

Centro storico gran mercato

Il centro storico di Modena, Piazza Grande e la Via Emilia, costituisce il cuore antico del commercio cittadino. Animato dalla mensile fiera antiquaria, vi sorgono le botteghe storiche, come quella della prima salumeria Fini, insieme alle boutiques di moda. Intanto, alla periferia, nasceranno

i tre centri commerciali integrati che daranno alla città il volto del futuro, con ipermercato, piccoli negozi e servizi. Alla città ha pensato anche il suo più famoso cittadino: nei giorni scorsi Enzo Ferrari ha regalato la sede della sua prima officina. Diventerà un parcheggio per cinquemila macchine.

PATRIZIA ROMAGNOLI

Lo stile di consumo di Modena è quello di una città ricca. Lo dimostrano le vetrine che si affacciano sulla Via Emilia, in cui gli operatori, pagando senza batter ciglio affitti annuali di un milione l'anno al metro quadro, offrono abiti di gran firma, videoregistratori sofisticati, e nei bar, aperitivi fantasiosi insieme alla tradizionale "orta Barozzi": da mille calorie al grammo. È proprio qui, tra questi piccoli imprenditori del commercio, che abbiamo trovato il signor Paolo Meraviglioli del caso: è in un bar su Piazza Grande, in cui a mezzogiorno aggira il divieto di vendere pasti e quindi di usare piatti, avvolgendo in porzioni di lasagne o di risotto in una foderina di pane da toast. Ufficialmente il cliente mangia un panino, mentre in realtà si rifocilla con un pasto completo... Un modo un po' buffo di rispondere a nuovi bisogni, in veste molto più ufficiale, è il Comune che pensa ai nuovi bisogni della città. Dice l'assessore al commercio, Maurizio Masetti: «La realtà distributiva di Modena è relativamente moderna e avanzata. C'è molta voglia di rischiare, e nessuno si tira indietro. Col piano urbanistico commerciale, che scadrà nell'89, abbi-

mo varato tre centri commerciali integrati, e le forze locali per attivarli, con una bella corteo per dirottare una parte della periferia. Molti si sono chiesti come si trasformerà l'attuale rete quando saranno attivi centri così grandi. Ritengo che la grande distribuzione avesse bisogno dei nuovi spazi per ammodernarsi, mentre i piccoli negozi abbiano creduto molto nell'idea dell'aggregazione. I problemi aperti, piuttosto, riguardano il centro storico: a Modena il centro è, come in tutte le località grandi e piccole della pianura padana, il pezzo di via Emilia su cui poggia la piazza principale. A Modena lo è tanto che il Comune sta studiando una serie di percorsi aggiuntivi nel centro per dirottare una parte del flusso commerciale sulle piccole deliziose stradine che formano il reticolo dietro la via Emilia. Sono qui le botteghe più antiche, come quella della salumeria Telesforo Fini, caspiglipe della fortuna della famiglia, oppure la drogheria Giusti o il bar Molinari. Ma Piazza Grande resta sempre il cuore della città. E' qui che ogni ultimo sabato e domenica del mese si svolge la Fiera Antiquaria, un appuntamento

per tutti gli amanti di antiquariato, modernariato e paccottiglia, a prezzi buoni e cattivi, con l'obbligo di trattativa degna di una vera Cashah. Modena è avanzata città di servizi ma anche città di contadini: quattrecento venditori ambulanti fanno talmente tanti affari che continuano a chiedere nuovi spazi all'amministrazione comunale. E non è un caso, visto che da soli coprono il venti per cento del

fatturato commerciale che si produce tra città e provincia. Per adeguare la città a centro efficiente di commercio, è fondamentale la struttura urbanistica e del sistema parcheggio. Nelle scorse settimane è stato un grande concittadino, Enzo Ferrari, a donare personalmente la sede della sua prima officina dove iniziò la sua attività nel 1923 se ne farà un parcheggio da 500 posti che darà grande respiro alla prima periferia.



Architetture ardite nei centri commerciali

Lo sviluppo del settore terziario a Modena, in particolare per quanto riguarda quello tradizionale, ossia il commercio, si fonda su una situazione economica complessiva senz'altro favorevole. Modena è città ad alto reddito procapite, con un'alta quota di occupazione femminile e orientata a concentrare i servizi. Dalle tabelle economiche fornite dalla Camera di Commercio, relative al settembre '87, emerge che la dinamica delle vendite delle cooperative di consumo, quindi quella relativa ai grossi supermercati, è superiore a quella della grande distribuzione nel suo complesso.

