



UMBRIA, «PROGETTO SOCI» PER L'AMBIENTE

Fra i programmi futuri è allo studio l'ipotesi di destinare l'uno per mille degli incassi a precisi progetti di «forestazione urbana», di tutela e valorizzazione di fiumi e parchi

Nel cuore verde della coop Centomila alberi da piantare nelle città

Nei programmi di Coop Umbria c'è l'intenzione di ampliare la base sociale aprendo nuovi spazi ai giovani. Saranno infatti i «protagonisti del nostro futuro» - dice il presidente Giorgio Raggi - i partners privilegiati del progetto ambiente. È uno dei punti qualificanti del ripensamento dell'organizzazione, sollecitato dagli scenari competitivi dei prossimi anni.

FRANCO ARCUTI

■ PERUGIA. Per un'Umbria bella, pulita e verde. Potrebbe sembrare un nuovo slogan per promuovere l'immagine della regione, conosciuta ormai in tutto il mondo, come il cuore verde d'Italia, e invece è quanto si propone di realizzare il «progetto soci» che Coop Umbria sta definendo proprio in queste settimane. Un progetto ambizioso e senza dubbio originale, unico (ma c'è già chi giura che sarà presto copiato da altre regioni) in tutto il Paese. Si tratta di

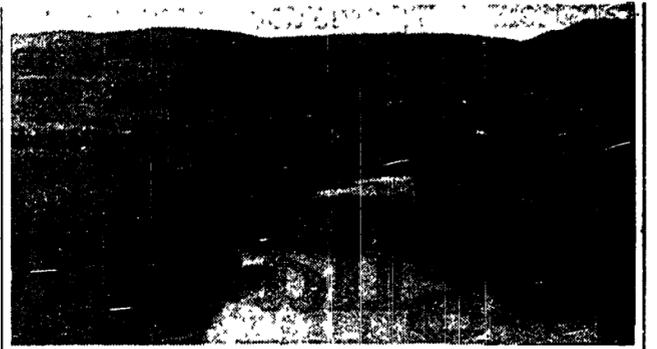
un progetto destinato a legare il nome della Coop Umbria a un'operazione a favore della tutela dell'ambiente, che coinvolgerà oltre 60 mila soci della cooperativa, ma non solo. Il «progetto soci», infatti, vuole avere come partenza innanzitutto i giovani, i protagonisti del nostro futuro. Cosa è il «progetto soci», e in che modo la Coop Umbria intende realizzarlo? A spiegarlo è lo stesso presidente della Coop, Giorgio Raggi. «Nei prossimi anni i mercati saranno sconvolti da una grande

competitività. Uno sconvolgimento al quale contribuiranno diversi fattori, a cominciare dalla liberalizzazione del commercio delle merci nell'Europa comunitaria. Tutto ciò ci impone, già da oggi, una radicale riflessione sul modo di essere della nostra organizzazione. Dobbiamo dire, francamente, che le spinte ideologiche che fino a ieri sollecitavano la gente ad aderire alla nostra organizzazione, seppur valide, appartenendo al passato. Attualmente, tra i soci della Coop in Umbria, ma non soltanto, troviamo gente con convinzioni ideologiche non omogenee. In cosa, dunque, siamo diversi dagli altri? Nel fatto che noi, a differenza di Standa, Rinascente e altri, abbiamo una base sociale. Ebbene, è proprio questo il dato che vogliamo valorizzare. A vendere mortadelle sono bravi tutti. Ma non tutti possono disporre

di una base sociale come le Coop. Ecco perché abbiamo pensato proprio a un «progetto soci». Ma l'obiettivo della Coop Umbria è anche quello di ampliare e rinnovare proprio la sua base sociale, aprendosi ai giovani, a coloro che nel futuro rappresenteranno i protagonisti del mercato. E quale tema, se non quello della difesa dell'ambiente, oggi è più vicino proprio ai giovani? Per certi versi, la scelta della Coop Umbria appare obbligata. Quello che si vuole realizzare è un collegamento tra la scelta di aderire a una organizzazione quale la Coop, e la volontà di trasformare, in meglio, il mondo in cui viviamo. L'idea, in sostanza, è modificare l'identità del socio coop, legandola al desiderio di ogni umbrino, di una regione più bella, pulita e verde. Legare le scelte di acquistare in negozi coop e prodotti coop, con la

volontà di contribuire a difendere l'ambiente. In concreto, che cosa accadrà una volta che il «progetto soci» sarà operativo? Molto probabilmente una quota (per esempio l'uno per mille del fatturato di ogni punto vendita) degli incassi globali sarà destinata a progetti mirati, che saranno scelti dall'organizzazione. Qualche esempio: a Perugia l'Amministrazione comunale sta da anni lavorando al progetto per la realizzazione del parco naturale del Tevere; qualche settimana fa è stato lanciato il progetto di «forestazione urbana», centomila alberi da piantare in città. Queste potrebbero essere iniziative alle quali Coop Umbria sceglierà di dare il suo contributo. Particolare molto interessante del «progetto soci» è la creazione di una sorta di club delle giovani mammette, cui potranno aderire soci tra i 6 e i 18 anni, ai quali spet-

