

Viaggio nel mondo Coop: la grande distribuzione. Seconda puntata



Davanti a un supermercato Coop (foto Andrea Cerase). Sotto, foto di gruppo dei soci di una delle prime cooperative di distribuzione e consumo

I bilanci miliardari del carrello solidale



eccezione.

La discussione che ha portato alla scelta di lanciare l'Opa su Bnl è stata infatti lunga e molto accesa e all'interno del mondo della Lega ci sono state anche posizioni molto critiche. Inizialmente c'erano infatti dubbi da parte della Coop Lombardia, potenza di livello nazionale (vedi scheda), che però alla fine sono stati sciolti. Chi ha invece detto no a Consorte è stato il presidente di Coop Firenze, Turiddu Campanini. In questo caso - a quanto si è potuto capire - non si sono mes-

se in gioco solo ragioni di opportunità finanziaria e di sostenibilità nel grado di esposizione, quanto ragioni più generali, si potrebbe dire di politica delle alleanze. La Coop Firenze ha infatti comprato azioni del Monte dei Paschi di Siena, banca dell'area della sinistra, ma molto critica con l'operazione di Consorte, anche per ragioni di pura concorrenza. Unipol infatti è un'assicurazione, al terzo o quarto posto nelle classifiche nazionali, dopo colossi come le Generali. Ma se l'operazione Bnl dovesse andare in

La crisi economica colpisce anche la catena delle grandi cooperative. Ma le coop reagiscono e crescono con fatturati da capogiro. L'esposizione finanziaria per la scalata Bnl, dicono i manager, è ben calcolata. E intanto sugli scaffali spuntano i nuovi prodotti del commercio equo

porto (come ormai sembra scontato), Unipol, che vanta già anche Unipol banca, diventerebbe un fortissimo competitore anche a livello bancario. Per Mps hanno giocato poi anche altri fattori più politici, visti i rapporti con una parte del centrosinistra, da Giuliano Amato a Franco Bassanini.

Quei manager col marchio

Il presidente Aldo Soldi, che tra l'altro ci tiene anche a fare una precisazione sull'uso del prestito sociale per l'operazione Unipol (i ri-

sparmi dei soci non sono messi a rischio dalla ricapitalizzazione), spiega che uno dei fattori principali del grande successo commerciale delle coop, in particolare nel settore della distribuzione, sta nello stile di guida. Le cooperative, spiega il presidente di Unicoop Tirreno, sono cresciute in questi anni perché i dirigenti hanno dimostrato una grande capacità manageriale, che però è stata mescolata a una coerenza con i principi e i valori che stanno alla base della cooperazione. «E' qui il nostro segreto - dice Soldi - e io penso che se un giorno dovessimo rinunciare a una delle due gambe, andremmo incontro a un fallimento».

E' lo stesso discorso che si tenta di applicare nelle nuove scuole di formazione dei quadri coop (sono ormai lontani i tempi delle Frattocchie, la scuola quadri del Pci, che sfornava anche i dirigenti delle coop rosse). Ed è un discorso che viene fatto sempre più spesso da esperti e studiosi della cooperazione come Alberto Zevi, responsabile del Centro studi della Lega o Stefano Zamagni, studioso dell'economia civile. «La cooperativa che fonda la propria struttura di governance sul modello della gerarchia, anziché su quello dell'autorità, perderebbe l'occasione più preziosa di valorizzazione della propria specificità identitaria», scrive Zamagni nel libro «Verso una nuova teoria economica della cooperazione», Il Mulino, 2005. Ma sui temi della struttura di comando interno delle cooperative e sul rapporto tra manager, soci e lavoratori torneremo in una prossima puntata di questa inchiesta. Per ora è utile raccontare quello che ci hanno detto i protagonisti a proposito del boom commerciale della cooperazione.

La filiera del commercio equo

Il 50% del commercio equo e solidale italiano è da attribuire alle cooperative. Si tratta di un settore in espansione, che è cresciuto per merito soprattutto delle centinaia di piccole botteghe dell'economia alternativa, che in questi anni hanno creato un mercato e una cultura. Ma anche le coop organizzate hanno colto l'occasione da almeno dieci anni per aggiornare il loro concetto di solidarietà sociale, ereditato dal mutualismo ottocentesco. «Noi commercializziamo il caffè equo e solidale dal 1995 - racconta Domenico Brisigotti, responsabile prodotti a marchio - abbiamo scelto da tempo di commercializzare i prodotti con il marchio solidale, secondo gli standard internazionali». E la scelta non è stata superficiale. I prodotti si controllano nella loro filiera, dal produttore al consumatore, anche perché Coop si impegna a venderli nei supermercati e ipermercati con il suo stesso marchio. Due sono stati i problemi principali: il livello troppo alto dei prezzi dei prodotti equi e solidali e la qualità dei prodotti stessi. Brisigotti racconta i test con i consumatori coop. Si danno per esempio tre confezioni anonime di caffè. Il socio-consumatore va a casa e le prova, dando un voto da uno a cinque. «Spesso - dice Brisigotti - i test ci hanno sorpreso, perché i voti più alti sono andati ai prodotti equi». Il sistema coop ha scelto infatti di equilibrare i prezzi (altrimenti il prodotto diventava inevitabilmente di nicchia) e di dare soldi ai produttori (le piccole cooperative nell'America Latina o in India) per migliorare gli standard. La tesi è semplice: la solidarietà non deve essere per forza un sacrificio. Il caffè solidale può essere buono, anzi molto più buono di quello normale, così come succede per il cioccolato.

