

Il segreto di un successo

Tortellini e ravioli a lunga conservazione si affermano negli Usa

MILANO — Gli ultimi accertamenti Nielsen — Istituto Internazionale specializzato nel rilevare l'entrata e l'uscita delle merci dai negozi — hanno confermato il primato dei prodotti Monder (fornitore Conad) nella distribuzione organizzata.

Il merito di questo successo va ricercato, oltre che nell'efficienza commerciale, nella politica della qualità da sempre perseguita dall'azienda di Peschiera Borromeo. La Monder, infatti, si rese conto con provvidenziale tempismo che il mercato dei tortellini e dei ravioli a lunga conservazione avrebbe avuto un futuro solo riuscendo a ricalificarne la produzione, seriamente compromessa dalla «disinvolatura» di certi produttori. A prima vista poteva sembrare un obiettivo facile, ma in realtà per raggiungerlo ci voleva una solida azienda disposta ad affrontare investimenti finanziari molto rilevanti per l'ammmodernamento degli impianti e ad impegnarsi ad eliminare completamente le sostanze conservanti e ad utilizzare solo le migliori materie prime. Ecco i segreti qualitativi dei prodotti Monder, che raggiungono una conservabilità di 12 mesi esclusivamente grazie alla disidratazione, e cioè alla sottrazione di umidità tramite il lento transito in modernissimi essiccatoi dinamici. Tutta la lavorazione,

del resto, è completamente automatizzata a garanzia dell'igiene più assoluta.

È stato proprio il perfetto funzionamento della linea di produzione e la scrupolosa osservanza delle norme igieniche che hanno fatto includere la Monder nella ristrettissima rosa di tre aziende modello del Nord Italia, oggetto di una rivista di studio effettuata recentemente da una commissione scientifica della Cee.

I consumatori hanno dimostrato di apprezzare, oltre all'aspetto qualitativo, la comodità e la praticità di poter fare buone scorte casalinghe di tortellini e ravioli senza doverli consumare tutti e in fretta, riducendo così il numero degli atti d'acquisto e la relativa perdita di tempo.

Dal canto loro, anche i negozianti hanno particolarmente apprezzato il vantaggio distributivo derivante dall'essiccazione, che consente di evitare trasporti speciali con automezzi refrigeranti.

Oggi la Monder esporta i suoi tortellini e ravioli a lunga conservazione in tutta Europa e nel Nord America. La conferma della sua qualità superiore è suggellata proprio dal successo ottenuto negli Stati Uniti — Paese notoriamente rigidissimo e intransigente in fatto di qualità — dove ha cominciato a distribuire i suoi prodotti fin dal 1979 e dove detiene la più alta quota del mercato.

E il personale? Lavoro qualificato professionalità



Sono 750 le «MUV» (moderne unità di vendita) interessate dall'aggiornamento - Giorgio Papaleo spiega come funzionano i «master»

