

CENTO ANNI Coop IN LIGURIA

A CURA DELL'UFFICIO PROMOZIONE E P.R.



Il coraggio della Scasa

Un miliardo a rischio e al supermercato vive il quartiere

Del vecchio spaccio «Scasa» sono rimasti solo i prezzi, sempre ultracompetitivi: «Sono stati e sono tuttora la nostra arma vincente» — dice il direttore del supermercato — per attirare i consumatori in questa strada così fuori mano». Per il resto la «nuova Scasa» è davvero irricognoscibile rispetto a prima: un aspetto non solo piacevole, ma soprattutto efficiente, la merce disposta con cura sui nuovissimi scaffali, corridoi ampi per il passaggio dei carrelli, le informazioni ai consumatori chiare, e poi una possibilità di scelta molto più ampia di prima. Il tutto in un ambiente molto vivace, ma nello stesso tempo sobrio ed elegante. La «Scasa» insomma è diventata un moderno supermercato, con quasi mille metri quadri di area di vendita, una scelta vastissima di carni al taglio (mentre è stato praticamente raddoppiato lo spazio per i latticini e i surgelati) e comodi locali per le attività sociali. Lo ha fatto senza clamori: mesi e mesi di lavoro difficile per demolire e ricostruire le nuove strutture, spostare merce e uffici da un angolo all'altro dei locali di via Campasso, senza mai interrompere la vendita neppure per un giorno.

«Abbiamo chiesto molta pazienza e notevoli sacrifici ai consumatori affezionati e al personale della Scasa — dice il direttore Mario Amelotti — e abbiamo compiuto un enorme sforzo tutti insieme, perché ristrutturare (anzi direi rivoluzionare) un supermercato senza mai interrompere il servizio ai consumatori è davvero un'impresa tremenda».

«Però ce l'abbiamo fatta — afferma con orgoglio il presidente Francesco Rossi — abbiamo fatto appello a tutto il nostro coraggio: perché investire un miliardo per ristrutturare un supermercato in via Campasso ci vuole davvero molto coraggio, o forse anche un po' di incoscienza, come dicono alcuni. I primi entusiasmi risultati di questi primi mesi dopo la ristrutturazione però, ci danno ragione».

Già, il Campasso. Un quartiere appartato, quasi isolato, ai margini di Sampierdarena, all'inizio della Valpolcevera. Un quartiere disgraziato, con pochissimi servizi. «Abbiamo sempre pensato fosse nostro dovere offrire un servizio sempre migliore ai consumatori di questo quartiere — dicono i dirigenti della Scasa — per questo per anni abbiamo ac-

cumolato soldi con parsimonia, per poter tentare questo salto di qualità».

I soci consumatori più affezionati alla Scasa però non sono solo al Campasso, vengono da tutta la Valpolcevera per risparmiare sulla spesa alimentare, ma ancora di più sugli altri prodotti: casalinghi, giocattoli, televisori, piccoli elettrodomestici, abbigliamento e calzature, ecc. E tra un paio di mesi ci sarà anche un parcheggio ampio e comodo. Un'altra sorpresa di questo piccolo «miracolo» in un quartiere lontano.