In questo settore il mondo delle coop sta investendo parecchio. Si allargano sugli scaffali i prodotti col marchio equo e solidale e le coop sono state protagoniste di battaglie anche di ordine culturale che potrebbero avere effetti diretti sul mercato. Un esempio noto? La battaglia del latte in polvere.

2. continua.

Un rischio ben calcolato

Aldo Soldi, presidente di Unicoop Tirreno, una delle più importanti realtà nel mondo della distribuzione, sia in termini di fatturato, sia di numero di soci (vedi la scheda qui sotto), ci spiega che l'esposizione finanziaria per la scalata della Bnl è stata attentamente valutata per mesi e che il rischio è più che calcolato. «Le cooperative che hanno aderito alla ricapitalizzazione - spiega Soldi - hanno messo a disposizione cifre sostenibili per ogni singolo bilancio». Unicoop Tirreno, potenza commerciale che ha i suoi principali punti vendita in Toscana e nel Lazio, ha deciso di mettere in gioco 32 milioni di euro per la ricapitalizzazione. Una grossa cifra, che però appare «sostenibile», se si guarda il fatturato e il livello delle vendite. Unicoop Tirreno ha 79 punti vendita, circa 6000 dipendenti, 647 mila soci e un livello di vendite che sfiora un miliardo e duecento milioni di euro. Aldo Soldi spiega che il vero segreto di tutta questa vicenda non si deve andare a cercare tanto nelle operazioni finanziarie «pure», quanto piuttosto nel modo di operare delle cooperative. Il segreto, tanto per usare un termine di moda, è la rete. «Le cooperative - dice il presidente di Unicoop Tirreno - hanno fatto sistema». Hanno cioè saputo raccogliere una cifra molto importante per la scalata di Unipol, ma una cifra che è diventata tale per effetto del «sistema». Su questo ragionamento si sono attestati i gruppi dirigenti di tutto il mondo delle coop rosse e in particolare il management della grande distribuzione, anche se con qualche

Fatturato, soci e dipendenti delle Coop prime in classifica

La grande distribuzione è prima nelle graduatorie dei fatturati. Tra le cooperative più importanti che aderiscono alla Lega nazionale, le prime appartengono infatti a questo settore. In lista le coop che hanno dato l'appoggio più consistente all'operazione Unipol/Bnl. Al top c'è la **Coop Adriatica**, (759 mila soci) il cui presidente è Pierluigi Stefanini, presidente anche di **Holmo**, la holding di Bologna che attraverso Finsoe controlla Unipol. Stefanini è uno degli uomini chiave della scalata di Consorte e uno dei manager più rappresentativi in questo periodo di grandi trasformazioni del movimento cooperativo italiano. La Coop Adriatica ha il fatturato più

pesante. Nel 2003 le vendite ammontavano a 1,7 miliardi di euro, con un prestito sociale di 1,6 miliardi di euro, con 188.098 soci prestatori. Al secondo posto della graduatoria nazionale della distribuzione c'è **Unicoop Firenze**, (900 mila soci) con un fatturato di circa 1,2 miliardi di euro. Presidente è quel Turiddu Campanini che, per gli stretti legami con Monte dei Paschi di Siena (di cui Unicoop è azionista), si è opposto alla ricapitalizzazione per la scalata di Unipol. Punto forte della grande distribuzione «rossa» c'è poi la **Coop Lombardia**, (717 mila soci) con un livello di vendite molto elevato, 1,1 miliardi nel 2003.

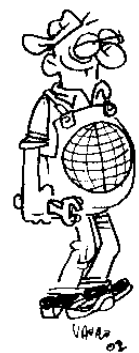
Presidente di Coop Lombardia è Silvano Ambrosetti. Un altro punto forza della cooperazione lo si trova in **Unicoop Tirreno**, nata a Piombino nel 1945 con un nome che era tutto un programma: «La Proletaria». Presidente di Unicoop Tirreno (640 mila soci) è Aldo Soldi, che vanta un bel risultato sia di vendite (932 milioni nel 2003). Unicoop Tirreno è presente in Toscana, Lazio, Umbria e Campania. Altra grande è la **Coop Estense**, 887 milioni e rotti di fatturato nel 2003, presidente Mario Zucchelli. L'Estense è presente in Emilia e in Puglia e ha avuto qualche tensione con i sindacati per il rinnovo dei

