

Rapporto con i soci
Saranno offerte tutte le notizie
per un'alimentazione corretta
(e consigli di ecologia domestica)

Territorio e impresa
L'obiettivo: intervenire
anche in aree come gli spettacoli
il turismo, iniziative culturali

Nuovo servizio ai consumatori Un cliente informato è meglio

Il 31 maggio a Imola si è svolta l'assemblea regionale delle sezioni soci per l'Emilia Romagna e il 18 giugno a Genova quella nazionale. È stata l'occasione per rivedere il rapporto tra la Coop e la sua base sociale attraverso il ripensamento del ruolo delle sezioni soci. L'intenzione è quella di rafforzare e valorizzare con nuovi supporti le iniziative già esistenti, ossia gli spazi riservati alle attività formative all'interno del punto vendita. Queste realtà rappresentano capillari strumenti di ascolto degli umori dei consumatori, e quindi potenti strumenti di informazione e di orientamento. Oltre che veicolare di comunicazione ai soci delle attività istituzionali, sociali e di servizio dell'impresa questi punti dovranno diventare sempre più un vero e proprio «servizio consumatori» più vasto e articolato. Anzitutto il «servizio consumatori» offre alla cooperativa la possibilità di recuperare i suoi valori di solidarietà e assistenza. Per solidarietà oggi si intende disponibilità a tralasciare informazioni, e nello stesso tempo tutela degli interessi collettivi e singoli. In specifici il servizio intende offrire informazioni in merito ad aspetti diversi degli alimenti, nutrizionali, igienico-sanitari o dietetici, a caratteristiche e prestazioni dei prodotti non alimentari, ossia tessili, cosmetici, bricolage e così via e



ancora consigli di «ecologia domestica» come accorgimenti per il risparmio energetico, scelta di imballaggi e contenitori, prevenzione degli incidenti domestici. Una seconda area di intervento è rappresentata dal rapporto consumatori impresa. Le informazioni in questo caso vertono sulle attività predisposte dall'impresa a favore dei consumatori e dei soci come prelievo di un terminale videotelevisivo a disposizione per consultazioni diverse, nonché naturalmente di uno spazio con tutta

la pubblicistica del settore. In somma una nuova organizzazione per rivalutare come «plus» della Coop proprio il rapporto con il socio. Dice Diego Passini direttore del mensile «Consumatori» che viene inviato a tutti i soci dell'Emilia Romagna: «La Coop è dei soci consumatori e lavoratori inoltre garantisce benefici ai soci stessi e persegue obiettivi di utilità sociale. Di altra parte il numero dei soci è in costante crescita e il loro

volto comporre praticamente quello dell'universo dei consumatori. Oggi il motivo per cui si associano e sempre più l'utenza dei beni e servizi che la cooperativa produce. Per farli contare veramente occorre ripensare la natura e il funzionamento delle sezioni soci riducendone il numero ancorandone l'attività alle scelte strategiche della cooperativa. Ritengo che sia utile coinvolgere i soci sul territorio per gruppi di interesse o progetti specifici e inoltre attivare forme più dinamiche di partecipazione e periodici sondaggi. Ma soprattutto occorre lavorare sulle tematiche della difesa del consumatore. Mentre in altri Paesi europei forti associazioni consumeristiche si confrontano con la produzione il commercio e la pubblica amministrazione in Italia l'unica organizzazione veramente di massa è proprio la Coop. Non serve però credere che un'impresa di distribuzione perché cooperativa possa purché voglia, risolvere tutti i problemi. Non è solo questione di volontà risolvere questioni come la plastica o i pesticidi. E bene che i consumatori, soci innanzi tutto, siano informati chiaramente sullo stato dei problemi su ciò che è fattibile e ciò che non lo è. Su questo si chiede maggiore informazione. E anche questo è sociale».

Intervista a Fiaccadori presidente della Coop Emilia Romagna
«Centrali d'acquisto e consorzi giocano a nostro favore»

«Nei nostri punti di vendita l'inflazione è ferma all'1,5%»



Un centro controllo di un'industria cooperativa completamente informatizzata

Più che positivo il bilancio per l'esercizio 1987 delle Coop dell'Emilia Romagna. Non sarà una sorpresa per chi conosce la vitalità di queste aziende ma questa volta la soddisfazione è ancora più grande rispetto agli anni precedenti. Il segnale più significativo - dice Ermete Fiaccadori presidente dell'associazione regionale delle cooperative di consumatori - è il differenziale tra il tasso di inflazione interna Coop e quella nazionale. Laumento per il nostro paniere alimentare è stato appena dell'1,5% quando a livello nazionale si è registrato il 4,6%. Si tratta di una costante che avevamo rilevato anche negli anni scorsi ma qui si tratta di un terzo del tasso di inflazione nazionale e questo senza certo perdersi in fatto di redditività dei punti vendita. Gioca a nostro favore il sistema delle centrali d'acquisto e dei consorzi.

