Diacronie
Studi di Storia Contemporanea

N° 22, 2 | 2015
Costruire

La cooperazione di consumo nel Monfalconese nella seconda metà del Novecento

Dalla Cooperativa Consumo Lavoratori del Monfalconese alla Coop
Consumatori Nordest (seconda parte)

Enrico Bullian

Edizione digitale

URL: <https://journals.openedition.org/diacronie/2046>

DOI: 10.4000/diacronie.2046

ISSN: 2038-0925

Editore

Association culturelle Diacronie

Notizia bibliografica digitale

Enrico Bullian, «La cooperazione di consumo nel Monfalconese nella seconda metà del Novecento», *Diacronie* [Online], N° 22, 2 | 2015, documento 7, online dal 01 juin 2015, consultato il 21 septembre 2021. URL: <http://journals.openedition.org/diacronie/2046> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/diacronie.2046>

Creative Commons License

7/

La cooperazione di consumo nel Monfalconese nella seconda metà del Novecento

Dalla Cooperativa Consumo Lavoratori del Monfalconese alla Coop Consumatori Nordest (seconda parte)

Enrico BULLIAN *

Lo studio sull'evoluzione della cooperazione di consumo nel Monfalconese dal secondo dopoguerra restituisce un quadro mai ricostruito dalla storiografia, perlomeno su una dimensione locale. Si analizzano da una parte la crescita delle strutture aziendali dall'originaria Cooperativa Consumo Lavoratori del Monfalconese (1945) alla Coop Consumatori Friuli (1985) e infine alla Coop Consumatori Nordest (1995); dall'altra i passaggi dai "negozi di paese" al Discount di Monfalcone degli anni Settanta fino alla successiva sostituzione con un rinnovato Supercoop. In particolare la costituzione di uno dei primi Discount a livello nazionale rappresentò per il territorio e per la cooperazione di consumo un'esperienza sperimentale fondante, resa possibile dai collegamenti con gli enti locali e le organizzazioni politiche e sindacali di allora.

1. La creazione di una nuova rete commerciale incentrata attorno al Discount di Monfalcone a cavallo tra gli anni Settanta e Ottanta

Il primo periodo del Discount di Monfalcone fu caratterizzato – come si è visto nel primo saggio¹ – da un repentino e per certi versi inatteso sviluppo. È opportuno chiedersi quale fosse la rete commerciale presente nel Monfalconese allora, cioè chi fosse la concorrenza del Discount, come era organizzata e come si comportò nei confronti di Coop. Negli anni Settanta la situazione era molto diversa da oggi: attualmente la medio-grande distribuzione ha saturato il mandamento², mentre allora la rete commerciale era ancora dominata dai piccoli negozi, con alcune eccezioni a Monfalcone come Standa (in viale San Marco), Despar (in via Romana), Coop Operaie triestine (dal 1972 nell'attuale struttura di via Plinio)³ e Upim (di viale Duca d'Aosta, dedicato al non alimentare). Risulta evidente quanto debole fosse la concorrenza (e l'offerta per i consumatori) negli anni Settanta e Ottanta, in un settore che non era stato liberalizzato (vigeva il regime delle licenze) e che lasciava scarso spazio a nuovi insediamenti. Tuttavia regnava l'incertezza attorno all'investimento della Cooperativa Consumo Lavoratori del Monfalconese (CCLM), dal momento che tale modello non era di fatto mai stato sperimentato in Italia. I testimoni intervistati concordano nel sostenere che inizialmente la concorrenza lasciò fare, anche perché la “profezia” di molti era: «non dura tanto»⁴. Quando invece la struttura incominciò a fatturare e ad esercitare il ruolo prima solo teorizzato di calmieratrice dei prezzi, iniziò uno scontro con i commercianti che si incattivì per qualche anno. Mario Dal Canto ricorda dei tentativi di boicottare i fornitori della CCLM e delle voci che correivano sulla volontà addirittura di gambizzarlo, nella sua veste di responsabile commerciale. Lucio Pieri aggiunge che i commercianti tentarono di interferire (e quindi evitare) la vendita del capannone di via Colombo da Stignano alla CCLM.

