

Si consolida nel Centro-Sud il ruolo di Coop Toscana-Lazio

La promozione della figura e del ruolo del socio e del consumatore per una moderna politica consumistica. Educazione dei giovani consumatori, attenzione per gli anziani, difesa dell'ambiente e integrazione fra Nord e Sud - I programmi e gli investimenti futuri

■ PIOMBINO (Livorno). Da gennaio a febbraio, in 26 assemblee gli oltre 260mila soci della Coop Toscana-Lazio da Carrara a Terracina, da Livorno a Viarbo a Grosseto, Tarquinia, a Civitavecchia, ai Colli Romani, a Roma - hanno discusso nuove forme di democrazia interna alle sezioni soci, il funzionamento dei punti vendita coop sparsi su tutta la fascia tirrenica dai confini con la Liguria a quelli con la Campania.

Ne parliamo a suo tempo, presentando conti e preventivi della «Toscana-Lazio» ed oggi ci par congruo parlare in quanto quelle assemblee debbono essere inquadrare nel contesto della stagione dei congressi: quello, che si apre oggi a Firenze, dell'Associazione delle Cooperative dei Consumatori e quello della Lega delle Cooperative. Non solo: specificatamente i soci della Coop Toscana-Lazio saranno altresì chiamati a rinnovare il Consiglio di Amministrazione e i comitati direttivi delle Sezioni Soci.

Partecipazione, quindi, alla formulazione delle direttrici operative future della Coop Toscana-Lazio nata quasi mezzo secolo fa, col nome di «Proletaria», a Piombino (Livorno), a servizio dei lavoratori dell'industria siderurgica e quindi estesa a tutta la Toscana occidentale e quindi al Lazio, dai confini della Liguria a quelli della Campania, regione, quest'ultima, per la quale dal prossimo appuntamento dell'Assemblea dei soci saranno precisati meglio i contenuti di un probabile sviluppo, attraverso, appunto Coop Toscana-Lazio.

Uno sviluppo che non dipende (non solo per la Campania ma per tutta l'area dove è presente la «Toscana-Lazio») dai desideri e dalla volontà dei Soci e degli Amministratori ma soprattutto dal superamento di quelle difficoltà maggiormente accentuate dall'incipiente debolezza delle Amministrazioni locali che, in un progetto di sviluppo, sono i primi interlocutori della Cooperativa.

Difficoltà a suo tempo affrontate dalle assemblee dei Soci nel contesto di quei valori di quel patrimonio culturale e ideale della cooperativa che tanto è più prezioso quanto più chiara si profila la nuova sfida determinata dal passaggio alla cosiddetta «società post-industriale», quasi anticipando scenari politici, solo due mesi fa imprevedibili e imprevedibili.

Nuovi scenari che maggiormente impongono la promozione e la figura del socio, moderatamente inteso, che anticipa il consumo intelligente al consumatore parco e la tutela del consumatore al risparmio nella consapevolezza che la forza, anche economica, ma soprattutto contrattuale verso la Società, della cooperazione debba ricercarsi nella specificità dei rapporti fra Coop e Soci.

Un socio, insomma, che si è tolta la veste del «cliente» condizionato per un verso dal vantag-

gio economico e, dall'altro, dalle pressioni che, a lungo andare, rischia di diventare «ideologiche», del messaggio pubblicitario, ed ha riscoperto la socialità dell'impresa cooperativa. Che non si accontenta, insomma, unicamente del giusto rapporto qualità-prezzo ma che vuole la promozione nell'attualità dei valori identificativi della Cooperativa, un patrimonio che può e deve tradursi in un vantaggio competitivo sottolineando i bisogni delle categorie più deboli, i problemi dell'ambiente, del consumismo, della tolleranza e dell'accoglienza.

E, alla luce dei valori, le scelte dei soci della Coop Toscana-Lazio si consolideranno nell'azione consumeristica, nell'educazione dei giovani consumatori, nell'attenzione per gli anziani nell'ascolto dei soci e dei consumatori, nella difesa dell'ambiente, nella integrazione fra Nord e Sud.

Una politica del resto già avviata da Coop Toscana-Lazio con la sua estensione da Nord a Sud e che vede la fornice operativa del divario sempre più restringersi avvicinando sempre più i punti vendita più meridionali a quelli dalla tradizione consolidata da mezzo secolo di storia, nelle località più ricche della Toscana.

