



Sintesi dei principali dati regionali della cooperazione toscana di consumatori

	1981	1982	1983	1984	1985
NUMERO COOPERATIVE	176	167	162	157	151
SOCI	287.582	333.417	402.052	468.891	517.212
PRESTITO SOCIALE (000.000)	69.222	104.292	151.734	214.499	308.916
ADDETTI TOTALI COOPERATIVE	3.611	3.822	4.194	4.627	5.173
ADDETTI TOTALI CONSORZI	646	695	760	812	852
VENDITE COOPERATIVE (000.000)	488.069	645.285	804.108	978.363	1.191.643
INCREMENTO VENDITE 80/81...84/85	34,6%	32,2%	24,6%	21,7%	21,8%
NUMERO PUNTI VENDITA	462	447	429	419	406
SUPERFICI DI VENDITA (mq)	96.898	98.623	101.787	106.118	110.253

I tratti salienti dell'espansione cooperativistica in Toscana

Il risultato più importante? Gli occupati crescono del 56,5%

La Cooperazione dei consumatori toscana ha continuato nel 1985 a progredire con ritmi ormai consueti e proprio per questo particolarmente significativi in quanto migliori perfino rispetto all'attuale generale floridezza dell'impresa economica. Non c'è aspetto del bilancio consolidato dell'anno precedente che non denoti evidenti segni di espansione e di miglioramento qualitativo. Le vendite, il contenimento dei costi di gestione, la redditività, l'incremento di occupati, l'espansione del corpo sociale, la crescita del prestito sociale, evidenziano l'immagine di un movimento chiaramente e ormai da un decennio in perfetta salute.

Le cifre pure eloquentissime rappresentano tuttavia una sola parte, sebbene la più importante, di questo fenomeno economico e sociale che, quantomeno nelle proporzioni, è relativamente nuovo per la realtà della nostra regione. È vero che la cooperazione di consumatori è articolata in una pluralità di aziende, ma ciò dipende da ragioni prevalentemente funzionali essendo strategia, politica commerciale, infrastrutturale di servizi, un dato assolutamente unitario, sicché la statistica va letta come quella di un fenomeno singolo e in quanto tale annoverabile fra i primissimi operanti nell'economia mercantile e nell'economia in genere della Toscana.

Solo se ci si riferisce al numero degli occupati (6.025) si ha il senso anche comparato dell'imponenza della Coop Consumo rispetto alle organizzazioni imprenditoriali della nostra regione. Osservando il 1985 ci sembrano in esso meritevoli di attenzione i risultati conseguiti su tre aspetti di acuitissima attualità. La genuinità dei prodotti e l'azione ecologica, i prezzi e il concorso della cooperazione dei consumatori

nella lotta all'inflazione, l'occupazione.

Sulla genuinità dei prodotti, la costante azione svolta con l'ausilio di mezzi propri e con strumenti di analisi esterni, ovviamente basata su rigorosi principi di politica commerciale, è continuata per tutto il 1985 con risultati apprezzati dal consumatore quanto la difesa della propria economia e non è un caso che il gravissimo fenomeno del vino al metanolo sia passato in Toscana non senza che la Cooperazione di consumo abbia potuto vantare di esserne stata completamente indenne anche rispetto ad inconvenienti che talvolta hanno colpito il distributore privato al di fuori della sua responsabilità.

Sul fronte dell'ecologia la battaglia contro le eutrofizzazioni delle acque ha visto la Cooperazione impegnatissima nella denuncia, nell'informazione, nella rivendicazione legislativa e nell'azione diretta. Col concorso determinante della cooperazione è stata finalmente approvata la legge (24/1/1986 n. 7) con cui si fissano i limiti di tolleranza del fosforo nei detersivi e, prima di questa e con più rigore, nelle Cooperative di consumo tali limiti appartengono ormai alla qualità di tutti i detersivi di marchio Coop.

Altro problema sul quale è particolarmente menzionabile l'attività della Cooperazione è stato l'uso intelligente delle plastiche, anche qui attraverso campagne d'informazione ma soprattutto con l'azione diretta che si sta esplicando con l'introduzione sempre più diffusa delle buste di carta e la fotodegradabilità di quelle di plastica.

Questi impegni che caratterizzano la cooperazione nell'attuale periodo, si aggiungono e si affiancano a tutta l'azione che da più di un decennio (etichettature, coloranti, additivi,

educazione alimentare, etica e limiti della pubblicità) il settore va svolgendo con un'intensità pari alla sua classica e tradizionale battaglia per il contenimento dei prezzi.