¹ BULLIAN, Enrico, «La cooperazione di consumo nel Monfalconese nella seconda metà del Novecento. Dalla Cooperativa Consumo Lavoratori del Monfalconese alla Coop Consumatori Nordest», in *Diacronie. Studi di Storia contemporanea*, 20, 4/2015, URL: < http://www.studistorici.com/2014/12/29/bullian_numero_20/ > [consultato il 28 giugno 2015].

² Con gli anni Duemila si insediarono a Monfalcone Emisfero, IperSimply, Lidl, Hurra e altri, che resero di fatto la Coop di via Colombo gradualmente sempre più periferica.

³ Cfr. APIH, Elio, *Le cooperative operaie di Trieste, Istria e Friuli*, Trieste, Stella Arti Grafiche, 1993, p. 123.

⁴ Intervista di Enrico Bullian a Lucio Pieri, Ronchi dei Legionari, 31 marzo 2014. Cfr. Intervista di Enrico Bullian a Mario Dal Canto, Fogliano-Redipuglia, 11 aprile 2014. Dopo la prima nota, il nome degli intervistati compare fra parentesi direttamente nel testo alla fine delle successive citazioni.

Lo scontro che i commercianti privati ingaggiarono a fine anni Settanta nei confronti del Discount di Monfalcone non arrestò la frenetica attività di quest'ultimo. Iniziarono a essere stampate – in occasione delle assemblee annuali dei soci per l'approvazione dei bilanci consuntivi dell'anno precedente – le relazioni allegate del CdA e del Collegio dei Revisori. Nella relazione del CdA sul bilancio del 1979 si leggeva che «Nel corso dell'anno si sono registrate ben 489 nuove adesioni portando così il numero a 8991 al 31 dicembre 1979»⁵ e si segnalava – fra i soci – la massiccia presenza di residenti in Provincia di Trieste. In definitiva, «la Cooperativa ha incrementato le vendite passando da 1.097.938.907 del 1977 ai 2.407.873.964 del 1978 agli ultimi 3.786.264.357 del 1979».

Sull'annosa questione dell'acquisto del capannone e dell'area adiacente per il progetto di ampliamento e per l'acquisizione della licenza si sosteneva:

la Cooperativa nel 1979 ha acquistato dalla ditta “Stignano” il capannone e l'annesso terreno, ove già attualmente svolge la sua attività. Il prezzo dell'acquisto è stato di 154 milioni [mentre prima era in affitto, ndA]. Ci preme sottolineare ancora che il tutto non è stato di facile attuazione ed è potuto avvenire solo dopo l'autorizzazione da parte del Consorzio della Zona Industriale di Monfalcone. Resta fermo il nostro impegno [...] all'inserimento di un centro lavorazione e confezionamento ortofrutta, salumi, latticini, che ci consentirà di avere rapporti diretti con alcuni produttori. [...]

Non appena ottenuta tale autorizzazione, e subito dopo l'acquisto dell'immobile, ci siamo messi immediatamente al lavoro per presentare il progetto complessivo della nuova struttura di vendita, di magazzino e dei servizi, al competente Ufficio Tecnico del Comune per l'approvazione. [...]

Inoltre la CCLM avviava la creazione di una nuova rete commerciale nel territorio, a Panzano, a Torviscosa e, in prospettiva, a Gorizia:

Nel 1979 si è provveduto ancora all'acquisto da parte della Cooperativa della licenza di drogheria attigua al nostro negozio di Panzano. I locali, invece, sono stati presi in affitto dall'A.E.U.P. con l'obiettivo di raddoppiare il negozio trasformandolo in un Discount urbano. [...] Il costo globale della ristrutturazione sarà di circa 25 milioni di lire.

⁵ A. CGIL, Lettura Record: n. file 312/2/5, Coop Discount CCLM, Assemblea ordinaria dei soci, *Attività della cooperativa nell'anno 1979 (dalla relazione del Cons. di Amministrazione)*, maggio-giugno 1980. Da qui alla successiva nota, tutte le citazioni sono tratte da questo documento.