E proprio nell'attualizzazione dei principi originari della Cooperativa la Toscana-Lazio guarda al suo futuro sia pur con una certa cautela. In fin dei conti il 1993 ed i primi tre mesi del 1994 non sono stati stimolanti. Per nessuno. C'è stata, per tutti, una palpabile contrazione dei consumi a causa d'una emergenza occupazionale ed economica sempre più acuta, per le incertezze che hanno caratterizzato e caratterizzano la situazione economica generale e soprattutto nelle zone più deboli dove opera la Coop Toscana-Lazio. Per le incertezze sui domini che il risultato elettorale, non solo non ha dissipato ma ha ulteriormente appesantito.

Bilanci e prospettive, in sintesi nervose, che sempre più inducono alla prudenza. C'è stato, è vero, il contenimento del tasso d'inflazione negli obiettivi del Governo Ciampi come c'è stato un abbassamento dei tassi finanziari che però, proprio per le incertezze del futuro quadro politico non sono riuscite a liberare risorse per gli investimenti ma ad accentuare prudenza e preoccupata attesa proprio davanti al costante incremento della disoccupazione e dell'utilizzo degli ammortizzatori sociali che hanno ulteriormente aggravato i consumi, portando ad un ripensamento nell'investimento.

Una situazione che ha posto le cooperative di consumi, nel loro insieme, davanti a nuovi problemi. La stagnazione dei consumi accresce la concorrenza. E le cooperative per far fronte alla stessa e mantenere una competitività (che è anche ideologica fra socialità d'impresa e massimo profitto) saranno co-

strette a diminuire margini e costi non escluso quello del lavoro che potrà essere corretto con l'efficienza e la produttività non perdendo altresì d'occhio il prossimo rinnovo contrattuale che oggi più che mai non potrà uscire dai limiti dell'accordo del luglio 1993 fra Governo e parti sociali.

Purtuttavia la Coop Toscana-Lazio non poteva non progettare un rammodernamento della sua rete di vendita in tutta l'area tirrenica per non uscire da quegli indirizzi distributivi in crescita rappresentati dalla affermazione della grande distribuzione attraverso gli ipermercati ed i discount e mantenersi in linea con queste tendenze.

Anche se in un comprensibile contesto prudenziale determinato dalla recessione e dalle perplessità non fugate su una auspicabile evoluzione politica.

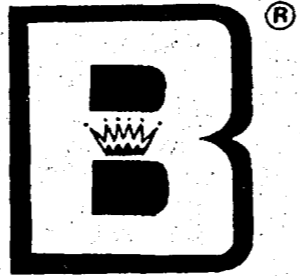
C'è stata l'inaugurazione del centro commerciale di Venturina (Livorno) che è un aspetto «toscano» dello sviluppo di Coop Toscana-Lazio dove, in Toscana si pone, davanti ad una presenza della cooperativa, «storica», il problema del completamento della riqualificazione della rete con l'ampliamento e il rammodernamento di strutture con nuovi centri commerciali.

Che tuttavia, come dicevamo, per l'accentuata debolezza delle istituzioni locali trovano intralci e difficoltà al decollo a Follonica, a Civitavecchia e Pietrasanta, si dà indurre alla mobilitazione corretta e democratica della base sociale e dei consumatori per sostenere iniziative e progetti che non sono solo e soltanto dei punti vendita ma rappresentano un allargamento della socialità, una sottolineatura dei valori della cooperazione che possono affermarsi sul territorio solo con strutture che non siano un arido e asettico «punto vendita» ma punto di incontro, di dibattito, di promozione e di allargamento di quelle prerogative sociali e solidali verso l'uomo e il territorio che del movimento cooperativo, nato contro il profitto, sono la peculiarità.

Se in Toscana gli investimenti rappresentano l'attualizzazione ai nuovi bisogni dei soci e dei consumatori nel Lazio si scorgono le maggiori possibilità di affermare la presenza della «Toscana-Lazio» su nuovi mercati, in particolare nella provincia di Roma, Colferfero, Pomezia e Cerveteri sono le località dove si stanno concretizzando le ultime iniziative della grande cooperativa di Piombino mentre verrà ampliato il magazzino di Arccia.

