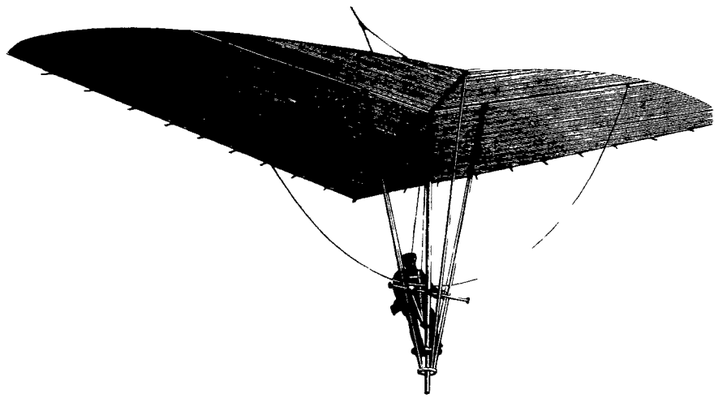
Sguardi sul futuro: 6 - Coop Consumatori

SUPERMERCATI CARICHI DI SERVIZI ECCO IL PROGETTO

La cooperativa di consumatori affronta una nuova evoluzione dopo quella che la portò all'avanguardia delle tecniche distributive: di nuovo tecnologia e risparmio hanno la loro parte



IVANO BARBERINI

LA COOP sta cambiando. Si potrebbe dire che è tutta l'esistenza che cambia e ha imparato a farlo con il coraggio delle grandi scelte in sintonia con l'evoluzione economico sociale e degli stili di vita. Negli ultimi 30 anni la Cooperazione di Consumatori ha chiuso settemila punti di vendita ma ha ampliato il volume di attività da 1488 miliardi a 5 000 miliardi a valori correnti.

Un processo realizzato con modificazioni profonde nell'impresa cooperativa progressivamente ampliata mediante processi di fusione e con innovazioni tecnologiche che hanno interessato l'intera organizzazione dalle centrali di acquisto e movimentazione della merce agli uffici ed ai punti di vendita. Vale la pena citare questi fatti come un esempio piuttosto isolato nel panorama distributivo italiano e raro nell'evoluzione della Coop dei Consumatori in Europa.

E su questa base che la Coop ha costruito i positivi risultati di questi anni e affronta i cambiamenti che stanno rapidamente manifestandosi nella realtà socio economica italiana.

Nel 1986 il volume complessivo di vendita ha raggiunto i 4 500 miliardi di lire e nel 1987 si dovrebbe superare i 5 000 miliardi. Al tempo stesso i soci sono aumentati di oltre 173 000 unità e stanno avvicinandosi ai due milioni mentre, sempre nel 1986 sono aumentati di 1 600 unità i lavoratori dipendenti.

[illegible] di sviluppo [illegible] per [illegible] assumi [illegible] e [illegible] esistenza [illegible] di [illegible] del [illegible] aperti [illegible] 1987 [illegible] 1986 [illegible] 80 [illegible]

Tutti questi le sfide che la Coop deve affrontare si presentano estremamente impegnative ed esigono una rivalutazione di alcune dinamiche profonde, modificazioni nell'assetto delle imprese e del sistema nel suo complesso.

La distribuzione commerciale è legata a mutamenti profondissimi nelle abitudini di vita e sarà sempre più caratterizzata da una concorrenza qualitativamente e quantitativamente aggressiva.

Nei prossimi 5-8 anni si avrà una grande rivoluzione nei consumi. Si prevede che entro il 2000 il consumatore avrà sulla tavola prodotti per il 50% nuovi mentre si sta manifestando in modo sempre più evidente la ricerca di prodotti naturali e il bisogno di sicurezza qualitativa.

Tutto ciò è destinato a incidere profondamente su tutto il ciclo produzione distribuzione e sollecita altresì nuovi rapporti basati sulla capacità intuitiva sulla ricerca e sull'informazione.

