

La svolta decisiva con il primo Discount a Pisa

Come l'Unicoop Pontedera ha imboccato la strada del rinnovamento della rete distributiva

Negli ultimi anni l'azienda Unicoop di Pontedera ha proceduto con ritmi di crescita abbastanza sostenuti, inserendosi nel filone positivo che vede praticamente tutto il movimento delle Cooperative tra Consumatori in fase di sicura espansione.

Dalle incertezze, i pericoli, le crisi di dieci anni fa si è passati, anche nella provincia di Pisa, ad una situazione in cui si può ragionevolmente pensare di far fronte alle aspettative dei Soci e dei consumatori, si può guardare con sufficiente fiducia ai non pochi impegni che ci attendono.

Dieci anni fa lo strumento della svolta positiva fu l'introduzione del primo Discount a Pisa che consentì all'Unicoop di Pontedera e, successivamente, al resto del movimento pisano di imboccare la strada dell'ammodernamento, della razionalizzazione della rete distributiva.

La formula del Discount fu certo dettata da considerazioni oggettive più che da una scelta a favore di questo sistema di vendita.

Condizionamenti vari imponevano questa soluzione che per molti anni ha retto e ha pagato. La difficoltà a reperire spazi sufficientemente ampi, la difficoltà finanziaria che impediva consistenti investimenti, la constatazione che agire in luoghi economici abbastanza statici sul piano della distribuzione alimentare con un sistema che consentiva una linea prezzi molto aggressiva poteva costituire un potente veicolo di introduzione, la valutazione che proposte di insediamento di non grandi dimensioni trovavano in quegli anni maggiori

probabilità di accoglimento presso i pubblici poteri della programmazione commerciale, e infine, la valutazione di uno spazio di immagazzinamento a monte relativamente limitato, tutte queste furono le ragioni di quell'orientamento che negli anni successivi è stato seguito.

In realtà non si è mai pensato, né mai sono stati realizzati dei Discounts «puri». Abbiamo man mano affiancato al sistema di vendita di tipo discount nei generi vari una serie di servizi (carni, ortofrutta e infine gastronomia) che hanno fatto del Discount pisano un qualcosa di molto diverso dal modello teorico realizzato in altre realtà e in altri Paesi. La nostra vicenda degli ultimi dieci anni ha ruotato intorno allo sforzo di affinare e rendere più gradevole e accettabile l'immagine del Discount. In questi anni si sono avuti risultati apprezzabili per quanto riguardava la produttività per metro quadrato di area di vendita, la crescita degli incassi, la capacità di capitalizzazione dell'azienda

pure in presenza di un margine lordo molto basso. Ci è stata data la possibilità di trasferire le conoscenze ed esperienze che andavano facendo anche una parte del movimento nascente nel Mezzogiorno, segnatamente in Sardegna. Da questo rapporto abbiamo tratto benefici in termini di riflessione critica, di approfondimento delle questioni che via via si ponevano e crediamo di aver fornito utili elementi allo sviluppo di quella realtà cooperativa ed anche di essere stati utile oggetto di analisi e riflessioni circa le proposte che avrebbero potuto essere in campo per un complessivo programma di sviluppo nel Sud d'Italia.

Oggi nella nostra azienda questa fase del Discount tipico così come abbozzato in precedenza sembra aver esaurito la sua vitalità. Il programma di sviluppo che l'azienda si è data e che prevede consistenti realizzazioni nel breve/medio periodo è senz'altro orientato verso il supermercato di oltre 1000 mq. di superfici di vendita, fino ai 2000 mq. del pro-