Circa i dati per unità locale, emerge che le vendite rappresentano un tasso di variazione superiore all'incremento dei prezzi al consumo (+7,9% a fronte di +4,4% dei prezzi). Il settore alimentare presenta incrementi superiori al totale delle vendite, mentre le variazioni nell'abbigliamento risultano inferiori. Tra l'altro le previsioni indicano come il fronte aziendale delle cooperative di consumo sia destinato a svilupparsi ulteriormente. La spiegazione di questa crescita va cercata nel fatto che le cooperative di consumo, come del resto le forme associative - Conad in prima linea - nel commercio, hanno puntato ormai da qualche anno sulla forma distributiva più adeguata ai tempi, ossia i centri commerciali. Al di là delle polemiche sulle assegnazioni a Coop e Conad degli ipermercati all'interno dei centri, sta di fatto che le proposte a suo tempo presentate rispondevano ai requisiti prefissati dai piani comunali di settore.

D'altronde, le due organizzazioni si sono poste in atteggiamento di collaborazione con altre realtà rispetto alla gestione complessiva dei centri. «Il nostro piano polennale», dicono alla Coop Modena, «propone l'incontro con tutti gli operatori del commercio della città e della provincia che hanno a cuore il miglioramento degli standard di qualità e di convenienza per il consumatore e la necessità di inventare modi più evoluti di vendere e organizzare il servizio». La Conad sottolinea come i centri commerciali rispondano alle esigenze di una città sviluppata e nello stesso tempo non condizionata nelle sue scelte dal puro e semplice fattore prezzo. «L'esigenza prevalente del consumatore modenese è la qualità del servizio. Per questo avranno successo quelle cittadelle del commercio, in cui vengono soddisfatte le esigenze di acquisto per prodotti di largo consumo a prezzi relativamente contenuti, e quelle di "firma", di "griffe", dovute a

un diffuso buon tenore di vita. Intanto, per entrare nei centri commerciali anche la distribuzione cosiddetta tradizionale, sta lavorando per specializzati Negozi aderenti alla Confesercenti entreranno nel primo centro in via d'apertura, il portico. C'è senz'altro un fiorire di investimenti nel settore distributivo centro storico che nulla ha di provinciale, per via di vetrine eleganti e di negozi degni di una grande città, il tutto aiutato da una struttura urbanistica che da tempo ha fatto la scelta dei centri servizi, localizzati in punti strategici della città. Il prezzo che forse si sta pagando per avere voluto Modena «città grande» nonostante la popolazione di 180.000 abitanti, è anche i prezzi al consumo sono adeguati a quelli delle metropoli. Ma bisogna sempre fare le cose lino in fondo...»



Coop, impresa efficiente per consumatori esigenti

Quasi centennale ma giovanissima la Coop Modena ha cominciato a prepararsi alla trasformazione imposta dai tempi già due anni fa, varando un piano polennale di sviluppo che la farà investire cento miliardi per l'ammmodernamento della rete. Un'operazione necessaria se si vuole mantenere e accrescere una base associativa di tutto rispetto: oltre centomila persone, in pratica un cittadino modenese su tre, o in altri termini un socio in ogni famiglia. Questo significa essere coinvolti nello sviluppo non solo commerciale ma anche sociale, conoscendo in anticipo le esigenze della gente e cercando di offrire le risposte più adeguate. Per questo Modena sarà la prima città italiana ad avere un ipermercato Coop all'interno di un centro commerciale integrato. La scelta, fatta con molto

anticipo, di puntare le proprie carte su questa formula distributiva di nuova concezione, ha portato all'apertura - prevista per il giugno prossimo - del centro commerciale «il Morano», in cui Coop Modena disporrà di una superficie di vendita di 6000 metri quadrati, all'interno di un centro attrezzato, con negozi specializzati in categoria e servizi di vario genere. Il piano polennale prevede una profonda trasformazione della rete dai 5 negozi tradizionali, 6 supermercati, 6 discount, 2 specializzati, 16 supermercati, tra il capoluogo e 20 comuni della provincia, si passerà entro la fine del prossimo anno a una struttura complessiva di 28 punti vendita, mentre la superficie complessiva, pur nella riduzione del numero dei punti vendita, aumenterà del 50%, passando da 23.000 a 36.000 metri qua-

drati. Il salto di qualità si tradurrà anche in un salto quantitativo alla fine dell'88 Coop Modena fatturava 252 miliardi: si prevede che al termine di tutta l'operazione il fatturato salirà a 427 miliardi. Merito della razionalizzazione della rete, per cui raddoppierà la superficie media del punto vendita, con la conseguenza di aumentare sia le economie di scala che la stessa convenienza per il consumatore. Si comprende oggi che non esiste più un consumatore medio, al quale rispondere con un servizio completamente standardizzato. E' aumentata l'esigenza di prodotti garantiti e appurati, in rapporto alla salute, alle diete, alle abitudini alimentari. La cultura dell'alimentazione è cresciuta e con essa la richiesta di informazioni, di genuinità, di una convenienza intesa più come