Sollecitati dai lavoratori della SNIA e da alcuni soci della bassa friulana in dicembre 1979 abbiamo aperto a Torviscosa uno spaccio Cooperativo gestito dai lavoratori, con il volontariato [...]. Precisammo, sin dall'inizio, che questa era una soluzione temporanea. [...]

Nell'obiettivo di dare a Gorizia una soluzione Cooperativa [...] si è allacciato un dialogo con la Cooperativa C.O.I. di Straccis [che in seguito condusse alla fusione per accorpamento, ndA].

Nel 1979 era già operativa la pubblicazione e diffusione di un bollettino di informazione della CCLM, con una tiratura fino a 15.000 copie, un rapporto con le radio locali e con il quotidiano locale «Il Piccolo». La CCLM aveva organizzato un corso di formazione di 6 mesi per i capi reparto e aveva messo a disposizione un proprio quadro «per la ristrutturazione della rete distributiva delle Cooperative Meridionali del tipo Discount ed istruendo il personale [delle Cooperative del Mezzogiorno, ndA] attraverso periodi di addestramento presso il negozio di Monfalcone», in linea con l'impostazione di allora dell'Associazione Nazionale delle Cooperative di Consumo (ANCC). La CCLM aveva cercato rapporti costanti con le forme di acquisto collettivo già esistenti, a partire dai comitati di autogestione degli asili, per poi arrivare a quelli delle scuole elementari e medie, degli enti comunali per l'assistenza e delle case di riposo per anziani⁶.

Gli slogan nel materiale pubblicitario, che riprendevano alcuni passaggi della relazione del CdA, erano:

a) Dal 19 giugno '80 per la prima volta in Italia solo nei negozi coop. **è in vendita la carne in scatola senza nitriti (coloranti)**. La nuova carne in scatola evita il pericoloso inganno nascosto nelle carni eternamente rosate. Infatti, è stata provata la tossicità degli additivi impiegati nel nostro Paese per dare un aspetto attraente ai prodotti inscatolati.

b) Prezzi fermi dei 250 prodotti con marchio Coop

c) Vendite 1979 3.780 milioni

Presenze 1979 96.740

⁶ Per comprendere il funzionamento di queste forme di acquisto collettivo, si veda il paragrafo «Coop-classe» dedicato all'applicazione avvenuta alla scuola elementare di Pieris (comune di San Canzian d'Isonzo), in ZORZIN, Giulia, *L'introduzione del tempo pieno nella scuola elementare pubblica. Il caso di Pieris*, Tesi di laurea triennale in geografia storica, Trieste, Università degli Studi di Trieste, a.a. 2006-2007, pp. 63-64, oltre a una serie di altre citazioni a pp. 52, 53, 61, 67, 68, 107.

Inoltre venivano previsti degli sconti dell'8,5 per cento sulla spesa per i lavoratori colpiti dalla cassa integrazione.

Si segnalava il ruolo attivo assunto dalla CCLM internamente al movimento cooperativo sul tema della concentrazione degli acquisti in un potenziato Consorzio Coop Italia di Pordenone, al fine di garantire alle Cooperative maggior potere contrattuale ed eliminare le «intermediazioni parassitarie». Fu affittato, sempre a Pordenone, un nuovo magazzino di circa 5.000 mq (più i servizi) e 900 mq di uffici, che venne inaugurato il 4 maggio 1980. Già le precedenti politiche di concentrazione degli acquisti avevano consentito di ridurre il costo del rifornimento dall'8,5 per cento nel 1976 al 3,4 per cento del 1979.