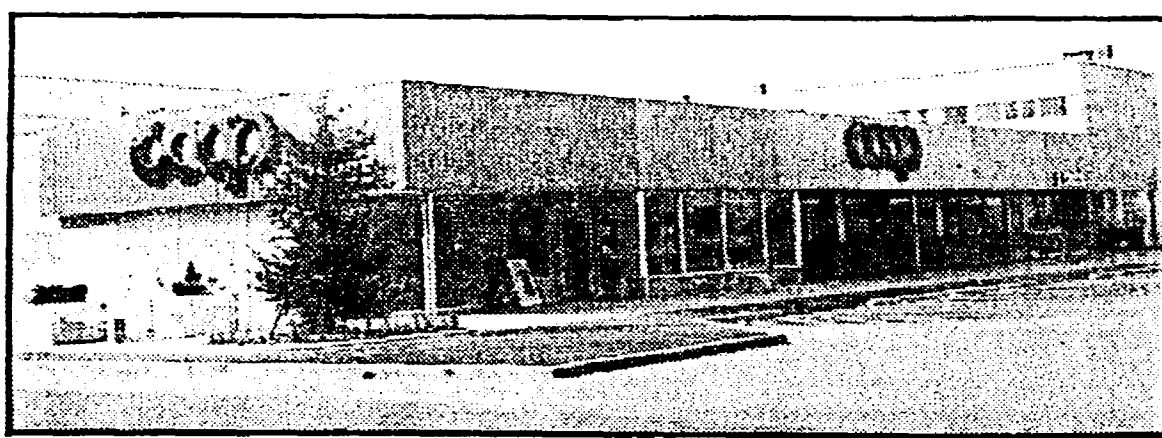


getto per Pisa, in una zona di forte sviluppo demografico della città. Di recente abbiamo inaugurato il Supermercato di Santa Croce (oltre 1200 mq. di area di vendita, con un piccolo reparto di extralimimentari) e ci sembra che questa realizzazione possa in qualche modo orientare le nostre scelte per i prossimi anni. I dati delle vendite e della produttività dei primi mesi di vita di questo Supermercato sono tali da incoraggiarci su questa strada. In realtà ci sembra che la nostra provincia e più precisamente l'asse dell'Arno, dalla zona del Cuio al mare, presenti caratteristiche urbane, di densità demografica, di viabilità tali da essere investite da un consistente programma di insediamenti di queste dimensioni. Così è stato per Santa Croce, e noi pensiamo che abbiamo le stesse possibilità di riuscita delle nostre iniziative su Pontedera, su San Miniato e su Pisa così come senza dubbio il rilevante interesse è la zona di Cascina. E questo senza trascurare altre parti della

provincia come Ponsacco, Volterra e Bientina dove ormai il nostro intervento è in atto o del tutto imminente. La scelta del Supermercato o del Supermercato integrato come modello di riferimento viene da una serie di osservazioni fatte negli anni passati e tutte tendenti a dimostrare che con una gamma di assortimento molto ridotta ed un livello di servizio oggettivamente più basso alla lunga non avremmo potuto reggere di fronte ad una concorrenza della grande distribuzione organizzata che, è presente e, come sappiamo, ha in mente programmi di crescita notevoli.

La nostra provincia non è certo immune dalle attenzioni, dai piani della grande distribuzione privata. Segnali ci sono in questo senso e, ci sono anche state richieste specifiche su Madonna dell'Acqua, una zona nelle immediate vicinanze della città di Pisa. Si tratta di progetti di grandi strutture ai quali è necessario contrapporre un'alternativa efficace capace di realizzazione e in virtù dei quali è necessario valutare quali possibilità ci sono per noi e per il complesso del movimento toscano per presentarsi come interlocutori validi nei confronti delle istituzioni della programmazione dello sviluppo della città e della rete commerciale. Anche in questo senso l'Unicoop di Pontedera ritiene di poter fare la sua parte in quanto aggregazione di consumatori e di Soci, in quanto entità aziendale presente e radicata nel territorio pisano da decine di anni.

Maurizio Martini
Presid. Unicoop-Pontedera



...e una ragione c'è. Con Cariplo per la cooperazione

tramite le convenzioni sottoscritte con le Confederazioni Nazionali la Cariplo offre alle Imprese Associate

- elevata remunerazione dei depositi
- effettivo accesso al credito a breve, medio e lungo termine, anche mediante le Sezioni di Credito Speciale e la partecipata "Leasindustria"
- prefinanziamenti sui mutui fondiari e sui finanziamenti del Mediocredito Lombardo
- automatica applicazione di vantaggiose condizioni di tasso sugli affidamenti utilizzati
- sensibili riduzioni nel computo di spese, oneri accessori e valute.

La Cariplo, con i suoi Servizi Automatizzati, Vi consente di operare personalmente sia presso gli oltre 500 sportelli del Gruppo che direttamente dalla Vostra azienda.