terà il compito di decidere, insieme agli altri soggetti dell'organizzazione, quale iniziativa di tutela ambientale sostenere. Insomma a Perugia, a Terni, a Foligno, dovunque ci sarà un punto vendita Coop, giovani e vecchi soci potranno scegliere di salvare il parco del proprio quartiere, oppure il fiume della città. Il presidente Raggi sottolinea inoltre che ogni socio potrà controllare costantemente l'evoluzione della situazione, grazie a dei tabelloni che indicheranno, a seconda del progetto scelto, l'ammontare del finanziamento e il grado di realizzazione dell'operazione scelta. Vale a dire che quanto più bassa sarà la linea del grafico relativa ai fondi disponibili, tanto più alta sarà quella che indicherà i nuovi alberi piantati nel parco, o i chilometri di sponda del fiume ripuliti e restituiti all'antica bellezza.



Un tratto del fiume Tevere tra le colline dell'Umbria

In soli 5 anni raddoppiate le nuove adesioni

■ Nel 1985 la Coop Umbria contava 35 mila soci, oggi sono oltre 64 mila. Un raddoppio in appena cinque anni. Ma l'obiettivo è quello di raggiungere, nel 1994, quota 100 mila soci. Un traguardo ambizioso, ma - affermano alla Coop Umbria - niente affatto lontano. Il trend di adesione, infatti, anche in questo ultimo anno è stato positivo. A indicare lo stato di buona salute della Coop Umbria non è soltanto il numero dei soci, ma anche il fatturato, passato dai 74 miliardi del 1985 ai 148 del 1990. Per il 1994 l'obiettivo è 300 miliardi. Già oggi, comunque, la Coop Umbria, con i suoi cir-

ca 150 miliardi di fatturato, rappresenta una delle principali aziende della regione. I dipendenti sono 500 mentre nel 1985 erano 322, ed anche in questo caso, per il 1994 si prevede un incremento degli occupati a 800 unità. Significative anche le cifre relative alla superficie delle aree in vendita, passata da 9 mila 270 metri quadrati del 1985 ai circa 15 mila metri quadrati del '90. Le previsioni per il 1994 indicano che la superficie delle aree di vendita dovrebbe raggiungere il 25.400 metri quadrati. Altrettanto importante è lo stato di liquidità della cooperativa, che è oggi di circa 1000 miliardi di

lire e dovrebbe aggirarsi attorno ai 150 miliardi di lire nel '94.

Coop Umbria dunque negli ultimi anni ha registrato una continua crescita, che prosegue. Cresce il fatturato, cresce la base sociale che costituisce la ricchezza della cooperativa, cresce anche la liquidità grazie all'apporto dei soci e dei consumatori, cresce la superficie di vendita, con la creazione di grandi centri commerciali e cresce, infine, l'occupazione.

Nella sua politica distributiva, Coop Umbria ha sempre anticipato le più moderne tendenze del mercato sviluppando una linea di concentrazione degli spazi di vendita in grandi superfici. È una strategia che garantisce un incremento quantitativo e qualitativo al servizio fornito al consumatore una distribuzione sempre più moderna e soprattutto più conveniente.

□ FA

I successi di due aziende di Firenze e Piombino

Toscana, la nuova frontiera delle coop si chiama iper

GIULIA BALDI

■ Si chiama Unicoop Firenze, ed è tra le prime cento società italiane e, per dimensioni, si piazza al sesto posto tra le aziende della grande distribuzione in Italia. Però, nonostante le grandi dimensioni raggiunte in un secolo di attività, lo spirito della Coop è rimasto quello di un tempo: una rete di negozi radicata e diffusa sul territorio delle province di Firenze, Pistoia, Pisa, Arezzo e Siena.

Turiddo Campaini, il presidente della Unicoop Firenze, ha festeggiato il centesimo compleanno dell'azienda presentando un bilancio relativo al 1990 davvero lusinghiero: oltre mille miliardi di fatturato, un utile netto che ha toccato i

41 miliardi ed oltre 30 milioni di presenze nei punti di vendita. Un bilancio più che soddisfacente. Ma Campaini è, come ama definirsi, un «incontentabile». Non gli basta misurarsi con le altre aziende del movimento cooperativo, vuole confrontarsi con i più grossi gruppi della grande distribuzione nazionale ed internazionale.

