

Nelle foto: il magazzino per le merci fresche e (sotto il titolo) quello dei generi vari nella struttura cooperativa Co.De.Ge genovese

Il Co.De.Ge sfonda il proverbiale individualismo del mercante ligure

Anche Genova cambia look

La formula associativa cresce a vista d'occhio - 192 punti di vendita da Riva Trigoso ad Albisola - Verso i 20 miliardi di fatturato Le molte agevolazioni al dettagliante

GENOVA — Forse sarà stato facile in Emilia e in Toscana, ma a Genova proprio no. Eppure, batti e ribatti, quelli del Co.De.Ge. sono riusciti a «sfondare» anche sul fronte dell'associazionismo alle vendite, rimasto per molti anni involuto: così oggi esistono ben 24 supermercati, superettes o moderni negozi gestiti da altrettante cooperative di dettaglianti targate Conad.

L'ultima struttura, la più grande e la più bella, è stata inaugurata recentemente nel popoloso quartiere di Marassi. L'interesse dei piccoli esercenti verso questa formula associativa cresce a vista d'occhio.

Siamo senza dubbio di fronte ad un importante cambiamento di mentalità e abitudini sedimentate in secoli di gloriosa, ma oggi in larga parte superata, cultura mercantile: perché il proverbiale individualismo economico del ligure non è affatto un'anticaglia da barzellette, ma è ancora presente nel modo di pensare e negli atteggiamenti di molte persone (una vecchia massima, tenuta però in buona considerazione, sentenzia: «Per andare d'accordo in società bisogna essere in numero di-

spari, e sempre inferiore a tre...»). Comprensibile, dunque, la portata ma anche le difficoltà di un processo di rinnovamento della rete distributiva da realizzare con gli operatori (cioè il commerciante tradizionale, il venditore dell'angolo, il macellaio del quartiere) che rischiano altrimenti di essere espulsi dal mercato. Un processo di cui la Cooperativa Dettaglianti Genovesi, associata al Conad, è diventata protagonista.

Al Co.De.Ge aderiscono attualmente 192 punti di vendita operanti non solo nel capoluogo ligure, ma anche nella vasta fascia rivierasca compresa fra Riva Trigoso e Albisola (Savona); in pratica mezza Liguria. Il fatturato, che nel 1981 ammontava a 7 miliardi 493 milioni, nel 1985 ha raggiunto i 19 miliardi e mezzo e si avvia a superare largamente quota venti miliardi.

I punti vendita gestiti da dettaglianti associati tendono ad assumere un peso specifico sempre maggiore: l'11,2% dei soci, infatti, realizza oggi il 44,5% delle vendite globali. La Co.De.Ge guarda però con la massima attenzione ai problemi quotidiani del negoziante tradizionale, incoraggiando i ne-

cessari cambiamenti (nuove iniziative, specializzazioni ecc.) imposti da una concorrenza sempre più forte. «La nostra ambizione — sostiene Giovanni Durante, presidente della cooperativa — è rinnovare la struttura distributiva al minuto rendendo protagonisti gli stessi commercianti. Si tratta di compiere un salto di qualità: il bottegaio deve trasformarsi in imprenditore. La scommessa è far conquistare proprio a questo tessuto di piccola imprenditoria, che insieme al capitale impegna anche il proprio lavoro, un ruolo non subalterno in un settore attraversato da turbolente trasformazioni».

Il «cuore» della Co.De.Ge pulsa in un magazzino nei pressi di Manesseno, situato all'incirca sul confine geografico del comune di Genova: 3.600 metri quadrati ormai diventati troppo piccoli, tanto che si parla di trasferimento in una struttura più adeguata entro i primi mesi dell'87.

Dal magazzino partono ogni giorno tonnellate di merce: tutti i negozi comunicano i loro ordini almeno una volta alla settimana. Ciò permette di ridurre drasticamente le scorte di magazzino «a domicilio», e, se il com-

mercante sa calibrare bene le proprie esigenze, di lavorare di fatto con i soldi del fornitore.