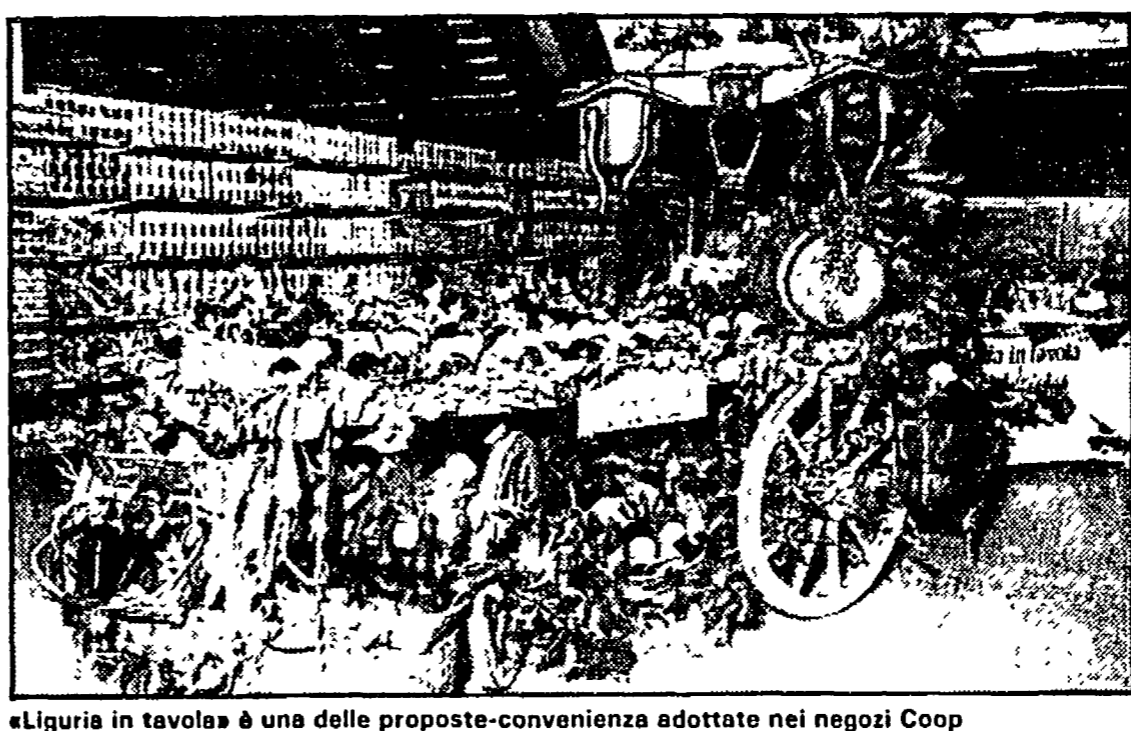
SPECIALE I numeri e il ruolo della Coop Liguria, un'azienda diventata leader Vecchio spaccio sarai «iper»

GENOVA — Quasi 260 miliardi di fatturato, oltre dieci milioni di clienti, 37 supermercati (che a inizio '87 diventeranno 38) da Ventimiglia a Sarzana: è la carta d'identità di Coop Liguria, un'azienda che negli ultimi dieci anni non solo ha saputo superare la drammatica crisi che a metà degli anni Settanta ne aveva messo in discussione l'esistenza, ma ha saputo diventare leader nella distribuzione alimentare nella regione ligure.

Leader innanzitutto nel calmieramento dei prezzi: sorpresa, nel maggio scorso, un'indagine nazionale del Comitato difesa consumatori e della Cee, ha indicato la Coop genovese di piazzale San Benigno come il supermercato più conveniente d'Italia. Leader però anche nell'immagine e nella qualità della sua offerta: il Centro Acquisti Valbisagno, a detta degli esperti, è uno dei più belli e completi della Liguria, potendo offrire ben 3.500

referenze (prodotti) che vanno dalle confezioni più a buon prezzo sino alle marche di lusso. In molti comparti alimentari — sostengono all'Ufficio acquisti Coop della sede di Arenzano — nei nostri due migliori supermercati possiamo ben affermare di avere l'assortimento più appetibile di tutta Genova. E non solo tra i prodotti cosiddetti «popolari», ma anche tra quelli di marca e di qualità: ad esempio birre estere, vini doc, frutta esotica, persino cibi macrobiotici e dietetici.

Ma quali sono i segreti di questo incredibile boom? Innanzitutto essere una cooperativa di consumatori che ha sempre cercato di fare l'interesse degli associati. Inoltre aver saputo praticare una intelligente politica degli acquisti e aver realizzato una attenta gestione economica dell'azienda, che ha permesso di realizzare utili consistenti, tutti reinvestiti per migliorare strutture e servizi.



«Liguria in tavola» è una delle proposte-convenienza adottate nei negozi Coop

La Coop Liguria — come rilevano i dirigenti dell'azienda — ha speso negli ultimi anni un bel pacchetto di miliardi per adeguare la sua rete di punti di vendita che, sino a poco tempo fa, era ancora caratterizzata dalla presenza di piccoli negozi, nati nell'immediato dopoguerra per soddisfare la fornitura di prodotti di prima necessità. È stato un processo lungo e travagliato, passato attraverso la graduale sostituzione dei piccoli negozi con supermercati sempre più grandi, con un maggiore assortimento, e quindi più convenienti e anche più belli. Un processo che prosegue anche in questi mesi, con la ristrutturazione dei punti di vendita più vecchi (ma ancora validi) e la sostituzione di quelli ormai superati.