Per vincere questa scommessa la Unicoop Firenze punta sulla maggiore qualità e competitività dei punti vendita che tendono a diminuire nel numero ma ad aumentare nella superficie. Il primo passo verso questo obiettivo è stato mosso nell'88 con l'apertura, a Montecatini nella Valdina-voie

(in provincia di Pistoia), del primo ipercoop della Toscana. All'inizio sembrò un azzardo investire 25 miliardi per aprire un centro commerciale di dimensioni notevoli lontano da città piuttosto grandi. Ma, col passare del tempo, la scelta si è dimostrata vincente: oltre al supermercato ci sono altri negozi, una trentina, ed il tessuto commerciale della zona non ha risentito di una vicinanza così imponente. All'ipercoop di Montecatini arrivano compratori anche dalle province di Livorno e Firenze.

Ora il progetto dell'Unicoop è di creare altri ipermercati anche nel capoluogo toscano. Il gioco insomma si sposta a Firenze dove la Unicoop conta circa 76 mila soci e dove sono in progetto, due ipermercati.

Per uscire dall'impasse la Unicoop ha aperto una campagna di sensibilizzazione fra i clienti ed i soci ed ha iniziato una raccolta di firme per chiedere che i due negozi vengano aperti al più presto. In pochissimo tempo sono state raccolte quasi cinquantamila firme.

Fino all'anno scorso si chiamava Coop la Proletaria. Poi, nella primavera del 1990, è stato deciso di cambiare ragione sociale. Ed ora esiste la Coop Toscana Lazio. La cooperativa, nata a Piombino nell'immediato dopoguerra, ha decine di punti vendita, diffusi soprattutto sul litorale tirreno, da Massa Carrara a tutto il Lazio e fino a Latina. Il bilancio del 1990, dicono alla Coop Toscana Lazio, è in linea con il trend più che positivo degli ultimi anni. L'utile ha raggiunto i 28 miliardi con un volume di vendite di 625 miliardi, di cui 443 in Toscana e 183 nel Lazio. I soci nelle due regioni sono 222 mila mentre i dipendenti sono 2.612. Eppure la Coop Toscana Lazio fino agli anni Settanta è rimasta una cooperativa di piccole dimensioni. Poi è iniziata la politica dell'espansione. Il salto definitivo è stato compiuto l'anno scorso con l'incorporazione della «Stella Market», una catena di supermercati operante nelle province di Roma, Latina e Frosinone. Da questa fusione è nato anche il nuovo nome della cooperativa.

Ma i colpi di scena si susseguono senza sosta. Nei primi giorni di giugno alla Coop Toscana Lazio è cambiato anche il vertice dirigenziale. Un avvicendamento che avviene dopo una ventina d'anni di gestione in crescita costante. Il nuovo presidente della Coop Toscana Lazio è Roberto Conti. Ha quarantun anni, è nato a Cecina (in provincia di Livorno) dove vive, è laureato in economia e commercio all'università di Pisa. Conti è stato vice presidente della cooperativa dal 1972 alla sua nomina a presidente.

Già ha passato il testimone Sergio Meini, livornese anche lui, che ha guidato la cooperativa dal 1971. Il nuovo vice presidente è Gastone Notari. Ha 54 anni ed è di Grosseto. Il cambio di guardia fra le due presidenze è stato l'occasione per salutare Sergio Meini, che è stato una figura di primo piano del movimento cooperativo fin dai primi anni del dopoguerra. Ed è sotto la sua direzione che la cooperativa ha vissuto gli anni più importanti del suo cammino verso lo sviluppo fino a diventare una grande impresa. Inserita saldamente fra le principali aziende del movimento cooperativo



LA QUALITÀ
HA IL NOSTRO NOME

Noi del Salumificio Branchi da oltre 40 anni produciamo il salame, a questo prodotto abbiamo dedicato e dedichiamo tutte le nostre cure e attenzioni. L'utilizzo esclusivo del suino, una scelta meticolosa delle carni, tutte di provenienza nazionale, un intelligente dosaggio nell'aggiunta degli aromi naturali, una continua ricerca per produrre nel rispetto delle più sane e antiche tradizioni, ci hanno permesso di fare della nostra gamma di salumi, una linea di prodotti naturali e dal gusto squisito, che potrete trovare in tutti gli Ipermercati e Supermercati Coop.



Via Alcide De Gasperi 15 - TRESORE CREMASCO (CR)
Telefono 0373/273.040 274.276 Fax 0373/274.376

A TAVOLA L'EUROPA UNITA HA UN LEADER

IL GRUPPO BARILLA: LEADER IN EUROPA PER LE PASTE
ALIMENTARI E FRA I PRIMI NEI PRODOTTI DA FORNO.
RILEVANTE IMPEGNO NELLA RICERCA, IN PARTICOLARE
NELLE «TECNOLOGIE DEI ICATE», PER SERVIRE MEGLIO I
CLIENTI E SODDISFARE I BISOGNI DEI CONSUMATORI.

FATTURATO DI GRUPPO NEL 1990: 2.400 MILIARDI DI LIRE.