L'attività nel 1981 fu segnata da scontri politici interni alla CCLM, che portarono all'uscita di CISL e ACLI dalla gestione unitaria e alle successive dimissioni del Collegio Sindacale in occasione dell'approvazione del bilancio relativo all'esercizio 1981⁷. I dissidi – nelle testimonianze degli intervistati – avevano una natura prevalentemente politica ed infatti le motivazioni non emergono dagli atti ufficiali conservati. Dopo la presidenza di Lucio Pieri (UIL, 1979-1981), si arrivò all'apice della crisi con la successiva presidenza di Ezio Bottegaro (CISL), esponente di rilievo della Democrazia Cristiana (DC) isontina. Sembra affiorare una lettura difficilmente riscontrabile nella documentazione, ovvero il timore dei due principali blocchi partitico-sindacali (PCI e parte della CGIL; CISL e parte della DC) di perdere il controllo della situazione mantenuto fino a quel momento attraverso i propri collegamenti sindacali, avendo ormai la certezza che il Discount poteva rappresentare anche un punto di potere e di gestione del consenso non secondario a livello locale. Quindi ci fu un tentativo di affossare o perlomeno ridimensionare l'attività della cooperativa sostituendo il restante gruppo dirigente, che invece fu abile nel contrastare e sopraffare chi non intendeva procedere sul sentiero tracciato. La fase di turbolenza politica nella gestione della CCLM si risolse con l'elezione a presidente di Emilio Gondolo (ACLI). Fu l'ultimo presidente a rotazione, mentre per il futuro ci si svincolò da logiche così espressamente lottizzatrici, ritornando – almeno in parte – nei lidi più tradizionali della sinistra, nonostante fosse sicuramente penetrata una logica più aziendale rispetto al passato, venendo definitivamente a cessare una ferrea “cinghia di trasmissione” fra la dirigenza della cooperativa e quella politico-sindacale. Non può passare inosservato che negli stessi anni, a livello nazionale, entrava in crisi e poi si dissolveva l'unità sindacale.

⁷ A. CGIL, Lettura Record: n. file 312/2/11, Coop Discount CCLM, *Bilancio 1981, 1982*. Da qui alla successiva nota, tutte le citazioni sono tratte da questo documento.

Ad ogni modo lo sviluppo commerciale della Cooperativa non sembrava risentire particolarmente delle turbolenze politiche interne di inizio anni Ottanta. Infatti nella relazione del CdA si rivendica come “vincente” la filosofia di vendita dei discount, applicata a questo punto non solo a Monfalcone, ma anche nei nuovi negozi di Panzano, Torviscosa e Villa Vicentina, estendendo dunque il “ruolo calmieratore” anche alla Bassa Friulana. A Monfalcone era stata sostituita quasi completamente tutta la scaffalatura.

Nel 1981 il solo Discount di Monfalcone ha avuto un fatturato di Lire 5.653.264.190 con un incremento di oltre il 17,6% sul fatturato dell'anno precedente. Il numero dei nuovi soci presso il solo Discount di Monfalcone è stato di 933 unità. Le presenze nel corso dell'anno sono state 103.501 e la spesa media per scontrino ha raggiunto la ragguardevole cifra di lire 54.612. [...]

Nel 1981 si era anche stipulato «un accordo per acquisire ulteriori 2.836 mq. circa di terreno [...] per portare la superficie del nostro lotto, ove sorge il Discount in via Colombo n. 35, ad un totale di circa 11.000mq», il cui contratto di compravendita fu effettuato il 18 marzo 1982.

Nel 1981 «il negozio di Panzano, ristrutturato nell'agosto 1980, ha avuto un fatturato di 464 milioni impegnando tre dipendenti, le presenze nel corso dell'anno sono state di 61.251 unità».

**Figg. 1- 5. Discount Coop di Panzano, seconda metà anni Settanta.
Archivio personale di Mario Dal Canto.**

Nell'aprile del 1981 la Cooperativa ha inaugurato il nuovo punto vendita di Villa Vicentina [...]. Il negozio ha 436 mq di cui 300 di vendita effettiva [con un personale di 5 unità, ndA]. [...] Alla fine del mese di ottobre la Cooperativa ha ristrutturato, ampliandolo, il punto vendita di Torviscosa, [...], che ha 190 mq di cui 125 mq di vendita effettiva [con un personale di 2 unità, ndA].

[...] la cooperativa, con i suoi 4 punti di vendita, ha avuto nel 1981, un volume d'affari di lire 6.886.543.000 (escluso IVA); ha avuto 2.246 nuove adesioni arrivando, al 31.12.1981 alla cifra di 13.414 soci della Cooperativa. Il personale è aumentato di 12 unità passando da 26 a 38 dipendenti [...]. Le presenze in Cooperativa sono state complessivamente di 195.255 unità. Nel corso del 1981 si è provveduto inoltre ad istituire il Prestito Sociale, raccogliendo il soli 9 mesi di attività lire 111.364.000 di deposito.