servizio che come prezzo. Per essere un'impresa di consumatori efficienti rivolta a consumatori esigenti, Coop Modena si è attrezzata con una diversificazione del servizio, sempre più flessibile e vario: non basta il libero servizio, un carrello, una cassa in uscita per soddisfare l'esigenza di una spesa personalizzata. Per questo, nei supermercati e nell'ipermercato prossimo venturo, il consumatore trova servizio a banco, a peso, la gastronomia, la stessa frutta e verdura, con la possibilità di essere ascoltato e consigliato. E in più altri servizi, come la moneta elettronica, di prossima prova di quanto e quale spesa si riuscirà a soddisfare con i primi due. Modena ha appena 180.000 abitanti, e anche in provincia risulta sia stata individuata l'esigenza di altri centri commerciali: quello a noi appena assegnato sarà un Centro commerciale intermedio, con capacità di attrazione sovramunicipale, con un rapporto tra grandi superfici (5000 mq. di area di vendita) e negozi specializzati (4500 metri quadri) equilibrato per questo tipo di struttura. Altro elemento importante prosegue Tassone - è la previsione di 2.500 mq. di super-

ficie d'esercizio per attività artigianali di servizio e per aree destinate al divertimento e alla cura della persona. Accanto a ciò vi sono in progetto locali destinati a servizi pubblici e a uffici di quartiere. Da ultimo va sottolineato il fatto che la realizzazione della parte commerciale sarà effettuata con la concentrazione di esercizi commerciali esistenti per un totale di superficie molto superiore e quello richiesto dalle norme del piano commerciale. Aggiungo infine che l'organizzazione Conad a Modena ha realizzato in passato 25 supermercati con la contemporanea chiusura di oltre 100 esercizi tradizionali contribuendo in modo determinante all'ammmodernamento della rete distributiva, rendendo protagonisti gli attuali operatori locali.

Si prepara ad affrontare la realizzazione del centro commerciale «Morano» Conad, per ampliare la rete il segreto è nel servizio

Vent'anni di attento lavoro, di analisi e ricerche per fare del Conad di Modena una realtà al passo con le esigenze della collettività. Qui ogni sforzo innovativo ed ogni scelta d'avanguardia sono gestite in funzione di una maggiore possibilità di scelta da parte del consumatore. Un servizio che si esprime in termini di qualità, di genuinità, di comodità e di convenienza d'acquisto. La politica di sviluppo e trasformazione della rete distributiva associata del Conad prevede grandi innovazioni e nuove realtà. Per i prossimi anni è stata pianificata in Modena e provincia l'apertura di nuovi supermercati, ipermercati e superperci, per una superficie complessiva di vendita di 10.000 metri quadrati. Que-

sta cifra rappresenta un incremento di superficie, programmato entro l'89, pari al 38%, nonostante sia prevista la chiusura di quaranta punti vendita tradizionali. Tra l'altro il Conad di Modena è interessato alla zona veronese, in cui prevede di acquistare nuove quote di mercato attraverso la creazione di una moderna rete di vendita associata. Uno dei compiti di Conad Modena è la qualificazione del personale, finalizzata alla conduzione manageriale dell'intero sistema, senza contare i nuovi arrivi nei quadri della gestione dei punti vendita. Si prevede infatti un incremento occupazionale pari a 200 unità, particolarmente importante in una fase comunque recessiva almeno nei settori primario e secondario.

«Per noi è molto importante dare dei servizi alla clientela anche per questo abbiamo bisogno di buone capacità professionali», dice Giuseppe Tassone, della direzione. «Per adeguarci al cambiamento del consumatore abbiamo predisposto nuove strutture di vendita, strategicamente collocate sul territorio». Per questo motivo il Conad si accinge a lavorare direttamente su una delle prossime più importanti scadenze, la costruzione dell'ipermercato di 6000 metri quadrati all'interno del centro commerciale «Le Morane», che verrà completato entro l'89. Il progetto presentato da Conad è stato dichiarato vincitore del concorso pubblico per attrezzare in questo modo l'area dove era da tempo stabilito che sorgesse un centro commer-