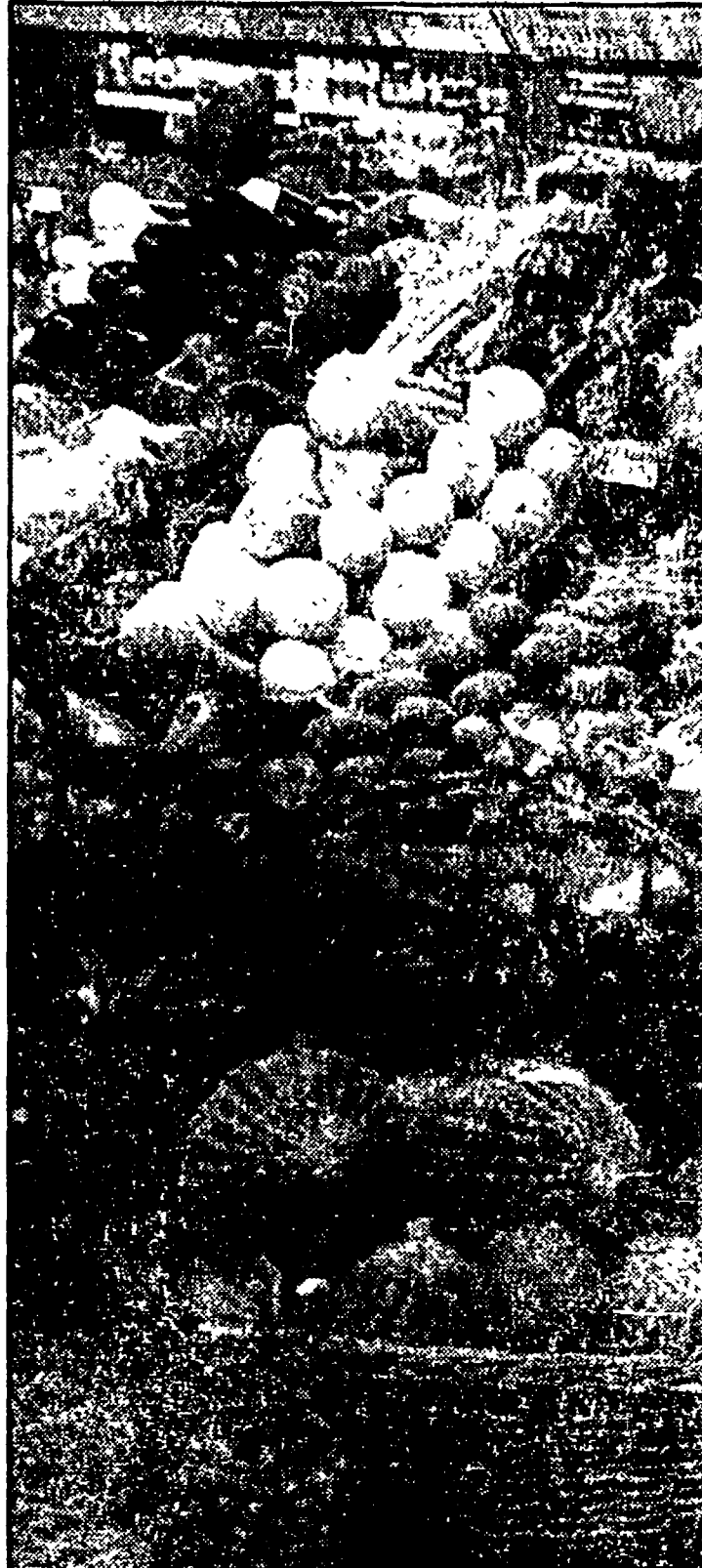
BOLOGNA — Si chiama «gestione delle risorse umane» e il termine comprende una ricca serie di funzioni all'interno del Conad. A partire dalla formazione del personale interno al consorzio, fino alla consulenza alle cooperative per risolvere tutti i problemi della formazione professionale. Quello che diversifica il Conad da tutte le altre realtà del panorama distributivo italiano, è l'attenzione che esso dedica alla professionalità dei suoi soci e collaboratori. Infatti, la struttura del sistema associativo prevede, all'interno della rete, nella gestione del singolo supermercato, la presenza di soci e di dipendenti. Questo mix è molto particolare, e occorre molta attenzione sia a rendere i soci, quasi sempre abituati a gestire individualmente la propria attività all'interno di un negozio tradizionale, capaci di cooperare con gli altri, sia a rapportarsi in modo efficace coi dipendenti. All'interno del Conad, è Giorgio Papaleo il responsabile della gestione delle risorse umane. «Noi offriamo alle cooperative e tramite quelle, alla rete, un servizio di consulenza sulla gestione di ruolo da parte degli operatori. Infatti, il socio che passa dalla gestione individuale del piccolo negozio a quella associata del Muv (moderna unità di vendita - negozio che comprende superfici diverse; a partire dai 200 metri fino al grande supermercato) deve abituarsi sia a cooperare che ad assumersi responsabilità precise, in modo tale che la gestione decisionale non venga troppo frammentata.