Un movimento di consumatori quale è la Coop impegnato concretamente a gestire imprese può assolvere ad un ruolo importante sul piano economico sociale e culturale.

Forse più come in questa fase si avverte la necessità di una gestione della cosa pubblica che sia attenta a consentire anzi a favorire le innovazioni, a stimolare le intese tra diversi soggetti finalizzate all'interesse collettivo.

Sono necessarie a questo scopo nuove misure legislative ed una loro rigorosa attuazione.

Le scelte di sviluppo della Coop tendono a cogliere seriamente le esigenze dei consumatori per quanto concerne il potere di acquisto la tutela della salute e dell'ambiente la difesa del risparmio la gestione del tempo libero.

Una significativa novità in questa direzione è costituita dalla promozione di centri commerciali entro i quali la Coop è impegnata a gestire direttamente per mercati di medie dimensioni.

Si tratta di una tipologia distributiva sostanzialmente nuova per l'Italia ma ampiamente sperimentata in altri Paesi europei in grado sia di stimolare la partecipazione di un consistente numero di operatori piccoli e medi sia di fornire un servizio ampio ai consumatori.

Le prime esperienze cooperative di gestione di centri commerciali e ipermercati decolleranno entro la primavera del 1988.

Tutte le maggiori coop di consumatori sono direttamente e congiuntamente impegnate in [illegible] tempi [illegible] di [illegible] [illegible] necessità [illegible] strumenti [illegible] cooperativi.

[illegible] di sviluppo [illegible] costituisce [illegible] opportunità multimilionarie [illegible] livelli intersettoriali. Infatti è proprio nel settore dei servizi [illegible] nella distribuzione organizzata e nello specifico la Coop oltre che creare occasioni produttive e di costruzioni edili può svolgere un ruolo molto significativo con redditività diretta ed indiretta.

Si pensa all'accettazione ma anche alla creazione di carte di credito il settore delle agenzie di assicurazione a quello della consulenza per i prodotti finanziari alle agenzie di viaggio alla informazione dietetica.

Si tratta soltanto di alcuni esempi delle possibilità di allacciare rapporti più stretti fra i diversi settori in cui è presente la cooperazione ampliando contemporaneamente l'offerta di servizi ai consumatori.

Saper cogliere i cambiamenti e produrre innovazioni sono aspetto innanzitutto condizioni di sopravvivenza ma anche opportunità di progresso e di sviluppo ●

ANCC

La cooperazione di consumatori in Italia è un antica e consolidata organizzazione creata dai consumatori per difendere il proprio potere di acquisto e la propria salute. La Coop rappresenta oggi in Italia la più grande catena di distribuzione alimentare: una presenza economica e commerciale imponente: 498 cooperative, 1 352 punti di vendita che coprono una superficie di 442 mila metri quadrati, 1 775 600 soci, 19 500 addetti, 4 mila miliardi e 492 milioni di fatturato.

La struttura attuale della Cooperazione di consumatori, è il risultato di un intenso e vivace processo di razionalizzazione e ristrutturazione delle strutture e degli assetti organizzativi e della costante evoluzione gestionale e tecnologica di cui la cooperazione di consumatori è stata protagonista negli ultimi 20 anni.

Questo processo di concentrazione e ristrutturazione ha prodotto il ridursi del numero delle cooperative e dei punti vendita, ma attraverso lo sviluppo di contenuti innovativi all'avanguardia nel settore: ha prodotto una crescita notevole nel giro di affari: una capacità occupazionale considerevole e una base sociale imponente.

Il protagonista determinante dell'impetuosa crescita della Cooperazione di consumatori, e senza dubbio il gruppo delle 18 maggiori cooperative che è vero e proprio «sistema di imprese coop», impegnano il 79% degli addetti, aggregano il 79% della base sociale e realizzano l'80% delle vendite coop.