ciale. Tra l'altro, l'amministrazione comunale di Modena avrebbe previsto altri due. Conad avanza qualche perplessità sull'opportunità di dare corso a questa metà del progetto per lo meno finché il primo due non avranno dato concreta prova di quanto e quale esigenza si riuscirà a soddisfare con i primi due. Modena ha appena 180.000 abitanti, e anche in provincia risulta sia stata individuata l'esigenza di altri centri commerciali: quello a noi appena assegnato sarà un Centro commerciale intermedio, con capacità di attrazione sovramunicipale, con un rapporto tra grandi superfici (5000 mq. di area di vendita) e negozi specializzati (4500 metri quadri) equilibrato per questo tipo di struttura. Altro elemento importante prosegue Tassone - è la previsione di 2.500 mq. di super-

ficie d'esercizio per attività artigianali di servizio e per aree destinate al divertimento e alla cura della persona. Accanto a ciò vi sono in progetto locali destinati a servizi pubblici e a uffici di quartiere. Da ultimo va sottolineato il fatto che la realizzazione della parte commerciale sarà effettuata con la concentrazione di esercizi commerciali esistenti per un totale di superficie molto superiore e quello richiesto dalle norme del piano commerciale. Aggiungo infine che l'organizzazione Conad a Modena ha realizzato in passato 25 supermercati con la contemporanea chiusura di oltre 100 esercizi tradizionali contribuendo in modo determinante all'ammmodernamento della rete distributiva, rendendo protagonisti gli attuali operatori locali.

Cartai: sacchetti per «Viviamambiente»

Il fruttuoso modenese consociato alla Confesercenti incarta pere, o sedani che siano, in uno dei «loro» sacchetti i magazzini Conad. Despar e A&O usufruiscono delle «loro» sportine di carta. Modena è, in gran parte, imballata e imballata nelle «loro» carte. «Loro» sono la Cooperativa cartai modenese e i suoi soci, che ogni settimana producono circa 500 milioni di «loro» sportine di carta. «Loro» sono i 500 soci della cooperativa, che ogni settimana producono circa 500 milioni di «loro» sportine di carta. «Loro» sono i 500 soci della cooperativa, che ogni settimana producono circa 500 milioni di «loro» sportine di carta.

«Nonostante per il futuro si pensa che la grande distribuzione farà soccombere nella categoria intermedia di grossisti», dice Leda Rovera, presidente di questa coop che commercializza carta ascendendo (vi lavorano 44 persone, di cui 38 socie e 5 o 6 assunte solo nello scorso anno), referenze e prodotti

non non ci rivolgiamo solo a gruppi commerciali, i quali hanno stipulato contratti particolari, ma andiamo incontro anche al singolo esercente, a colui che, non avendo possibilità di «fare magazzino», acquista in piccoli quantitativi. Quanto a incarto alimentare, il Conad è, in provincia di Bologna e Reggio Emilia, e ora ha allargato il proprio raggio d'azione anche a Parma, Piacenza, parte del Mantovano oltre che alle zone di Verona, Padova e

Bozano grazie ai rifornimenti Conad. Che gli affari, da quell'ormai lontano agosto del '72, le siano andati bene lo si capisce anche dall'allungamento effettuato 3 anni fa nella sede - inaugurata nel '77 - del villaggio Torzani attualmente, le dimensioni dello stabile di via Malavolti sono dovute a due fattori: rispetto 4500 metri di magazzino (una parte è destinata a camion, macchine e operazioni di stoccaggio ma il collocamento può mutare utilizzo) e 580 di palazzina contenente uffici. Impresa modenese dotata di svariate attrezzature, la coop

Cartai ha al suo interno, come nota il responsabile commerciale Mauro Umiauf, per parte stese. Una curiosità: si sta concludendo proprio in questi giorni una campagna, promossa dalla Confesercenti, a nome «Viva ambiente», per essa la coop Cartai ha prodotto sportine raffiguranti una foglia che sorride come sorridono anche i vincitori del concorso appositamente istituito dalla cooperativa stessa per i cittadini che abbiano riciclato - e inviato alla Confesercenti - 20 di questi esemplari.

COOP. CARTAI MODENESE

VIA F. MALAVOLTI 18 - 41100 MODENA - Tel. (059) 251427

La Coop Cartai assicura un servizio capillare di visite produttive e consegna con personale e mezzi propri.

Carta per usi Industriali

Produzione carta personalizzata

Per qualsiasi esigenza di confezione e imballaggio Alimentari, Pasticcerie, Biscotti, Salumerie, Fiori, Industria in genere.

