

**lega**  
UMBRIA

# Coop Umbria anni 90

GIORGIO RAGGI presidente

Siamo ad un passaggio vitale della distribuzione moderna e in particolare per la Coop Umbria. Ci sono scelte che ci sono imposte sia dal mercato sia dai nostri valori e dalle nostre radici.

In tempi acceleratissimi le grandi catene europee, e non solo europee, fanno sentire la loro più alta competitività registrabile nei minor costi, nelle maggiori dimensioni di impresa, nelle più alte risorse da spendere.

Ma queste scelte ci sono imposte anche dal nostro obiettivo di fare più forti i consumatori, difendere i nostri diritti a servizi più efficienti, ad assortimenti più qualificati, a prezzi più convenienti: dobbiamo fare tutto ciò in un mondo più pulito dove non si creino più buchi nell'ozono, dove non si deturpino più i fiumi e i mari.

Questo vuol dire oggi rafforzare i nostri valori e le nostre radici.

Mercato e valori ci chiedono oggi dunque di salvaguardare il nostro ruolo di leadership nel mercato umbro il che, tradotto in concreto, significa realizzare centri commerciali e supermercati nelle città di Umbertide, Rieti, Spoleto, Gualdo Tadino, Castiglione del Lago, Terni, Perugia.

Nel complesso di questi nuovi investimenti assume rilevanza strategica di fondo la realizzazione del centro commerciale a larga scala a Perugia con annesso ipermercato despecializzato.

Il complesso del piano di sviluppo prevede da qui al 1994 100 Mld di investimenti diretti e indiretti, 300 posti di lavoro nuovi, un fatturato di circa 300 miliardi e una raccolta da soci di circa 150 miliardi.

L'Umbria è a un bivio della sua storia: all'indubbio innalzamento del tenore di vita oggi si riscontra un sistema di imprese sempre più sottocapitalizzate, sempre più indebitate, con oneri finanziari che

superano il 5% sul fatturato.

Tutto questo avviene in una regione che registra una propensione al risparmio che rimane alta, pure in presenza di un incremento della quota di reddito destinata ai consumi.

Si evidenzia dunque un fatto: le imprese umbre sono sempre meno libere e autonome, le risorse rischiano sempre più di essere altrove allocate, il nostro mercato rischia sempre di più di essere terra di conquista. L'identità dell'Umbria ha

subito grossi colpi: o gli umbri tornano a guidare i loro processi di sviluppo o saranno preda semplicemente dei più forti.

Non siamo chiusi in una cultura provincialistica: sappiamo che dobbiamo costruire e favorire tutti i processi imposti dal mercato e dai valori che vogliamo affermare. Nel concreto bisogna costruire tutte le integrazioni e le partecipazioni necessarie con le grandi cooperative che ci facciano raggiungere la dimensione



di impresa adeguata agli anni 90.

Il problema non è il difendersi o il rinchiudersi in se stessi o il subire gli altri: il problema è come stare nei processi di modernizzazione, con quale ruolo protagonista da parte degli umbri.

Se c'è un dato che vogliamo contestare ad alcuni dirigenti della Concommercio è essenzialmente questo: a Perugia il centro commerciale a larga scala o lo fa la Coop Umbria o lo fa qualcun altro visto che

lo stesso è il frutto della programmazione regionale e comunale e comunque il frutto delle modificazioni del mercato. Non è forse meglio precorrere i tempi e costruire noi in Umbria il nostro futuro?

A quale processo di modernizzazione dobbiamo legare l'Umbria se non a quello europeo e così procedere da qui al rinnovamento della rete distributiva? Ciò che ci preoccupa non sono le battaglie intraprese: ciò che ci

preoccupa fondamentale è l'oscurantismo culturale che notiamo a volte in alcune posizioni dei dirigenti della Concommercio. Noi andremo avanti nel nostro piano di sviluppo poiché, e su questo credo che le autorità locali siano d'accordo con me, in fin dei conti ciò che conta è lo status dei cittadini tutti: e che il centro commerciale a larga scala offra più servizi, prezzi più convenienti, più qualità dei prodotti e sicuramente indubbio.

I processi di integrazione per fare la grande famiglia Coop in Italia, processi ai quali siamo aperti, possono essere realizzati rendendo tutte le realtà territoriali protagoniste (ciascuno nel proprio ruolo, nella propria autonomia rappresentanza) del progetto generale. È importante la regia e la qualità della direzione politica che si vuol dare al movimento nel suo complesso: quanto più si saprà esprimere sinergia e capacità di coordinamento e di indicazione di obiettivi tanto più da parti diverse e in realtà circoscritte si registrerà un atteggiamento culturale aperto e disposto a capire gli altri.

Agli interlocutori delle forze istituzionali, politiche e sociali che in questi anni ci sono stati vicini, chiedo di valutare il nostro progetto imprenditoriale per quello che è, di valutare le capacità imprenditoriali nostre, di valutare il nostro radicamento sociale così ampio e così esteso: 65.000 soci nell'area umbro-sabina di cui 12.500 soci prestatori per una raccolta che si aggira sugli 80 miliardi.

Siamo a un passaggio vitale: ce la possiamo fare con l'aiuto dei nostri soci e con la lungimiranza culturale che deve contraddistinguere ogni dirigente nelle fasi di transizione.

## ANNI '90, UN PONTE VERSO IL 2000

La COOP UMBRIA vuole vivere da protagonista i cambiamenti del prossimo decennio, rafforzando il suo ruolo di leader nel campo della distribuzione e la propria capacità di iniziativa per la tutela del consumatore.

Anni '90 da attraversare in buona compagnia con un numero ancora più grande di soci e di clienti.

**coop**  
Umbria