Si ricorre anche alla tecnica del «transfer-order» (prenotazioni raccolte attraverso fornitori autorizzati) e, soprattutto per le merci deperibili come formaggi freschi, latte e carni, alle convenzioni per consegne dirette da parte del produttore.

Funziona poi il servizio ristrutturazione rete, creato per offrire assistenza qualificata ai soci che intendono ammodernare il loro negozio o, appunto, aprirne uno nuovo in cooperativa. Essi possono usufruire dei servizi tecnici predisposti dal Conad nazionale (compresa la fornitura di strutture a prezzo contrattato), effettuare investimenti in leasing attraverso Conadinvest e — particolare tutt'altro che trascurabile — ottenere il temporaneo congelamento o la vantaggiosa rateazione dell'ordine di impianto. Quest'ultima opportunità è offerta direttamente dalla Co.De.Ge. Ogni nuovo negozio, si sa, ha bisogno di grosse quantità di merce per riempire bene gli scaffali; ebbene, il pagamento di tale impegnativa fornitura (spesso decine di milioni) viene rinviato anche di

sei mesi per permettere al commerciante un avviamento senza problemi.

Purtroppo — rilevano alla cooperativa — spesso i poteri pubblici non tengono conto della funzione esercitata da associazioni che, come questa, non hanno fini di lucro. Così a Genova diventa difficile reperire aree o strutture a prezzi non speculativi. Ciò è anche dovuto a una certa disattenzione degli amministratori locali: del resto, chi ha comprato almeno una volta in un supermercato o in un negozio Conad avrà potuto apprezzare i prezzi convenienti e i sensibili risparmi effettuati specialmente in occasione delle numerose campagne di vendita. Questo risultato non nasce dal caso, ma dalla professionalità e dal lavoro di chi, come alla Co.De.Ge, è impegnato quotidianamente a migliorare il servizio e a rifornire nel modo migliore e più vantaggioso possibile i propri associati.

Nuovo magazzino, consolidamento della presenza in settori relativamente nuovi (come la carne e l'ortofrutta), l'acquisizione di nuovi spazi sul mercato, sulla base di accurate analisi dei bisogni dei consumatori, sono i principali obiettivi della cooperativa per il prossimo anno: «Si sono rivelati molto utili gli incontri avuti con i consigli di delegazione che in alcuni casi, come nel quartiere Cige di Begato, si sono risolti con il nostro intervento, coronato da successo, in zone sino ad allora mal servite dalla distribuzione commerciale — afferma il direttore della Co.De.Ge, Alfredo Rossi —. Ma oggi la nostra azienda è arrivata ad una svolta: deve decidere quali ruoli svolgere e quali spazi occupare, compatibilmente con le sue dimensioni. Molto dipenderà dalla possibilità di finanziare la nascita di nuove imprese: per questo è allo studio la costituzione di una apposita società finanziaria, capace di sostenere gli investimenti ma anche di realizzare una avanzata politica di formazione del «quadri». Il mercato è in rapida evoluzione, non aspetta nessuno. E ad un mercato completamente nuovo bisogna saper rispondere con un venditore completamente nuovo, nella mentalità come nella padronanza delle tecniche più avanzate e nella sua identità professionale. Ciò significa gestione moderna, competitività, politica di immagine ma soprattutto offrire i prodotti giusti al miglior prezzo possibile. In altre parole, saper essere più che mai sensibili alle esigenze del consumatore».

Pierluigi Ghigini

Dall'Inalca di Castelvetro

Un hamburger fresco, gustoso al posto giusto



MODENA — Per conoscere la storia della carne in Italia, di una bistecca o di un hamburger, c'è un solo modo: parlare con Luigi Cremonini di Castelvetro. È lui l'incontrastato leader della Inalca, la più grande azienda italiana di macellazione e distribuzione carni. Qui si lavora a un ritmo di 80 capi bovini all'ora; un traffico intenso che comporta lo smistamento e la consegna di diecimila capi di bestiame la settimana. L'organizzazione di Cremonini (che è ovviamente il principale fornitore Conad del settore) è attualmente in grado di rifornire tutte le macellerie e gli spacci di carne del territorio, isole comprese, e di soddisfare le richieste sempre più numerose di acquirenti stranieri, del Nord Europa come dell'Africa e del Medio Oriente. All'Inalca fanno capo 30 aziende consociate che operano nel settore della carne e del fast-food: 2.700 sono i dipendenti; il fatturato ha raggiunto i mille miliardi.