«Per noi il 1992 è già arrivato» - sostiene serenamente Fiaccadori - «e lo dimostrano il nostro sviluppo e il consenso di accelerare ulteriormente il processo di ristrutturazione della rete commerciale in modo da introdurre prima di questa scadenza tutte le innovazioni che ci consentono di

metterci al passo con l'estero». L'interesse delle grandi catene multinazionali o almeno stranere - francesi e tedesche - è innanzitutto - per l'Italia - sta già manifestando da qualche tempo con una serie di accordi tra grosse imprese francesi e aziende nazionali come ad esempio il gruppo d'acquisto Vége per l'Italia. «Nel nostro Paese non tutti si aspettavano che avremmo fatto la scelta degli ipermercati all'interno dei centri commerciali integrati pur convivendo con i supermercati. Gli esempi che stiamo avviando adesso promettono bene».

C'è chi dice che in Emilia Romagna deteneva un monopolio che non si riesce a toccare anzi c'è perfino chi parla di trust. «È un'accusa senza fondamento» - risponde Fiaccadori - «basta guardare ai blocchi che abbiamo già realizzato con la Rinascente per comprendere che noi siamo aperti alle alleanze e agli accordi. Per i centri commerciali abbiamo fatto accordi con la Conlessercent per la gestione dei negozi specializzati a Modena mentre a Parma abbiamo un accordo analogo con la Concommercio. Questo significa che non abbiamo preclusioni. Certo non siamo d'accordo quando questi ultimi ma organizziamo cerca di rallentare i processi di innovazione generale quelli che ci permettono di guardare sicu-

namente al 92». La Coop in Emilia Romagna è forte ma c'è chi parla di iso la felice. In altri termini la diffusione della rete fuon di questa regione non e alla pan Pensate di chiudervi in una torre d'avoro anzi d'oro visto che i risultati economici sono così soddisfacenti? «Tutt'altro» risponde il presidente dell'Arce - «Anzi abbiamo già costituito una società di intesa con la Lega del Veneto» - lavoriamo per estenderla alle Marche e ai Friuli. Non intendiamo ragionare con l'ottica di fortificare la cittadella ma con un'ottica di distretto, cercando nuove forme di intervento. Anziché lasciarci accechiare intendiamo mettere a disposizione le nostre risorse consolidate economiche e di know how per produrre un effetto di sistema potenziando i territori forti. Non operiamo però con una logica di spartizione territoriale bensì con una logica di progetto». Fulle voci di disaccordo del consumo rispetto alla banca della Lega quali sono le vostre posizioni? «Non siamo in disaccordo vogliamo semplicemente discutere entrando nel merito dei singoli argomenti. Ne abbiamo già parlato con Verzelletti - nella Banca entrino con una quota del 20% - con l'Ilva poi con l'Uninivas. Non abbiamo detto di no a nessuno. Semplicemente intendiamo avere più presenza e una quota più alta in tutte queste strutture».

AICA

Un bilancio in crescita

L'Aica il consorzio delle cooperative agricole aderenti alla Lega costituito nel 1947 ha chiuso il bilancio 87 con un giro d'affari di 1164 miliardi dei quali 423 sono stati realizzati nel settore dei prodotti per l'agricoltura e 741 in quello dei prodotti agroalimentari. L'attività di Aica il unico consorzio della Lega con un ruolo di carattere orizzontale si sviluppa in fatti in due differenti aree: acquisto e fornitura di prodotti e servizi all'impresa agricola vendita di prodotti agroalimentari sui mercati nazionali ed esteri. Rispetto all'esercizio precedente il giro d'affari è aumentato mediamente del 10%. L'attività di import-export

che ha avuto un notevole incremento negli ultimi anni nel 1987 ha superato i 131 miliardi. Sono stati importati prodotti per un valore di 92 miliardi (fertilizzanti semantici cereali materie prime zoomungistiche bestiami olio d'oliva ecc.) mentre le esportazioni (ortofrutta conserve vegetali olio d'oliva ecc.) hanno raggiunto i 39 miliardi. Operando all'interno di un sistema di vari settori e dimensioni presenti in tutte le regioni italiane Aica tende a favorire l'integrazione di tale sistema creando una forte identità di gruppo rendendo sempre più incisivo ed efficace il rapporto delle coopera-

tive con il mercato favorendo lo sviluppo imprenditoriale delle associate ed estendendo i rapporti con imprese private e pubbliche. L'attività commerciale diretta è passata da 287 miliardi nel 1986 a 330 miliardi nel 1987, con un incremento di 43 miliardi, pari al 15%. I proventi dell'attività commerciale indiretta ammontano nel 1987, a 65 miliardi (1,8% rispetto all'86). Gli oneri finanziari netti hanno avuto un saldo negativo di 4,6 miliardi con un miglioramento di 1,8 miliardi in confronto all'anno precedente (27,5%). Si sono registrati significativi incrementi dei crediti commerciali e dei crediti verso collegate e controllate da