E a tale proposito risultano di particolare interesse i modestissimi margini operati dalla cooperazione sui prezzi di acquisizione della merce e, a differenza di quanto non dica la statistica generale sui valori inflazionari, non può passare sotto silenzio la percentuale di «inflazione» verificatasi nell'anno '85 sulle merciologie trattate dalla cooperazione che è sotto il dato medio nazionale e pressoché analoga a quella dei prezzi all'ingrosso. Chi faccia riferimento allo scarto che, nel 1986 ma anche nel 1985, esiste a questo proposito fra ingrosso e dettaglio troverà molto da riflettere sul ruolo svolto dalla distribuzione moderna e in particolare dalla distribuzione cooperativa.

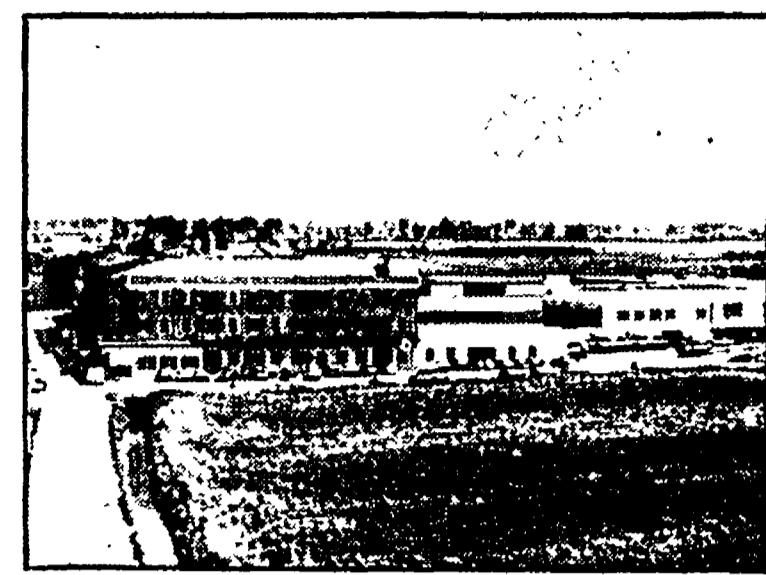
Infine, fra i tre risultati cui si è accennato forse il più clamoroso è quello rappresentato dalla politica occupazionale della cooperazione. Nel 1985 la bilancia fra uscite ed entrate porta un attivo di circa 600 unità lavorative per cui il conto quinquennale si chiude con un organico complessivo di dipendenti aumentato di 2.175 unità, cifra corrispondente al rispettabile incremento del 56,5%.

Non ci sono commenti da fare in riferimento alle informazioni che ci provengono da ogni indicatore sulla situazione dell'occupazione della nostra regione. Semmai è il caso di aggiungere che questo risultato non avviene in forza di sola espansione ma anche attraverso un processo di ristrutturazione fatto di chiusura di molte decine di punti di vendita in occasione delle quali, com'è evidente, il posto di lavoro è stato tutt'altro che messo in discussione.

CIAM: come un grande salumificio si prepara al futuro

Questo salame ha 2 segreti innovazione e tecnologia

L'industria alimentare italiana, e quella emiliana in particolare, risulta molto frammentata nella composizione aziendale: tante piccole imprese artigianali o poco più, con mercati che spesso non vanno oltre la propria regione o addirittura provincia. Specialmente poi per quanto riguarda molti prodotti tipici c'è il problema di fare conoscere e apprezzare le qualità e creare canali distributivi. Non sono molte le aziende alimentari che fanno eccezione a questo quadro: nell'elenco delle prime cento pubblicato qualche mese fa dal Sole 24 ore con tanto di bilanci e di indici di sviluppo, in un settore molto condizionato dal problema della tipicità, come i salumi, troviamo un'azienda emiliana al settimo posto assoluto: è la Ciam di Modena, che è stata capace di qualificarsi a questi alti livelli grazie alla sua propensione all'innovazione tecnologica. Innovazione che non è affatto contrastante con la sua forma societaria: la Ciam è infatti una cooperativa, con una grossa base sociale. Si tratta infatti di 2500 soci complessivi, ivi compresi i caseifici che gestiscono gli allevamenti suini.