Il successo di Cremonini è dovuto a due grandi idee-base. La prima, è di aver capito che la carne andava consegnata ai rivenditori (agli 80 mila macellai e supermercati italiani) in porzioni pronte per il consumo, e sull'inventario, e al consumatore di non pagare i ricarichi d'esercizio. La seconda idea, quella che oggi è di grande attualità, è l'hamburger: è nutriente, appetibile e costa poco.

«Hamby» — questo è il nome coniato da Cremonini per il suo prodotto — è spalla di bovino macinata, magra al punto giusto, pressata e ricompasta in formato standard di 80 - 100 - 150 grammi. «Per inserirsi sul mercato con una proposta diversa dalla solita fetlina — dice Cremonini — bisogna offrire un hamburger che abbia gli stessi requisiti di tenerezza, sapore e semplicità in fatto di cottura. Perciò deve essere fresca, mondata di nervi e tendini, senza conservanti di alcun genere».

Il sempre minor tempo a disposizione della cucina, per l'accresciuto numero di donne lavoratrici e per le modificazioni intervenute nel mondo del lavoro, ha dato slancio al consumo dell'hamburger — in casa come nel fast-food — divenendo costume di vita, un modo disinvolto di consumare il pasto di mezzogiorno. L'Inalca ha investito decine di miliardi negli impianti per la produzione di hamburger (ha una capacità di 1 milione di «Hamby» al giorno) e rifornisce attualmente l'80% del fast-food d'Italia. Da qui all'acquisizione dei punti vendita il passo è breve. Così l'Inalca si è prima impadronita del «Burghy», quindi di una serie di paninerie rilevate dalla «Sme» (moltiplicate poi nelle mani di Cremonini) e infine ha lanciato i locali «Italy and Italy», originalissimi self-service che conciliano spaghetti, hamburger e verdure miste con ambienti di un certo tono e raffinatezza. Insomma, un impero della ristorazione gustosa e veloce. E con gli hamburger in Italia si è ancora agli inizi.

LA COSTAN E IL CONAD

Nel 1969, quando ci incontrammo per la prima volta con il Direttore Generale del Conad ed alcuni suoi collaboratori, le loro uniche credenziali che venivano date a noi, allora possibili fornitori, erano entusiasmo e determinazione per il raggiungimento di un programma ancora non ben delineato.

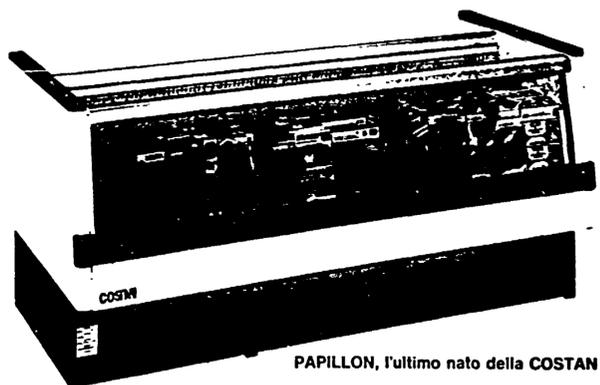
Sulle basi di tali credenziali e sulla fiducia che si stabilì fra gli interlocutori di quel primo incontro, si è sviluppata quella collaborazione che da allora ci vede in senso assoluto come primi fornitori di banchi e celle frigorifere del Conad e del Conarr.

Con il Conad-Conarr, così come con cooperative, altri Gruppi di Acquisto, Unioni Volontarie e Grande Distribuzione, la nostra collaborazione ha visto evolversi, negli ultimi 15 anni, programmi di espansione numerica qualitativa e organizzativa.

