dettaglianti i quali hanno restituito al Comune la licenza singola, associandosi per gestire in comune queste moderne unità di vendita che esprimono attualmente un volume di vendite al consumo di oltre 8 miliardi. La base sociale del CONAD in Provincia di Grosseto è rappresentata da 210 soci alimentari, 25 operanti nell'ortofrutta, 15 titolari di negozi operanti nei carnei, 50 fra ristoranti, bar, circoli e pizzerie. La presenza del Consorzio Nazionale dei dettaglianti si registra in 21 Comuni sui 28 che costituiscono il territorio provinciale, esclusi Roccalbegna, Semproniano, Isola del Giglio, Seggiano, Scansano, Magliano e Piombino. Anche sul fronte dell'occupazione, si è avuto un costante aumento nel numero delle maestranze, raggiungendo attualmente le 25 unità lavorative. Grazie alla presenza del CONAD, dell'Ente Comunale di Consumo, alla COOP-La Proletaria, è stato possibile porre in essere a Grosseto una politica di calmerizzazione dei prezzi dei prodotti alimentari, facendo ricorso all'acquisto dei prodotti direttamente alla produzione.

Paolo Siviani

Siena: un colosso alle porte della città

Di strada indiscutibilmente ne hanno fatta parecchia, e dal 1960, ad oggi il CO.D.E.S. (Consorzio Dettaglianti Senesi) si è sviluppato con una progressione eccezionale, fino ad avere 542 soci, 90 dipendenti ed un fatturato di previsione per l'anno in corso di 48 miliardi e mezzo. Un autentico colosso, il cui simbolo principale può senza dubbio essere considerato il grande centro di distribuzione delle Badesse, a poco più di dieci chilometri da Siena, che, con i suoi 7700 metri quadrati di superficie coperta ed una disponibilità di impianti frigo di 4800 metri cubi, ha la possibilità di sopprimere alle esigenze di una zona molto più vasta della provincia senese.

Già oggi infatti i 27 automezzi per consegne del CO.D.E.S. riforniscono anche parte della Valdelsa Fiorentina, Grosseto limitatamente alle carni, ed Arezzo per i settori ortofrutta e carni. Ma è già entrato in via di definizione finale un progetto, cui si sta studiando da diversi anni, per collegare in maniera più stretta queste tre città, con una rete più vasta di servizi che facciano capo al Centro delle Badesse, ed evitare così di costruire analoghe strutture, che inci-

laborazione che risultano vantaggiose per entrambe).

Ma per mantenere le attuali posizioni è necessario già oggi pensare al futuro, secondo due precise direttive: a) rinnovamento e ristrutturazione degli attuali negozi; b) realizzazione di supermercati e Super Conad, la distinzione è relativa all'estensione, funzionali ed adeguati al numero dei consumatori che devono servire.

Nel 1983 ne sono state realizzate quattro, tra cui quello di Montepulciano, che è andato a coprire una zona della Valdichiana che ne aveva particolare necessità. A tutt'oggi, pertanto, le strutture di questo genere realizzate dal CO.D.E.S. sono diciotto, di cui soltanto quattro nel capoluogo.

I negozi tradizionali ristrutturati sono stati 169 negli ultimi quindici anni. Ma i problemi non mancano. La trasformazione stessa del consorzio da semplice unità di acquisto per conto dei soci alla attuale struttura che si occupa essenzialmente di vendita e presenza sul mercato (dovuta ad evidenti ed ineluttabili necessità di sviluppo) non è ancora del tutto completata.

Inoltre ci deve essere maggiore attenzione nella cura della qualità dei quasi 500 prodotti a marchio CONAD, e dell'immagine dei negozi. In questo campo il CO.D.E.S. punta oggi sulle cosiddette MUV, le moderne unità di vendita, che curano tutti e tre i settori di vendita, con un assortimento particolarmente vasto, e prezzi più bassi rispetto ai negozi tradizionali associati.

Ma qualsiasi forma di rinnovamento della struttura deve essere sempre fatta insieme ai dettaglianti, per i quali il passaggio da singolo ad associato non è sempre indolore.

Roberto Guiggiani

Pistoia: il moderno si sposa con la tradizione

Attorno ci sono i vivai. Perfettamente intonato con la «vocazione al verde» tipica della zona, il CENTRO DISTRIBUZIONE C.A.M. di Pistoia è tuffato fra le piante alla periferia della città. È una grossa struttura, ma con qualche «crisi di crescita»: gli stanno stretti i suoi 7.300 metri quadrati di magazzini divisi in tre diversi impianti. È diventata troppo piccola per star dietro alla vertiginosa crescita che ha registrato in poco tempo: in media uno sviluppo del 45% nel fatturato negli ultimi due anni. 350 soci, un centinaio di dipendenti e 4 province servite (oltre a Pistoia, Lucca, Massa Carrara e La Spezia). Poi — di recente — si sono aggiunti a questa struttura (provinciale solo per collocazione geografica) i 90 soci dell'area fiorentina. Nel capoluogo toscano infatti la cooperazione fra dettaglianti ha avuto momenti di grande difficoltà che hanno causato la chiusura del grosso centro di distribuzione di Firenze. È questo un neo che pesa sulle associazioni fra dettaglianti in Toscana. Ma è anche un motivo in più per moltiplicare l'impegno. Uno degli obiettivi fondamentali della CONAD pistoiese, dice infatti il suo direttore Ugo Baldi — è quello di lavorare per il rafforzamento dell'associazionismo nell'area fiorentina. Nonostante le difficoltà che ha passato, la CONAD — aggiunge Baldi — ha qui una grossa domanda a cui deve saper rispondere. Del resto il mercato fiorentino rappresenta da solo il 50% di quello dell'intera regione. Se il futuro per molti versi è tutto da inventare, il presente è già una consolidata realtà: nel 1982 il CAM-CO.NAD pistoiese aveva un fatturato di 26 miliardi; quest'anno si aggirerà sui 38. L'incremento è iniziato — dopo le inevitabili difficoltà dei primi anni — di pari passo con il rinnovamento della rete distributiva. Oggi il centro di Pistoia rifornisce 15 supermercati, 25 «su-