Attualmente sono 750 i Muv interessati all'aggiornamento e alla preparazione del personale, sia esso socio (sono 13.000) sia dipendente.

Il tipo d'intervento operato dall'equipe coordinata dal dott. Papaleo si amplia con un'attività di formazione professionale indirizzata direttamente alla rete. Si tratta dei cosiddetti «master» che il Conad organizza da due anni con crescente successo. Si tratta di corsi coordinati dalla dr.ssa Bergonzi, indirizzati alla formazione dei direttori di punto vendita, destinati a giovani disoccupati e realizzati col contributo delle pubbliche amministrazioni e del Fondo sociale europeo presso i centri di formazione professionale

dei principali capoluoghi. Alla fine dell'anno, ai giovani che hanno partecipato al master viene garantita l'assunzione nelle strutture della rete Conad. Il corso si pone l'obiettivo di dare ai giovani gli strumenti per interpretare il mercato e per gestire autonomamente il punto vendita. Durante il corso vengono trattati i temi dei sistemi di vendita, le tecniche per incrementarle, il controllo dell'andamento vendite, l'organizzazione del lavoro e la gestione del personale. Commercio, amministrazione e marketing sono quindi i temi principali del corso annuale. A fianco di questo, il Conad organizza corsi specialistici per la preparazione degli addetti alle carni e per banconieri salumi e latticini, di durata più breve. «Accanto a tutto questo — spiega il dott. Papaleo — cerchiamo di diffondere e di allargare il «pacchetto formativo» gestito direttamente da noi, in modo che anche dalle singole cooperative vengano espresse figure professionali di gestori delle risorse umane. Tendiamo infatti ad allargare territorialmente il modello, estendendo almeno alle 4 principali cooperative aderenti al Conad. Ci sono infatti diversi servizi di cui noi, come struttura centrale, dobbiamo occuparci, tra cui lo sviluppo quadri per la formazione di dirigenti cooperativi nei vari settori.

Si tratta, come si vede, di un'attività complessa e anche finanziariamente impegnativa. D'altronde, la distribuzione oggi, e in particolare quella Conad che punta sul servizio come componente fondamentale dell'attività commerciale, richiede che vengano attivate professionalità precise. Saperne come disporre la merce sui banchi di un supermercato, rende di più che avere alti margini tra acquisti e vendite. Inoltre, le innovazioni che stanno entrando nei supermercati — moneta elettronica, passaggio ordini via terminale, e così via — implicano altresì un aggiornamento continuo di tutta la forza vendita dell'impresa Conad. In questo momento lo sforzo per la preparazione di personale attento al quadro generale del settore distributivo impegna l'azienda, che cerca in questo modo di ringiovanire e rendere sempre più efficiente la gestione degli operatori.



Con l'Aica, nei mercati e negozi Conad sempre prodotti agricoli freschi e controllati

L'Aica è il primo fornitore Quanti affari con le coop agricole! La ragione c'è

Vendite per settore (in miliardi di lire)	1984	1985	1986 (prev.)
Carne bovina	11,2	11,1	14,5
Carne suina	4,1	4,8	4,5
Salumi	23,1	26,8	29,4
Vino	4,8	5,3	5,7
Lattiero-caseari	39,7	44,3	47,6
Cons. veg. succhi	0,5	1,2	1,8
Pasta-far.-riso-pane	7,8	8,7	8,7
Avvicinico	0,6	0,5	0,5
Ortofrutta	4,4	4,1	3,5
Totale	96,2	105,9	116,2

Aica, il consorzio nazionale delle cooperative agricole della Lega, rappresenta nel comparto alimentare un gruppo di oltre 50 aziende di trasformazione e di circa 100 cooperative ortofruttili di produzione e lavorazione che nel 1985 ha realizzato un fatturato globale di 2510 miliardi.