113 a 159 miliardi. Il fatturato complessivo delle società controllate (Scam spa Unicoz srl Icc spa Aicarding srl Initaly srl Finaica spa Bioerre srl) ha superato nel 1987 i 125 miliardi. L'applicazione del programma a medio termine 1987-1989 predisposto dal Consiglio di amministrazione ed approvato lo scorso anno sta dando risultati positivi che verranno sottoposti al giudizio dell'assemblea Aica ha chiuso l'esercizio '87 in sostanziale pareggio (+300 milioni). La verifica infrannuale al 31 marzo 88 ha evidenziato un andamento dell'attività che supera leggermente il budget (298 miliardi contro 291,7 del preventivo).

Attività Aica 1980/87

	1980	1983	1986	1987
Prodotti per l'agricoltura	204	393	394	423
Mezzi tecnici (fert. fit. sementi macchine carburanti ecc.)	108	138	157	165
Cereali mangimi materie prime bestiami da allevamento ecc.	96	255	227	258
Prodotti agroalimentari	212	463	673	741
Ortofrutta fresca	41	68	84	80
Vendite Italia (pasta fave olio conserve vegetali carne e salumi olio vino latticini caseario avvinicicoli ecc.)	171	378	535	581
Vendite olio steso	-	-	47	78
Vendite estero prodotti vari	-	17	7	2
Totale generale	416	856	1057	1164
IMPORT EXPORT (prodotti per l'agricoltura e agroalim.)	49	91	91	130

Attività Aica al 31/3/88

	Consuntivo	31/03/88 Preventivo	Preventivo anno 1988
Prodotti per l'agricoltura	137.945	123.783	+10 390.104
Prodotti agroalimentari	168.051	167.953	- 5 704.290
TOTALI	297.996	291.736	+ 2 1.103.394

LE 5 GRANDI COOPERATIVE

COOP	1986	1987
COOP NORD-EMILIA		
Vendite lordi	280.518	314.140
Negozi	58	52
Area di vendita	28.569	28.885
Addetti	1215	1268
Soci	85.894	92.366
COOP MODENA		
Vendite lordi	252.043	282.368
Negozi	35	33
Area di vendita	23.023	24.709
Addetti	1078	1223
Soci	96.085	102.845
COOP EMILIA VENETO		
Vendite lordi	397.045	437.807
Negozi	49	50
Area di vendita	28.838	27.250
Addetti	1745	1831
Soci	161.722	170.330
COOP FERRARA		
Vendite lordi	99.176	109.970
Negozi	19	16
Area di vendita	11.217	10.630
Addetti	417	430
Soci	28.611	31.768
COOP ROMAGNA MARCHE		
Vendite lordi	216.805	244.788
Negozi	25	25
Area di vendita	20.778	23.009
Addetti	828	905
Soci	75.419	83.978
VALORI ASSOLUTI		
Vendite lordi	1.245.587	1.389.073
Negozi	194	176
Area di vendita	112.357	114.483
Addetti	5293	5647
Addetti CICC	838	864
Addetti totali	6121	6531
Soci	447.731	481.287

CASEIFICI

SARDAFORMAGGI

PRODUTTORE FORMAGGI TIPICI SARDE

Il gusto e l'antica genuinità del formaggio del pastore: pecorino **graziola**

CASEIFICI BUDDUSÒ (SASSARI)
Deposito frigorifero Incisa Valdarno (Firenze)
Telefono 055/8330046

LA FORZA DEL GRUPPO, L'ENTUSIASMO DEL SINGOLO.



AICA il maggior consorzio della cooperazione agricola italiana opera in un sistema nazionale di cooperative di ogni settore e dimensione e tende a favorire la loro integrazione sviluppando le proprie attività in due grandi aree: - concentri gli acquisti dei prodotti per l'agricoltura e con il marchio Agricoop a dorazzo quelli di origine cooperativa - fornisce servizi per la vendita

con preferenze verso le grandi centrali distributive dei prodotti agroalimentari al marchio Foglio e Sole evidenzia l'origine cooperativa e garantisce la genuinità dei prodotti. Il sistema trova i suoi punti forti identici di gruppo per un rapporto più incisivo ed efficace con il mercato. AICA è cooperativa la forza del gruppo e l'entusiasmo del singolo per una continua evoluzione dell'economia italiana.

AICA

INSIEME PER CRESCIERE