Ma la realtà di un'azienda leader oggi è costituita anche dal ricorso sempre più massiccio alle nuove tecnologie e all'informatica. Così, per esempio, da alcuni mesi ogni supermercato è collegato via telefono al computer del magazzino centrale di Arenzano per poter richiedere in tempo reale l'invio dei prodotti da mettere negli scaffali, senza aver compilato la classica «bolla di ordinazione» da inviare in automobile il giorno dopo. Ma l'ultima grande novità è la cassa con il lettore ottico che decifra il «codice a barre» presente ormai su tutte le confezioni di prodotti alimentari. Il sistema, sperimentato prima nel nuovo supermercato di Arenzano e, nelle scorse settimane, al Centro

Acquisti Negro di San Benigno, consente alla cassiera di far scorrere la confezione davanti a un lettore ottico, senza dover «battere» il prezzo; la macchina legge il nome del prodotto e il relativo prezzo che trascrive in modo molto più chiaro dell'attuale scontrino.

Il consumatore ha il vantaggio di una maggiore chiarezza e di meno code. La Coop ha il vantaggio di poter conoscere subito, attraverso il computer, importanti dati sulla vendita, anche di un singolo prodotto; mentre si realizza un grande risparmio di tempo e di lavoro non dovendo più «prezzare» tutte le confezioni di ogni prodotto: il prezzo sarà indicato solo sullo scaffale.

Nuove tecnologie, computer ovunque, ma soprattutto servizi sempre più efficienti ai consumatori. Contrariamente a qualche anno fa, il «buon prezzo» non è più sufficiente a determinare la convenienza di un supermercato; sempre più spesso i consumatori richiedono al primo posto la qualità del prodotto e l'efficienza dei servizi. Così, ad esempio, tutti gli ultimi moderni supermercati realizzati a Cairo Montenotte, Valbisagno, Finale Ligure, Arenzano, Ventimiglia e La Spezia, non solo sono dotati di ampio parcheggio, ma col carrello si può arrivare direttamente alla propria auto. Un altro servizio molto apprezzato è rappresentato dall'introduzione, nei nuovi supermercati, dei «banchi al taglio» di carni, salumi e formaggi, dove

il consumatore può farsi servire direttamente dal macellaio o dal salumiere.

Più servizi significa ovviamente più costi e maggiori investimenti. Per la realizzazione dei tre nuovi punti di vendita di Cairo, Ventimiglia, La Spezia e di quello prossimo (previsto a febbraio) di San Fruttuoso, la ristrutturazione e l'ammodernamento di una decina di supermercati esistenti, e la costruzione del nuovo magazzino centrale, la Coop Liguria ha investito nel 1986 oltre trenta miliardi. E questo significa lavoro indotto e nuova occupazione in tutta la Liguria.

Servizi, qualità, convenienza quindi. Ma anche maggiore informazione ai consumatori, con un impegno crescente (molto apprezzato) sul piano sociale: etichette «chiare», corsi di educazione alimentare nelle scuole; riduzione del fosforo nei detersivi con una proposta di legge (sostenuta da Coop e ambientalisti) approvata nel gennaio scorso dal Parlamento; campagne continue per consigliare il consumo di prodotti di qualità. E per l'immediato futuro un'altra grande sfida: attrezzarsi per gestire bene anche i centri commerciali e gli ipermercati (con superfici di vendita di migliaia di metri quadrati) che la Coop Liguria dovrebbe realizzare (lentezze burocratiche permettendo) nei prossimi quattro anni a Sarzana, Savona e in Valpolcevera.

Cbm: dieci anni e un mare di idee

Non era facile dieci anni fa entrare nel mondo del lavoro per approfondire, dal punto di vista scientifico, problematiche ambientali. Già, dieci anni: tanti ne sono trascorsi dalla nascita della Cbm (Cooperativa di biologia marina). L'anniversario sarà a marzo '87 e per quella data la presidente Nadia Repetto e gli altri ricercatori, soci della cooperativa, si augurano che sia già a buon punto il progetto per il trasferimento della sede (con i laboratori di analisi, ricerca e sperimentazione) da Borzoli a Varazze, in un'area recentemente acquistata sul mare, dove sarà possibile creare uno «spazio aperto» per studiare «da vicino» la biologia marina, in collaborazione con quanti (Istituzioni pubbliche o private) riterranno interessante farlo.