La Cooperativa inoltre ha deliberato di partecipare con una quota parte del 70/1.000 alla realizzazione del nuovo magazzino Consortile di S. Vito al Tagliamento.

Nel 1981 avviava la propria attività, con l'elezione del primo Direttivo, la Sezione Soci di Monfalcone, alla quale seguirono negli anni successivi quelle di Villa Vicentina, Torviscosa, Gorizia ed infine Ronchi dei Legionari.

Alla data dell'assemblea dei soci dell'aprile 1983, il Presidente del CdA era Emilio Gondolo, mentre la Direzione era coordinata da Lucio Pieri, con Mario Dal Canto Responsabile commerciale e Maurizio Villani Responsabile organizzativo; infine Responsabile del negozio di Monfalcone diventava Claudio Parolisi. Nella Relazione del CdA allegata all'approvazione del bilancio 1982, dopo aver ricordato il superamento delle «strumentali polemiche» del 1981, si rivendicavano i positivi risultati conseguiti fra il 1977 e il 1982:

la base sociale dopo 5 anni è di oltre 15.000 soci e [...] il discount di Monfalcone è passato da un fatturato di 1.100 ml del 1977 ai 6.556 del 1982 [sui 10.629 complessivi della CCLM, con un incremento del 43,3% rispetto al 1981, ndA], garantitasi una autonomia ed autosufficienza finanziaria, ha sviluppato la sua rete di vendita con le aperture dei negozi di Panzano, Villa Vicentina, Torviscosa, Gorizia e quella di Ronchi dei Legionari.

Ovunque è stata applicata la tecnica e la filosofia del «Discount» anche se recenti analisi basate sull'esperienza consigliano l'opportunità che nei nuovi investimenti, per il recupero delle quote di mercato che ora ci sfuggono, accanto ad una gestione tradizionale «discount» per il settore dei misti, siano assicurati anche altri servizi:

quali l'ortofrutta; i salumi-latticini al taglio; la macelleria con la carne non solo confezionata; gli extralimentari e l'abbigliamento. È un'occasione da non perdere⁸.

Da un punto di vista prettamente commerciale,

Le vendite medie per metro quadro e quindi la produttività della superficie di vendita della ns. rete è di L. 8.402.000 al mq. e nel contesto delle 19 grandi e medie cooperative è inferiore solamente alla produttività delle Cooperative CPL Galliate e Coop Negro di Genova. [...]

La produttività per dipendente nel 1982 è stata di 247 milioni ed è inferiore solamente a quella della Coop Negro di Genova.

Le presenze in Cooperativa sono state complessivamente di 281.892 con un incremento su base anno del 44,37%.

Nel maggio 1982 si era ampliato il Discount di Villa Vicentina portando la superficie complessiva a 640 mq, di cui circa 400 di vendita. A settembre la CCLM aveva rilevato Coop Gorizia, ristrutturando e ampliando i locali di proprietà dell'IACP e quindi riaprendo il negozio completamente rinnovato con il modello discount l'11 ottobre 1982.

Nella stessa relazione del CdA si presentava anche il nuovo Discount di Ronchi dei Legionari di via Redipuglia, che portava a 6 i punti vendita della CCLM. Era stato acquistato e ristrutturato con capitali propri e aveva l'area di vendita su due piani di complessivi 406 mq; l'area di riserva o deposito di 94 mq e l'area di svincolo e parcheggio di 387 mq. Fra i servizi compariva il «banco al taglio con personale specializzato per salumi e formaggi», mentre al piano semi-interrato si trovavano – per la prima volta nei Discount della CCLM – vari generi di abbigliamento. L'inaugurazione del Discount di Ronchi dei Legionari avvenne in concomitanza all'assemblea dei soci il 16 aprile 1983, a cui seguì l'apertura al pubblico il 18 aprile 1983. Il punto vendita restò attivo fino al trasferimento di aprile-maggio 2014, quando l'8 maggio è stata inaugurata la nuova struttura di Ronchi dei Legionari nella piazza Furlan. Gli addetti nel 1983 del Discount di Ronchi dei Legionari erano 9, fra i quali figurava Diego Gherzi, che attualmente è capo area per i Supermercati del Friuli Venezia Giulia (FVG) e del Veneto, mentre la Responsabile del negozio era Elsa Massarutto.