Noi, con loro siamo cresciuti passando da poco più di 2000 banchi nel 1969 a ben oltre i 25.000 attuali. Abbiamo prodotto modelli nuovi di banchi e impianti ad alta riduzione di costi energetici, abbiamo optato decisamente per elevati livelli qualitativi, sviluppando contemporaneamente una rete di assistenza tecnica in campo nazionale all'altezza della migliore e più esigente clientela.

Oggi siamo leader indiscussi in Europa nel settore della refrigerazione commerciale; negli altri continenti la nostra presenza è forte e riscuotiamo profonda stima per la qualità dei nostri prodotti e la serietà della nostra politica commerciale.

Noi della Costan non possiamo che guardare con profonda riconoscenza a quelle organizzazioni e aziende nel settore della distribuzione alimentare italiana, che hanno permesso il nostro rilevante sviluppo in Italia e la conseguente proiezione all'estero; ad esse rivolgiamo il nostro grazie per averci sempre spronati, sicuri di aver contraccambiato, con un attento e costante lavoro, la fiducia che da loro abbiamo ricevuto.

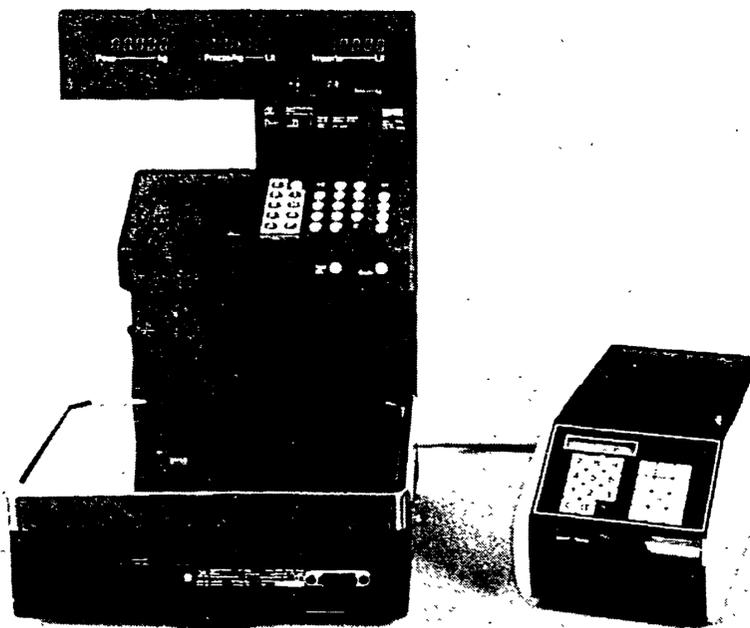


PAPPILLON, l'ultimo nato della COSTAN

COSTAN
REFRIGERAZIONE

COSTAN SpA 32020 Limana - Belluno

Precisione per tradizione SAUTER "LK/PRL"



La tradizione continua...

La METTLER STRUMENTI srl, che distribuisce la "LK" si è costituita nel luglio '85 allo scopo di unire, nel mercato italiano, i prodotti METTER e SAUTER sotto un'unica struttura di distribuzione, assistenza e consulenza per entrambi i marchi. La METTLER STRUMENTI srl, con sede a Novate Milanese, si propone oggi, in Italia, come l'azienda in grado di rispondere con il più avanzato apporto tecnologico alle esigenze dell'Industria e del Commercio, nel campo delle bilance elettroniche di precisione e dei sistemi integrati di pesatura.

Un'azienda, quindi, che risolve i problemi di pesatura, dando la giusta soluzione alle esigenze dei clienti.

METTLER STRUMENTI srl
Via Vialba 42/44 - 20026 Novate Milanese - Tel. (02) 3566825 - Telex 315078

* La "SAUTER LK" è, finora, l'unica bilancia da banco con rilevamento peso a compensazione elettromagnetica.