CAMERA DI COMMERCIO DI MODENA

<h4>IBIS</h4> <p>NOMINATIVI DI OPERATORI ESTERI</p> <p>L'agente IBIS contiene dati relativi a circa 80.000 operatori esteri di cui vengono fornite le seguenti informazioni: ragione sociale e indirizzo, anno di fondazione, numero di dipendenti, prodotti trattati, attività inerenti all'angolo produttivo importazione, esportazione, numero di telefono e telex. Selezionato il paese e il prodotto, ed individuata le attività che interessano l'operatore (ricerca di esportatori o di agenti), la base di dati fornisce le tabelle dei nominativi richiesti.</p>	<h4>ITIS</h4> <p>DATI SULLA STRUTTURA ECONOMICA E LA NORMATIVA DEI PAESI ESTERI</p> <p>Informazioni sintetiche e commentate e aggiornate relative a Paesi esteri riguardanti: panoramica economica generale, prospettive del commercio estero, dati sull'intercambio o con l'Italia, profilo economico e piani di sviluppo, ruolo governativo nell'economia, investimenti esteri, canali esportativi e commerciali, tariffe doganali e tasse sui prodotti, importanti documenti e procedure per l'importazione.</p>	<h4>TED</h4> <p>NOTIZIE SU APPALTI PUBBLICI DI 80 PAESI</p> <p>Permette all'operatore interessato a conoscere in tempo reale (il giorno stesso della loro pubblicazione) i bandi di gara pubblicati dagli enti pubblici di circa 80 Paesi del mondo intero. Questi bandi rappresentano complessivamente un mercato di 12 miliardi di CU e si riferiscono oltre che agli Stati membri della CEE, ai 62 Stati dell'Africa, del Caribe e del Pacifico associati alla CEE ed al Giappone.</p>	<h4>MARK</h4> <p>RICERCHE DI MERCATO IN EUROPA</p> <p>Attraverso questa base di dati è possibile ottenere il tasso italiano di ricerca di mercato redatte dall'Economist Intelligence Unit Ltd di Londra sulla potenzialità e le caratteristiche dei mercati europei per i più importanti beni durevoli e di consumo di settori merceologici presenti nella struttura industriale italiana.</p>	<h4>DATA-STAR</h4> <p>NOTIZIE SU RICERCHE, INNOVAZIONI TECNOLOGICHE, MARKETING, POLITICA FINANZIARIA DESINTE DA PUBBLICAZIONI SPECIALIZZATE ESTERE</p> <p>Le informazioni accessibili riguardano, in particolare, i campi della ricerca e dello sviluppo, della ingegneria, della applicazione tecnologica, del marketing, della politica finanziaria.</p>
<h4>SDOI</h4> <p>SEGNALAZIONE DI RICHIESTE DI MERCATI E SERVIZI DA PAESI ESTERI</p> <p>La base di dati SDOI «relativa ai quinquenni» indica le richieste di beni e servizi provenienti dall'estero e di interesse per gli esportatori italiani. Giornalmente vengono messe nel sistema circa 50 richieste per un totale di circa 20.000 informazioni annue. L'accesso alle informazioni è possibile su base giornaliera (ore) o per gruppi di dati (settimanali) che per quelle passate (settimanali).</p>	<h4>OCSE</h4> <p>STATISTICHE DI COMMERCIO ESTERO MONDIALE</p> <p>La base OCSE contiene i dati statistici sull'intercambio mondiale di merci e servizi. Per ogni Paese è possibile conoscere il valore e le quote percentuali delle importazioni e delle esportazioni di quasi 50 prodotti con l'indicazione dei paesi di origine e di destinazione.</p>	<h4>SICE</h4> <p>SISTEMA INFORMATIVO DELL'ISTITUTO PER IL COMMERCIO ESTERO</p> <p>Dal SICE si possono ottenere: A) notizie sulle aste ed appalti banditi nel mondo; B) richieste di servizi segnalate da parte di operatori esteri; C) schede informative inerenti a indagini di mercato, missioni di operatori, studi economici e giuridici, note di mercato, piani industriali, studi congiunturali; D) schede Paese che trattano dati di base (indicatori economici e gestionali) commerciali e distributivi, leggi e regolamenti.</p>	<h4>SFEI</h4> <p>INFORMAZIONI SULLE FIERE INTERNAZIONALI</p> <p>Per fornire una scelta razionale ed obiettiva delle manifestazioni fieristiche a cui partecipare per ogni Fiera vengono indicati la località e la data di apertura dell'esposizione, le linee merceologiche oggetto della Fiera, il numero degli espositori nel settore, le dimensioni dell'area espositiva, l'indirizzo telefonico e telex dell'ente organizzatore.</p>	<p>CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO, AGRICOLTURA 41100 MODENA - VIA GARIBOLDI, 134 TEL. 059-222529</p>

L'Unità
Lunedì
21 marzo 1988

27