⁸ Archivio personale di Lucio Pieri, CCLM, *Relazioni e bilancio 1982*, Cervignano del Friuli, Assemblea dei soci 16/17 aprile 1983. Da qui alla successiva nota, tutte le citazioni sono tratte da questo documento.

**Figg. 6-8. Inaugurazione Coop di Ronchi dei Legionari, 16 aprile 1983.
Archivio personale di Mario Dal Canto.**

Infine, in riferimento al Discount di Monfalcone, il CdA evidenziava che

con continuità e costanza nel 1982 abbiamo seguito e completato l'iter della pratica per il rilascio della concessione edilizia per il nuovo discount di Monfalcone. Non poche difficoltà sono state superate, vista la modifica da parte della Amministrazione Comunale di Monfalcone della destinazione dell'area di via C.A. Colombo 35. La licenza ci è stata rilasciata in data 19/2/1983 [acquisizione della concessione comunale per l'esecuzione n. 24.341/1980, ndA]. Con la stessa tenacia abbiamo completato le procedure burocratiche relative al finanziamento di 500 milioni attraverso il Mediocredito per la costruzione del nuovo Discount.

All'interno della stessa Relazione redatta nell'aprile del 1983, si delineavano le caratteristiche che dovrà avere il "nuovo" Discount di Monfalcone dopo la ristrutturazione programmata (l'appalto era in fase di assegnazione) in seguito all'acquisizione della licenza nel febbraio 1983. Le principali caratteristiche dovevano essere: l'area utile coperta di 1.943 mq; l'area di svincolo e parcheggio di 9.000 mq e l'area destinata ad uffici di 400 mq. Venivano inseriti i seguenti servizi aggiuntivi: la sala macellazione con confezionamento diretto delle carni; il reparto completo dell'ortofrutta; il reparto gastronomia e il reparto generi non alimentari.

Con le relazioni collegate al bilancio successivo del 1983, si focalizzava l'attenzione sull'andamento dell'occupazione nella CCLM dalla riorganizzazione del 1977 al 1983, con un graduale e costante incremento dei dipendenti dalle 7 unità iniziali alle 52. Nel 1983 la Direzione, coordinata da Lucio Pieri, era composta da 4 persone e altrettante operavano nell'Ufficio Amministrativo, mentre il Discount di Monfalcone contava 19 addetti⁹.

⁹ Archivio personale di Lucio Pieri, CCLM, *Relazioni e bilancio 1983*, Duino-Aurisina, Assemblea generale dei soci 20 maggio 1984. Da qui alla successiva nota, tutte le citazioni, i grafici e le tabelle sono tratte da questo documento.

Tab. 1. Andamento dell'occupazione alla CCLM dal 1977 al 1983.

Dal punto di vista commerciale,

anche nel 1983 la ns. Cooperativa ha aumentato il fatturato portandolo a Lit. 12.741.346.926 con un incremento rispetto al 1982 del 29,45%.

I soci sono passati dai 14.768 del 31/12/1982 ai 15.968 del 31/12/1983 con un incremento di 1.200 unità; e così il Prestito da Soci è passato dalle 298.372.533 Lire al 31/12/1982 alle 858.293.001 Lire del 31/12/1983. [...] la Cooperativa soffre forse per un'espansione troppo rapida. [...] L'impegno finanziario per gli investimenti non ha dato la possibilità alla Cooperativa di incrementare l'utile [di 63.822.639 Lire, ndA], ma questo fatto assume una rilevanza di scelta politica di questa Azienda che vuole mantenere la sua immagine di centro "Discount" a prezzi competitivi e di salvaguardia del potere di acquisto dei salari dei soci-consumatori e non di "profitti" se non finalizzati allo sviluppo ed all'aumento dell'occupazione.