perettes» ed una fitta rete di negozi tradizionali. «Una peculiarità che intendiamo mantenere — sottolinea Baldi — perché puntiamo alla modernizzazione, ma vogliamo anche tenere d'occhio la tradizione: non siamo insomma per un futuro di soli supermercati».

È questa una politica che sta dando i suoi frutti: da queste parti ormai chi vuole ampliare e modernizzare i propri esercizi cerca il CONAD. Il suo sviluppo, la sua crescita, hanno moltiplicato la domanda di rinnovamento, hanno contribuito a cambiare mentalità ed a richiamare associati. È un rapporto che lega cause ed effetti: quel che è certo è che a sfogliare la margherita del CONAD sono sempre di più. Per questo l'imperativo primo è ora quello di adeguare le strutture: perché in tutte le aree servite ci sono ulteriori grosse potenzialità da soddisfare. E non solo a Firenze. Da poco si è aperto un supermercato a Montsummano; altri due sono stati rilevati a Viareggio. Entro giugno sarà tagliato il nastro in due punti vendita: nell'area della Lunigiana e nel Carrarese. Sono dati che parlano chiaro. Ad una più qualificata presenza il CAM pensa anche per Prato e Pistoia (vogliamo — dice Baldi — essere profeti anche in patria). Per mettere su e gestire grandi strutture di vendita la cooperativa ha promosso la costituzione di due società: una immobiliare (la SIMERI) per costruire supermercati e l'altra con lo scopo di entrare in partecipazione nella loro gestione. Si chiama FUTURA: un nome che è un programma. Il CAM è già un'azienda moderna, ma — dice il suo direttore — pensa ancora a rinnovarsi: sta preparando nuove meccanizzazioni per dare risposte organizzative e gestionali al passo con i tempi.

Marzio Dolfi

Arezzo: 23 compleanni uno meglio dell'altro

COARES ovvero commissione arcana e cecante il marchio di qualità CONAD nella provincia di Arezzo.

23 compleanni, uno meglio dell'altro. Il fatturato '83 si è chiuso con 29 miliardi. I soci sono oltre 200, disseminati in tutti i centri della provincia di Arezzo. Negli medio-grandi dalla bottega a gestione familiare, al negozio con dipendenti, al «superette» a tutti i COARES offre i suoi servizi. Approvvigionamento quindi di latticini, generi vari, ortofrutta e carni.

La cooperativa non è un ingresso, ha quindi soci e non semplici affiliati. I quozienti iscritti al COARES sono proprietari essi stessi della struttura.

In questi 23 anni di vita la crescita del COARES è stata continua. Adesso aumenta in proporzione più il fatturato che il numero dei soci. Arezzo, come d'altro che altro città, sta assistendo infatti ad un processo di razionalizzazione del sistema distributivo. Processo faticoso ma che vede comunque una riduzione dei punti di vendita finora disseminati indiscriminatamente in città e frazioni.

Il numero dei soci di COA-

RES è quindi in lievissima crescita mentre il fatturato è aumentato di 7-8 punti rispetto al tasso di inflazione. Un risultato di tutto rispetto in un momento economico che non è certamente dei migliori.

La crescita della Commissione Arcana Esecrante non passa comunque solo attraverso la crescita del fatturato e del numero dei soci. L'associazione regionale cooperative tra dettaglianti sta infatti studiando un piano di integrazione tra le varie cooperative toscane del settore per poter offrire ai soci migliori servizi a costi più bassi.

Nell'atto che questo progetto sta concretizzato, il COARES continua a qualificare quantità e qualità dei servizi. «Attraverso la nostra struttura», dice il direttore Porri, «i soci riescono a colpire»

il mercato con prezzi vantaggiosi. In altre parole la cooperazione si sta confermando doppiamente utile sia ai negozianti che ai consumatori. I primi riescono, anche se con esecutori di dimensioni ridotte, a scartare sul mercato i soci del consorzio, proprio grazie a questa politica, ad avere prezzi convenienti.

Il COARES (crediti ad una rete distributiva integrata) supermercati negozi specializzati, negozi di quartiere che siano comunque in grado di dare risposte ai problemi e ai bisogni.

L'approvvigionamento di latticini, carni, generi vari e ortofrutta viene realizzato dal COARES attraverso le strutture del CONAD e le cooperative di produzione e distribuzione.

Un sistema che consente di tenere bassi i costi e di offrire ottimi prodotti ai soci e di conseguenza ai consumatori.

Nella sede del COARES, nella frazione di Montone alla periferia di Arezzo, continuano ad arrivare domande di soci e di punti di vendita da entrare nella cooperativa. Altro segnale della buona salute di cui gode la Commissione Arcana Esecrante.

Claudio Repek

C'È UN NUOVO SANPELLEGRINO Bitter

Bitter DORE'