Per il gruppo, Aica, con particolare attenzione alla grande distribuzione e al dettaglio associato, organizza l'offerta e promuove l'attività di vendita, in Italia come all'estero.

Il rapporto commerciale tra Conad e Aica si è ben consolidato in quasi vent'anni di stretta collaborazione e si concretizzerà quest'anno in un fatturato superiore ai 115 miliardi.

La quota di Aica per settore omogeneo sul fatturato Conad nel 1985 è stata pari al 21%, il che qualifica Aica

primo fornitore globale. Questa quota, però, si differenzia notevolmente nei diversi settori.

Nel vino, ad esempio, ove opera con un'ampia gamma di offerta il Coltiva, supera il 60%. Nei salumi raggiunge il 46% con Ciom e Acin primi e qualificati fornitori.

Nel delicato settore delle carni bovine sfiora il 24%, in quello delle sultine fresche va oltre il 42% e qui il Conazo, per qualità e servizio, si è affermato fornitore affidabilissimo.

Per gli altri prodotti, al contrario, il rapporto stenta a crescere ed è necessario ricercare rapidamente un dialogo che permetta di appianare le incomprensioni sedimentate nel tempo.

Il settore del trasformato vegetale può, al riguardo, venire assunto ad esempio: qui dopo alcuni anni di notevoli difficoltà si è ricercato il dialogo che ora vede soddisfazioni sia al cliente, sia al fornitore.

«Ma — come ha affermato Mario Tampieri, presidente di Aica — non possiamo essere vissuti dalla cooperazione dettaglianti come semplici fornitori di prodotti. Dobbiamo soprattutto costruire assieme strategie, si commerciali, ma mirate a garantire il consumatore e, nel contempo, il produttore agricolo e il distributore: compito non facile, ma sul quale si deve ritrovare l'impegno congiunto di Aica e Conad».

La cooperazione agro-alimentare, d'altra parte, persegue da sempre la realizzazione di una offerta di prodotti a costante elevato standard, che offra nel contempo sicurezza sull'origine delle materie prime, ottenuta grazie ad un rapporto sempre più stretto e qualificato con il socio agricoltore. Una garanzia, quindi, a ciclo completo, dalla materia prima al prodotto finito; un «vantaggio» che pochi fornitori sono in grado di offrire.

Vi sono perciò le condizioni per portare avanti un rapporto tra la cooperazione agricola e quella dei dettaglianti con contenuti nuovi, fondati sulla programmazione e sull'impegno per un miglior modo di produrre, distribuire, consumare. Un rapporto, un obiettivo che richiede un comune sforzo di volontà da parte di Conad e Aica.