Come si è visto, nonostante le difficoltà del momento e le incertezze del futuro, la Cooperativa è consapevole che la risposta a queste contingenze è rappresentata dallo sviluppo, dalla crescita, dall'ingresso in nuovi mercati e dal miglioramento di quelli esistenti con moderne strutture di vendita portando in nuove zone la socialità della

**NEI MIGLIORI SUPERMERCATI
I PRODOTTI DA FORNO
DELLA MIGLIORE
TRADIZIONE TOSCANA**



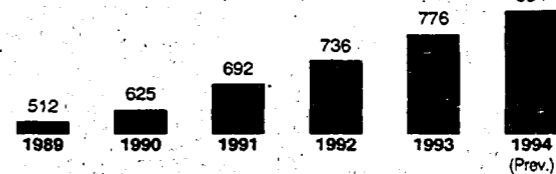
Bisottificio Belli

Tel. 882.53.70/1 Via dell'Albereto, 26/30

CALENZANO PRATO

TUTTI I NUMERI DELLA COOP TOSCANA-LAZIO

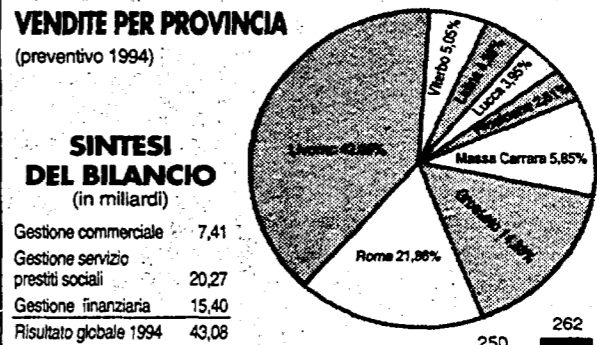
VENDITE AL DETTAGLIO (in miliardi)



VENDITE PER REGIONE

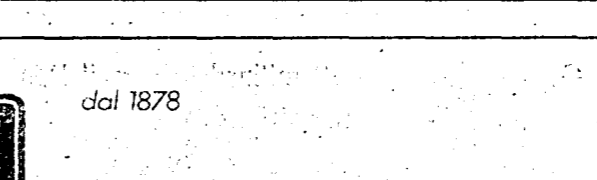


VENDITE PER PROVINCIA
(preventivo 1994)



SINTESI DEL BILANCIO
(in miliardi)

Gestione commerciale	7,41
Gestione servizio	20,27
Gestione finanziaria	15,40
Risultato globale 1994	43,08



Fonte dati: «NUOVO CONSUMO» notiziario per i soci della Coop Toscana-Lazio

cooperazione.

Coop Toscana-Lazio ha risorse per contrastare gli effetti della depressione economica sul cittadino. Ma alle comprensibili titubanze ormai organiche nel Paese la Cooperativa ha sovente incontrato (come nel caso di Follonica, Pietrasanta e Civitavecchia dove si sono registrate autonome e massicce prese di posizione di soci e consumatori) difficoltà ed ostacoli di natura politica, amministrativa e burocratica.

Situazioni contrastanti (e in molti casi decisamente eccezionali) sotto il profilo della legittimità che portano a riflettere sul come in questi tempi di recessione in cui tante aziende si trovano in difficoltà, in cui la disoccupazione è in crescita e la conseguente contrazione del potere d'acquisto di tanta gente, si possa frenare chi, al contrario, si propone, come «Toscana-Lazio» di fare nuovi investimenti e creare nuovi posti di lavoro.

Grandi difficoltà, si è detto, preoccupazioni, incertezze e prudenza. Ma gli sforzi e l'anda-

mento di questa prima fase del 1994 appaiono se vogliamo interessanti in rapporto, appunto alla contingenza delle difficoltà come conseguenza di un programma equilibrato e ragionato volto, con le potenzialità e le possibilità che nella cooperativa non mancano, al conseguimento di risultati che, alla fine, saranno ancora una volta positivi.

SPECIALE CONGRESSO
ASSOCIAZIONE REGIONALE TOSCANA
COOPERATIVE DI CONSUMATORI
coop lega
a cura della SOCIETÀ PER LA PUBBLICITÀ IN ITALIA
FIRENZE
realizzato da ROLANDO SARTORI

PASTA dal 1878
Paone
FORMIA (Italy)
Il piacere delle cose buone
ESPERIENZA QUALITÀ SUPERIORE TRADIZIONE D'UNA MODA
VIA APPIA SUD, 8 FORMIA (ITALY) TEL. 0771/771333 FAX 771656

FATTO IN ITALIA
LATTE SANO
ROMA
I NOSTRI PRODOTTI FRESCHI
LATTE PANNA
Stabilimento e Deposito:
Via della Muratella 165 (Ponte Galeria) ROMA - Tel. 65000140-65000141

Con la data sul guscio oggi la freschezza si vede.
NOVELLI ovito
La Fattoria Novelli s.r.l.
San Giovanni di Baiano (Spoleto)
Uffici commerciali - telefono: 0743 - 53 97 21
0744 - 81 43 05