CARIPLO

...per progredire insieme.
CASSA DI RISPARMIO DELLE PROVINCE LOMBARDE

Fondi patrimoniali e diversi complessivi le Gestioni annesse dopo l'approvazione del bilancio al 31/12/1984 L. 3.166.180.595.020

I.N.P.A.

di Emilio Innocenti

CONSERVE ALIMENTARI

Fornitori di fiducia dei negozi COOP

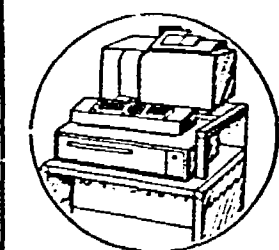
50053 SOVIGLIANA - VINCI (FI)
Telefono 508.100

BIRRA CECOSLOVACCA

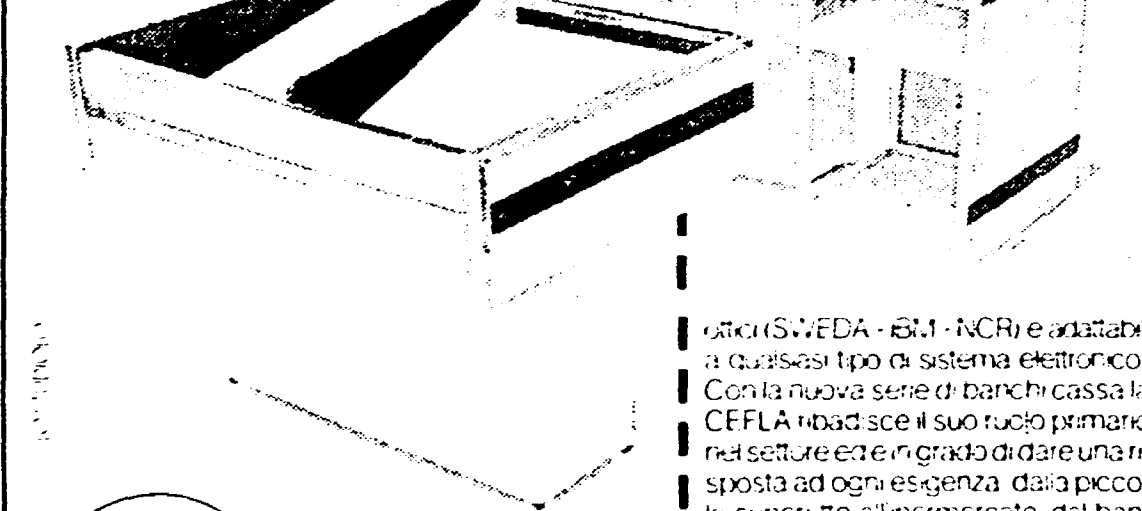
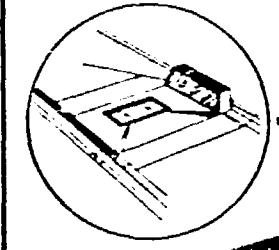
BUDWEISER BUDVAR

In vendita nei negozi e supermercati
CONAD e COOP ITALIA

CEFLA Banchi cassa della terza generazione.



La gestione computerizzata del magazzino sta diventando una realtà operante anche nel nostro paese e destinato a diffondersi sempre di più a tutti i livelli. In vista di questo sviluppo la CEFLA ha brevettato il sistema BSCT, una linea di banche cassa a giarmento dello scanner, ma che inizialmente, grazie alla loro convertibilità, possono essere utilizzati come banche cassa tradizionali. I banche cassa BSCT sono predisposti per i più diffusi lettori



al tipo di sistema elettronico. Con la nuova serie di banche cassa la CEFLA ribadisce il suo ruolo primario nel settore ed è in grado di dare una risposta ad ogni esigenza: dalla piccola superette al supermercato, dal banco cassa statico per i negozi discount a quello a due nastri trasportatori con ingombro ridotto.

I banche cassa CEFLA sono progettati in base ai risultati dei più recenti studi ergonomici, sono robusti, di facile manutenzione e con impianti elettrici conformi alle norme CEE.

Know how per amedare

CEFLA s.r.l. - Via Selice, 102 - 40026 IMOLA - ITALIA - Tel. (0542) 26540 - Telex 51118 Cefla

INDUSTRIA CASEARIA

Fior del Monte Amiata

di AMPELIO GOVERNI & C. S.n.C.

58038 SEGGIANO (Graooseto) - Via Privata, 6



MAGAZZINO: Tel. 0564/950.916
UFFICIO DIREZIONALE: Tel. 0564/950.801
UFFICI AMMINISTRATIVI: Tel. 0564/950.976
(20 linee interne) Telex: 590.379

DEPOSITO DI MILANO

Via Monserrato - Telefono 02/98.80.338

DEPOSITO DI FORLÌ

Via Copernico, 96-98 - Tel. 0543/722.471

DEPOSITO DI GROSSETO

Via Ugo Bassi, 68 - Tel. 0564/413.452

DEPOSITO DI VERONA

Via E. Fermi, 53 - Tel. 045/584472



il formaggio nuovo di sapore antico