Le principali cooperative aderenti settore per settore

- 1 - Carni fresche e salumi**
580 miliardi di fatturato
CONAZO - Reggio Emilia
ACM - Reggio Emilia
CIAM - Modena
CCM - Modena
CMC - Bologna
CIC-ZOO - Perugia
COMACAR - Ravenna
MCLC - Mantova
CONS AMIATA - Grosseto
Marchi principali
ASSO - CIAM - AMIATA
- 2 - Polli, conigli e uova**
95 miliardi di fatturato
CAR - Reggio Emilia
CAM - Modena
CUNICOOP - Bologna
CIC-ZOO - Perugia
COVECO - Padova
COMER - Bologna
CUNEO POLLI - Cuneo
COPUA - Forlì
CIA - Treviso
Marchi principali
ARCO
- 3 - Vino**
200 miliardi di fatturato
(vino imbottigliato)
COLTIVA - Modena
CANTINE RIUNITE - Reggio E
- 4 - Olio**
55 miliardi di fatturato
CIOS - Firenze
Marchi principali
OLIVETA
- 5 - Conserve vegetali**
145 miliardi di fatturato
SUCOR - Bologna
COREPA - Salerno
CONCOPAS - Salerno
ALICOOP - Perugia
CORI - Bologna
Marchi principali
ARRIGONI - PARMASOLE
I NOSTRI FRUTTI
DAI - LA ROMANELLA
- 6 - Latte, burro e formaggi**
630 miliardi di fatturato
CERPL - Bologna
GIGLO - Reggio Emilia
CRLV - Novara
Marchi principali
GIGLO
GRANAROLO/FELSINEA
FIORDALBA
VERBANO
- 7 - Pasta, farina e pane**
180 miliardi di fatturato
CORTICELLA - Bologna
CPCA - Reggio Emilia
APCA - Modena
APCA - Bologna
AMELIA - Terni
Marchi principali
CORTICELLA
LE TRE GRAZIE
- 8 - Ortofrutta fresca**
330 miliardi di fatturato
100 cooperative di produzione
20 centri di raccolta e refrigerazione distribuiti in tutte le regioni italiane
Marchi principali
AICA
CORER
APO

BIRRA
CECOSLOVACCA
BUDWEISER
BUDVAR

In vendita nei negozi e supermercati
CONAD e COOP ITALIA

mec roll & fiscal mec
SONO DISTRIBUITI DA

Centro Forniture
srl
CARTA - CANCELLERIA - DIDATTICO

Forniture privilegiate per uffici
Enti - scuole - aziende cooperative
Convenzionato CONARR
Fornitore uffici CONAD

Via De Giovanni 22/B
40129 BOLOGNA
Telefono (051) 372460

1932
viene fondata in Imola la Società Cooperativa C.E.F.L.A.

Le grandi qualità umane, unite alla grande esperienza, hanno permesso alla C.E.F.L.A. di imporsi nel mercato italiano e mondiale con i suoi tre settori di attività:

- Impianti automatici verniciatura legno
- Sistemi di essiccazione vernici a raggi ultravioletti, infrarossi e ad aria calda
- Forni di essiccazione in linea, verticali e multipiani
- Impianti di condizionamento, riscaldamento idraulici civili ed industriali. Impianti con fluidi di processo industriale. Impianti di cogenerazione, pompe di calore e recupero energia. Impianti elettrici in AT e BT e quadri sinottici. Impianti di servizio per centrali nucleari
- Arredamento per ipermercati, supermercati e negozi in genere
- Banchi cassa con o senza scanner-cash and carry
- Sale di preconfonamento
- Aree a libero servizio

cefla
Mezzo secolo di esperienza

Divisioni: impianti verniciatura - arredamento - impianti civili e industriali
C.E.F.L.A. srl
40026 IMOLA (Bo) via Selice 102 - Telefono (0542) 26540 - Telex 511118

fatta la legge, trovato l'ingombro
(solo 32 cm.)

OMRON RS11, già predisposto per la lira «pesante»

Conservare tutte le vostre vecchie abitudini, continuare a lavorare come avete sempre fatto, per voi, è molto importante per ottenere i migliori risultati dal vostro lavoro.

Per questo, RS 11 è il registratore di cassa fatto su misura per voi, perché, oltre a farvi risparmiare tempo e a dare più ordine a tutto il vostro lavoro, con i suoi 32 cm. vi crea ancor meno ingombro di quanto potevate sperare.

Con RS 11, il vostro spazio, così prezioso, è denaro. RS 11 è rapido, sicuro, facilissimo da usare. RS 11 vi dà proprio tutto quello che potete chiedere al vostro registratore di cassa, anche la tranquillità di un'assistenza sempre puntuale e completa.

OMRON
REGISTRATORI DI CLASSE

OMRON è un marchio Distribution Systems spa (ex Anker Data System) società del gruppo FINELIF 20132 Milano - via Fette, 27 - telefono 02/21588414.