Tab. 2,3. Prestito sociale alla CCLM all'inizio degli anni Ottanta

DEPOSITANTI	31-12-1981	L. 111.364.000						
DEPOSITI	31-12-1982	L. 300.199.193						
DEPOSITI	31-12-1983	L. 858.293.001						
DEPOSITI	31-12-1981	N. 58						
DEPOSITI	31-12-1982	N. 116						
DEPOSITI	31-12-1983	N. 234						

SEZIONE SOCI	1982			1983		
	IMPORTO PRESTITO	N. SOCI PRESTATORI	DEPOSITO MEDIO	IMPORTO PRESTITO	N. SOCI PRESTATORI	DEPOSITO MEDIO
MONFALCONE	234.044.573	84	2.786.245	638.994.583	164	3.896.308
RONCHI DEI LEG.	32.364.381	15	2.157.625	114.818.116	34	3.377.003
VILLA VICENTINA	21.584.580	14	1.541.756	81.427.569	28	2.908.127
TORVISCOSA	2.005.659	1	2.005.659	7.885.606	2	3.942.803
GORIZIA	10.200.000	2	5.100.000	15.167.127	6	2.527.855
TOTALE COOP	300.199.193	116	2.587.924	858.293.001	234	3.867.919

Tab. 4. Indicatori di efficienza dei 6 punti vendita della CCLM (1981-1983).

	1981	1982	1983
DISCOUNT MONFALCONE			
clienti medi per giorno di apertura	338	345	330
produttività a metro-quadro dell'area di vendita	10.870.000	12.607.000	13.303.000
produttività oraria organico vendite/ore lavorate	214.000	244.000	275.405
produttività globale vendite/n. dipendenti	434.769.000	437.066.000	441.455.000
DISCOUNT VILLA VICENTINA			
clienti medi per giorno di apertura	118	168	224
produttività a metro-quadro dell'area di vendita	3.481.000	6.647.000	9.226.609
produttività oraria organico vendite/ore lavorate	129.000	216.000	285.123
produttività globale vendite/n. dipendenti	222.800.000	332.375.000	429.936.567
DISCOUNT TORVISCOSA			
clienti medi per giorno di apertura	046	105	115
produttività a metro-quadro dell'area di vendita	1.600.000	6.416.000	6.525.114
produttività globale organico vendite/ore lavorate	76.000	175.000	165.462
produttività globale vendite/n. dipendenti	96.000.000	385.000.000	304.505.333
DISCOUNT MONFALCONE LOC. PANZANO			
clienti medi per giorno di apertura	249	286	242
produttività a metro-quadro dell'area di vendita	7.716.000	9.416.000	6.900.522
produttività oraria organico vendite/ore lavorate	91.000	89.000	93.912
produttività globale vendite/n. dipendenti	154.333.000	188.333.000	190.454.400
DISCOUNT GORIZIA			
clienti medi per giorno di apertura	---	---	132
produttività a metro-quadro dell'area di vendita	---	---	4.406.060
produttività oraria organico vendite/ore lavorate	---	---	84.790
produttività globale vendite/n. dipendenti	---	---	185.054.500
DISCOUNT RONCHI DEI LEGIONARI (8 mesi)			
clienti medi per giorno di apertura	---	---	335
produttività a metro-quadro dell'area di vendita	---	---	5.087.579
produttività oraria organico vendite/ore lavorate	---	---	153.645
produttività globale vendite/n. dipendenti	---	---	190.170.207

Nel 1983 furono costituite e iniziarono l'attività le 4 sezioni soci, che seguirono quella già operativa di Monfalcone: Ronchi dei Legionari, Gorizia, Villa Vicentina e Torviscosa. La più numerosa era quella di Monfalcone con 9.325 soci. Era presieduta da

Attilio Galovics e si estendeva, oltre che a Staranzano, nei comuni della Provincia di Trieste, che contribuivano con circa 2.500 soci. La sezione di Ronchi aveva 1.565 soci ed era presieduta da Nicola Rusca. Operava sui restanti comuni del Monfalconese, ad esclusione di San Canzian d'Is. e Turriaco che rientravano in quella di Villa Vicentina.