«Sealab» (questo il nome del nuovo progetto della Cbm) si presenta quindi come un centro polifunzionale (uno spazio aperto) in cui si fa ricerca e la sperimentazione nel campo delle attività marine, ossia per sviluppare attività scientifiche e culturali orientate alla difesa dell'ambiente marino e delle sue risorse. Come? Innanzitutto il centro dovrà consentire un ulteriore sviluppo delle attuali attività della Cbm e in particolare le ricerche scientifiche per conto del ministero della Marina Mercantile. Quindi, tra gli altri obiettivi il Centro si propone di coordinare le varie attività di studio e di sperimentazione che nel settore della pesca si sono sviluppate in questi ultimi anni in Liguria. E ancora: ricerche nel campo dell'acquacoltura; mantenimento di specie ittiche a scopo produttivo; mantenimento di specie marine utilizzate a scopo sperimentale e medico da vari Istituti di ricerca.

Molto importante sarà anche lo spazio destinato alla formazione professionale, sia per tecnici (molto richiesti all'estero e per i quali manca una scuola professionale in Italia), sia per i giovani laureati che intendono specializzarsi nel settore dell'acquacoltura.

Molto interessante infine è anche il contributo che «SEA-LAB» potrebbe offrire alla nostra regione dal punto di vista didattico: lezioni di ecologia e biologia marina per le scuole dell'obbligo, visita alle vasche di sperimentazione, fornitura di materiale didattico illustrativo dell'ambiente mediterraneo e ligure in particolare.

Diversi Comuni del Ponente genovese e la stessa Università si sono già dichiarati interessati a collaborare per la creazione di questo Centro, e dal progetto originale della Cbm in questi mesi sono nate un mare di nuove idee (corsi divulgativi di ecologia marina, costruzione di un acquario pubblico, di una biblioteca del mare, di un museo storico delle attività di pesca ligure, ecc.).

Si può ben dire che ancora una volta la Cbm ha colto nel segno. Del resto tutte le attività che la cooperativa ha sviluppato, pur tra mille difficoltà, in questi dieci anni, hanno sempre prodotto nella nostra regione interessanti novità, dalle ricerche per conto del ministero della Marina Mercantile per razionalizzare la pesca nel mar Ligure; alla mappatura dell'inquinamento e dello stato dei fondali marini per conto di molti Comuni; allo sviluppo di attività di acquacoltura. E non sono mancati neppure i riconoscimenti ufficiali: dopo il ministero della Marina Mercantile e l'Università, anche il ministero della Pubblica Istruzione ha riconosciuto l'affidabilità della Cbm, concedendole lo status di «Istituto di ricerca».

**COOPERATIVA VITICOLTORI
CORONATA VALPOLCEVERA**

VINI TIPICI DELLA LIGURIA
Sede e cantina in Genova - Coronata
via monte Guano 1A - tel. 468.933

LA QUALITÀ NELLA TRADIZIONE

COOP - 45°

IMPORTAZIONE - CONFEZIONAMENTO
PRODOTTI SURGELATI

FORNITORI ESCLUSIVI
**SUPERMERCATI
COOP ITALIA**

GENOVA - MANESSENO
Via Arvigo, 20 - tel. 010/408.392
402.504 - 407.213

La **coop**scasa ha 20 anni!

- UNA PRESENZA SIGNIFICATIVA NELLA VALPOLCEVERA
- 6000 SOCI
- OLTRE 6 MILIARDI DI FATTURATO
- UN SUPERMERCATO ALIMENTARI ED EXTRA COMPLETO, RINNOVATO, EFFICIENTE DI 1100 mq

coopscasa
Via Campasso, 83r - GENOVA - Tel. 417.941 - 457.968

...Un super sempre in promozione...

COOP

VORREI CAPIRE PERCHE' LA COOP E' LA PRIMA IN ITALIA.

PERCHE' E' UNA AZIENDA CHE FUNZIONA BENE: UNA COOPERATIVA DI CONSUMATORI, TUTTI GLI UTILI SONO CONTINUAMENTE REINVESTITI: QUESTO SIGNIFICA UN SERVIZIO SEMPRE MIGLIORE E NUOVA OCCUPAZIONE. L'ANNO SCORSO LA COOP HA ASSUNTO 1.500 NUOVI DIPENDENTI, 66 NELLA SOLA ZONA DELLA COOP LIGURIA, E UN'AZIENDA CHE RISTRUTTURAZIONE ASSUMENDO E' CERTO FUORI DAL COMUNE, E LA COOP QUALCOSA DI SPECIALE HA DAVVERO; PIU' DI UN MILIONE E SEICENTOMILA SOCI A LIVELLO NAZIONALE, DI CUI BEN 145.000 IN LIGURIA E BASSO PIEMONTE.

ECCO PERCHE' LA GENTE SI FIDA.

coop
Liguria

LA COOP SEI TU. CHI PUO' DARTI DI PIU'!