La moderna rete di vendita della Coop si presenta con delle strutture sempre più moderne e di ampie dimensioni con una tipologia che in corrispondenza alle diverse realtà socio economiche, risulta imperniata sul mercato alimentare e su quello integrato con extra alimentari.

Con tali strutture la Coop si propone l'economicità della gestione, il contenimento dei prezzi, la completezza del servizio.

L'espansione della Cooperazione di consumatori nel centro sud fondamentale obiettivo politico degli anni 80 si basa sulla costruzione di un tessuto sociale di piccole e medie imprese per la realizzazione e gestione di una rete di vendita basata prevalentemente sul discount.

I piani generali di sviluppo della Cooperazione di consumatori, si proiettano fino al 1990 e i solidi risultati raggiunti ne attestano la serietà.

L'ultimo esercizio, il 1986, ha visto un incremento delle vendite di oltre il 13 per cento, l'apertura di 25 negozi con l'aumento dell'area complessiva di vendita e dell'occupazione di 1 603 unità.

Nel piano di sviluppo fino al 1990 è prevista la realizzazione da parte delle 18 maggiori cooperative di 69 nuove strutture di vendita, pari a 139 mila metri quadrati di area di vendita (di cui 25 già attuate nel 1986) e comprendenti 23 supermercati, 31 supermercati integrati (food e non food) 9 iperette.

La parte più innovativa di questo programma è [illegible] di centri di [illegible] medie dimensioni [illegible] centri commerciali [illegible] sviluppo cooperative [illegible] significa anche [illegible] all'aumento della base [illegible] con i 1 775 600 soci la Cooperazione di consumatori qualifica come una grande organizzazione di massa consumatori.

L'EFIM LA BUTTA A COOP LA RISANA

PAOLO SALETTI

GENOVA — I migliori e più costosi sigari del mondo fumano dagli artigiani cubani sono vestiti a Genova. Le bibite dall'alluminio litografate a opulenza liberty sono prodotte da una cooperativa dell'alta Val Polcevera. E così succede a cosmetici francesi dentifrici stacchi medicinali italiani e prodotti ed esportati dai duplisti figure azienda sana e spinsione che però secondo l'EFIM era un azienda da chiudere e buttare.

Quella dell'Aluplast è una vicenda esemplare per molti aspetti. Un tempo si chiamava il bicchificio ligure e faceva parte del gruppo pubblico dell'alluminio. Nell'ottobre 1984 l'EFIM dopo una gestione [illegible] dell'azienda decide di chiudere e manda in duecento addetti le lettere di sospensione e licenziamento dal lavoro sei settimane [illegible] non è [illegible] [illegible] Sette [illegible] [illegible] occupazione [illegible] quattro [illegible] giorni) la costruzione di tutte le possibili alleanze per resistere difendere il posto di lavoro. È una lotta lunga che se da un lato riesce a realizzare una forte solidarietà sociale e politica vede però assottigliarsi il campo di chi aveva deciso di resistere ad oltranza.

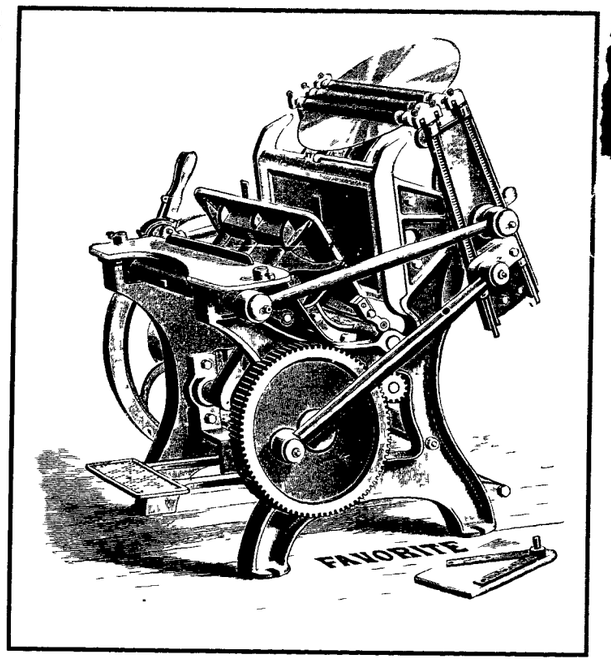
Fra gli ex lavoratori del Tubettificio si è creato un gruppo guidato da Giobatta Lanza che testardamente sostiene la fattibilità di un progetto di autogestione basato sulla consapevolezza che l'azienda ha un mercato può produrre utili. Non sono in molti a crederci anche la Lega delle cooperative come ricorda il presidente Silvano Bozzo che poi si rivelerà determinante nella riuscita dell'operazione esita per il forte rischio connesso all'iniziativa dato che si tratta di industria ad alta intensità di capitale.