Vale la pena di citare qualche dato, come emerso dalla recente assemblea di bilancio: con un fatturato di circa 100 miliardi e un utile di 1.662 milioni, l'azienda si colloca, nel panorama nazionale delle imprese, all'80° posto assoluto e al 33° per livelli di utile. Tutto ciò risulta eccezionale in quanto è dovuto a un incremento costante, circa il 5% annuo, nello sviluppo. Nata nel 1945, nel '48 i dipendenti erano 18. Oggi sono 393, seguendo una serie di tappe che sono emblematiche dell'ascesa dell'azienda. Dopo il consolidamento dei primi anni, infatti, si passa alla ristrutturazione degli anni settanta e all'affermazione nazionale degli anni

ottanta. Anni che pongono nuovi problemi all'industria alimentare, come quello, ad esempio, dell'integrazione col mondo agricolo. Questo però alla Ciam avviene da sempre. Questa azienda è, infatti, anche un esempio di integrazione agro-alimentare. La dicitura «salumificio con allevamento» che la contraddistingue significa appunto che il processo produttivo per la fabbricazione dei salumi parte decisamente a monte: fin dalla selezione genetica degli animali, per poi proseguire nella macellazione, fino alla lavorazione e alla distribuzione.

Questa struttura così integrata costituisce un punto di forza per ottenere i risultati di qualità per cui la Ciam lavora. Consapevole del fatto di operare in un settore economico maturo, la conquista di nuovi spazi di mercato si può ottenere solo attraverso produzioni che rispondano alle esigenze dei consumatori, che sempre più negli ultimi anni sono orientate alla qualità in maggior misura rispetto ai vecchi parametri della convenienza e di una generica freschezza. Dal prodotto industriale il consumatore vuole le massime garanzie prima di tutto di igie-

nità e di gusto. Nei salumi, soprattutto in aree tradizionalmente attente al gusto, queste garanzie si possono ottenere solo attraverso lavorazioni tecnicamente perfette. Il controllo che la Ciam svolge, parte, come si diceva, dalla selezione dei suini in allevamento, attraverso servizi di ricerca sulle razze e sull'alimentazione animale. Gli allevatori conferenti sono particolarmente incentivati a lavorare bene da un sistema di retribuzione per qualità operato dalla Ciam sulla base di parametri ampiamente utilizzati all'estero. In Italia poche sono ancora le aziende che ricorrono a questo tipo di pagamento, che invece fornisce le massime garanzie al consumatore finale.

Naturalmente i controlli non si fermano all'allevamento, ma accompagnano le varie fasi di lavorazione, attraverso un ufficio ricerche e controllo qualità, che ha assunto negli ultimi tempi anche una funzione strategica per l'azienda. Infatti, per raggiungere posizioni di leader del mercato, la ricerca nuovi prodotti, funzionali alle attese dei consumatori, è elemento trainante per lo sviluppo aziendale. È questo il caso dei «Grandi Piatti»

Nella foto: il salumificio CIAM di Modena

I.N.P.A.

di Emilio Innocenti

CONSERVE ALIMENTARI

Fornitori
di fiducia
dei
negozi **coop**

Stabilimento e Amministrazione:
50059 SOVIGLIANA di VINCI - FI
Via Provinciale, 22 - Tel. (0571) 50.81.00 - 50.10.40

I.C.A.M.

di LUIGI e PAOLO MATTEINI
STIACCIOLLE (Grosseto) - Tel. (0564) 409.016

Macellazione e vendita

CARNI BOVINE
OVINE
SUINE

POLLAME E CACCIAGIONE ALL'INGROSSO



Ditta
TRINCI

Specializzata
in legumi secchi
confezionati
già pronti per
la cottura

Dalla tradizione
all'esperienza
Dall'esperienza
alla bontà

In vendita presso tutti
i negozi SuperCoop

CASEIFICI
SARDAFORMAGGI
PRODUTTORE - FORMAGGI - TIPICI - SARDI

Il gusto e l'antica
genuinità del formaggio
del pastore: pecorino
graziola

CASEIFICI BUDDUSÒ (SS)
Deposito Frigoriferi: INCISA VALDARNO (FI)
Telefono (055) 83.30.046

PAVILLA
pulisce al limone

Scintilla
fibre e spugne abrasive



lo strofinaccio specializzato
DIAVOLINA
pulitori e accenditori
e camini

FACCO G. & C. - MILANO

MILANO - Corso XXII Marzo, 24
Telefono 54.52.880 - 59.22.32 - Telex 314017 FACCO I