contratti e l'allargamento al sud. Una delle maggiori imprese del sistema è poi la **Coop Consumatori Nordest**. Nata nel 1995, oggi ha un livello di vendite sul miliardo di euro, presidente è Marco Pedroni. Altra importante realtà è quella della **NovaCoop**, con un livello di vendite pari a circa 850 milioni di euro. C'è poi la **Coop Liguria**, con un livello di vendite sui 700 milioni di euro, con 431 mila soci e la **Coop Centro Italia**, 576 milioni di euro e 375 mila soci. Se queste sono le maggiori, c'è poi una miriade di cooperative di distribuzione di media grandezza, che però in totale fattura quasi 700 milioni di euro l'anno e raccoglie 350 mila soci.

PIANETA LAVORO

VITTORIO LONGHI

La Ford affama gli operai russi



Alla Ford russa aumenta la produzione, crescono i profitti, ma i salari restano al di sotto degli standard minimi. Nella grande fabbrica di Vsevolozhsk, vicino San Pietroburgo, gli operai sono costretti a turni sempre più pesanti e a continui straordinari per stare dietro agli ordini, ma a ogni richiesta di aumento di stipendio e miglioramento delle condizioni di lavoro, la compagnia si rifiuta anche solo di trattare.

Così, questa settimana, il sindacato che rappresenta oltre mille metalmeccanici, su un totale di 1.700 dipendenti, ha minacciato una serie di scioperi a singhiozzo per i prossimi giorni se la direzione non si deciderà a concedere almeno l'aumento del 30 per cento. «La catena di montaggio ci ha spremuto come limoni ultimamente, ma non ci spaventano i nuovi carichi di lavoro - dice Alexei Etimanolov, delegato sindacale che sta portando avanti la protesta - chiediamo solo che gli stipendi vengano adeguati». Visto il boom di domanda di automobili straniere, la

filiale russa della multinazionale americana ha annunciato un investimento di 30 milioni di dollari per il 2006, necessario a portare la produzione del modello Focus a 60 mila vetture all'anno. Anche se la forza lavoro sarà incrementata, l'azienda si aspetta un maggiore rendimento dai dipendenti attuali e insiste nel non volere trattare sullo stipendio già basso che paga ora.

Un operaio, infatti, prende tra i 10 mila e i 17 mila rubli al mese, cioè tra 350 e 600 euro, «molto meno di quello che Ford paga in Brasile», spiega Etimanolov, dove il salario arriva anche a 900 euro, integrato poi dai premi di produzione. Le altre richieste del sindacato riguardano la parità di trattamento per i nuovi assunti, l'introduzione di una sorta di tredicesima e la partecipazione alla gestione dei fondi assicurativi, ora amministrati interamente dalla direzione. Ma Todd Nissen, portavoce della Ford europea, ha non tentato neanche di mediare e tiene a ribadire, invece, la filosofia

marcatamente liberista della compagnia che «deve cercare sempre - ha detto - le condizioni più competitive nei contesti in cui opera». In Russia, infatti, all'abbassamento del costo del lavoro si è associato, con la riforma del 2002, un abbassamento generale dei diritti e delle tutele, tanto che è molto difficile oggi organizzare un sindacato e soprattutto uno sciopero. Se il governo, illudendosi di attirare capitale e rilanciare così lo sviluppo, è dalla parte delle aziende straniere in modo incondizionato, gli operai sembrano aver riscoperto un certo orgoglio sindacale: le iscrizioni alla sigla che rappresenta Etimanolov sono passate in pochi mesi da poche centinaia a oltre 1.100, dopo le ultime rivendicazioni.

A rafforzare la protesta, proprio in questi giorni, è stato anche il tentativo dell'azienda di impedire l'accesso in fabbrica del segretario regionale dei metalmeccanici, Gennady Trudov, che insieme ai delegati aveva chiesto un incontro con i dirigenti. La

storia della fabbrica di Vsevolozhsk non è diversa, in ogni caso, da quella di altri impianti in cui i grandi produttori di automobili, come General Motors, Renault, Bmw ma ora anche Toyota e Hyundai, sfruttano un mercato in forte espansione e un costo del lavoro minimo. Gli analisti del settore dicono che la domanda di macchine straniere, soprattutto utilitarie, stia correndo a un ritmo tre volte superiore all'offerta, con un tasso di importazione in crescita del 40 per cento all'anno. La quota di mercato lasciata alle vecchie compagnie russe non ha superato il 12 per cento quest'anno e l'unico modo che molte hanno di sopravvivere è formare joint-ventures con le multinazionali straniere.

La Renault, ad esempio, produce già 60 mila vetture nello stabilimento della Avtoframos di Mosca, dagli impianti della Avtotov ne escono circa 20 mila con marchio Kia e Bmw, mentre solo la Gm-Avtovaz ne assembla più di 100 mila.