Alla fine i lavoratori la spuntano. Sono rimasti in 72 fondano la cooperativa rilevano la fabbrica rimettono in funzione i macchinari e si buttano nell'impresa.

Nei primi sei mesi dell'85 ricordi Lanza attuale presidente della cooperativa abbiamo dovuto costruire una struttura commerciale ed amministrativa dal nulla perché avevamo solo una fabbrica in cui si eseguivano ordini. Poi la produzione è entrata in forza e alla fine dell'anno avevamo un fatturato di 3 2 miliardi. Nel 1986 il fatturato è aumentato a 4 3 miliardi ed abbiamo assunto una quindicina di dipendenti oltre ai 72 soci impegnati nella produzione. Per quest'anno prevediamo un fatturato di 6 3 miliardi. Il nostro problema adesso è quello della sottocapitalizzazione abbiamo bisogno di due miliardi di investimenti non bastano più i 600 milioni di capitale sottoscritto dai soci.

I risultati sono grandi anche sotto il profilo della produttività. Oggi quattro linee di produzione sfornano 200mila pezzi tanti quanto ne facevano le otto sotto la precedente gestione. I lavoratori sono riusciti a realizzarne una nuova mettendo insieme i pezzi gettati via dalla gestione EFIM «Certo commenta uno dei soci ci siamo fatti un mazzo così ma per noi e i nostri figli».

La vicenda dell'Aluplast è anche diventata oggetto di studio. Giorgio Gasparetti docente di direzione aziendale alla facoltà di economia e commercio di Genova ha dedicato alla lotta ed alla trasformazione di operai in manager un libro uscito proprio in questi giorni per le edizioni Franco Angeli ●



celcoop
software - telematica
elaborazione dati

SEDE CENTRALE 48100 RAVENNA VIA S CAVINA 7
TELEFONO (0544) 462 592
TELEX 550164 CELCRAI

FILIALI 40124 BOLOGNA VIA CASTIGLIONE 27 - TEL 051/264 567
00198 ROMA VIA DALMAZIA 29 - TEL 06/855530

AZIENDA GENERALE DI INFORMATICA

Oltre 1500 tecnici specializzati per affrontare e risolvere le problematiche organizzative gestionali contabili

CELCOOP offre i seguenti servizi

- Per gli Enti Pubblici Regioni, Comuni, Amministrazioni Provinciali, Unità Sanitarie Locali, Aziende Municipalizzate
- Per le aziende edili
- Per le aziende dei settori. vitivinicolo, ortofrutticolo, lattiero-caseario
- Per le aziende industriali, commerciali, di servizio

Consulenze organizzative E D P per Aziende private ed Enti pubblici Progettazione realizzazione e manutenzione di sistemi informativi destinati ad essere gestiti dal Centro di Elaborazione Dati del Cliente o da quello CELCOOP Fornitura di sistemi «chiavi in mano» completi di procedure e programmi Formazione e addestramento degli Utenti sui sistemi informativi realizzati dalla CELCOOP

CONCESSIONARIO PERSONAL COMPUTER

IBM Personal Computer

CONCESSIONARIO SPERRY