Il 25 ottobre 1983 fu inaugurato il nuovo Magazzino di San Vito al Tagliamento, al servizio delle cooperative del FVG e del Veneto. Era costruito su un'area di 43.800 mq ed aveva una superficie di 16.000 mq, così suddivisa: magazzino generi vari 11.800 mq; ortofrutta 2.600 mq; latticini/salumi 1.600 mq e uffici e servizi 1.600 mq. Il Direttore del Magazzino Luigi del Rizzo scriveva:

Il costo della struttura è stato di L. 6.300.000.000 che è stato sostenuto dalle Cooperative Emiliane per il 60% e dalle cooperative di Monfalcone, Buttrio, Borgomeduna, Unicoop (Concordia) e Casarza per il 40%. [...] La nostra Cooperativa ha partecipato con L. 450.000.000 circa [7 per cento, ndA]. Attualmente il magazzino occupa 90 persone, [...] oltre a [...] 20 autotrasportatori.

Infine, per la prima volta in un documento presentato ai soci si ritrova un riferimento alla possibilità di fusioni fra cooperative, con una necessaria fase di omogeneizzazione che avvenne – appunto – nel corso del 1984.

Sul piano dei rapporti con il Movimento la Cooperativa è parte attiva per uno studio di fattibilità per la creazione di una azienda regionale con l'accorpamento delle tre grosse strutture oggi esistenti: la Cooperativa Operaia di Consumo Borgomeduna di Pordenone, la Cooperativa Consumo dei Lavoratori Off. Mecc. Danieli & Ass.te di Buttrio e la Cooperativa Consumo Lavoratori – Monfalcone s.c.r.l. di Monfalcone.

La storica economica Vera Zamagni ha elaborato i dati riguardanti le Coop italiane, consentendo il raffronto fra le varie realtà. Nel 1983 Coop Monfalcone contava 6 punti vendita, 15.968 soci e 13,8 miliardi di lire di vendite. Anche Coop Borgomeduna e Coop Buttrio avevano 6 negozi ciascuna. La prima tuttavia possedeva 16.282 soci e 21,3 miliardi di lire di vendite, mentre la seconda 21.600 soci, ma 17,7 miliardi di vendite. La comparazione con altre aziende, permette di comprendere la dimensione ancora ridotta di tali cooperative – che si fusero nel 1985 – rispetto ai dati di altri soggetti (a titolo d'esempio: Coop Nordemilia: 65 punti vendita, 69.768 soci e 173,1 miliardi di lire di

vendite; Unicoop Firenze: 78 punti vendita, 169.205 soci e 372 miliardi di lire di vendite)¹⁰

2. L'epoca delle fusioni tra cooperative dalla metà degli anni Ottanta agli anni Novanta. Dalla fondazione di Coop Consumatori Friuli (1985) all'ingresso in Coop Consumatori Nordest (1995)

2.1. Dalla ristrutturazione-ampliamento del Discount di Monfalcone (28.10.1984) all'apertura del nuovo Supercoop (19.11.1998)

Dalla metà degli anni Ottanta iniziò un processo irreversibile di ampliamenti e fusioni aziendali, che portò ad un marcato accentramento delle strutture amministrative e direzionali della cooperazione di consumo. Ne deriva una doppia trattazione: se da una parte si continua a ricostruire la storia dei punti vendita nel Monfalconese, dall'altra parte è necessario seguire – a grandi linee – lo sviluppo imponente dell'azienda cooperativa, il cui centro decisionale si “allontanerà” dai singoli punti vendita. Così la narrazione alterna ricostruzioni puntuali sul Monfalconese a passaggi di carattere regionale o dell'intera area nord-orientale. Da questo momento, la storiografia si sofferma sulle dinamiche aggregative delle cooperative di consumo e sulle nuove strutture commerciali, mentre quasi scompaiono dalle ricerche le analisi sui singoli punti vendita. A titolo d'esempio si riporta un passaggio di Franco Bojardi:

Notevole sviluppo ha registrato negli anni '80 il supermercato integrato di grandi dimensioni (1.000-2.000 mq); poi, negli anni '90, a prendere sempre più piede è stato l'ipermercato, dislocato nei grandi centri commerciali, distribuito sui 5-6 mila mq di area vendita. [...]

Si era, del resto, registrato in poco tempo un salto impressionante: si era passati da settemila punti di vendita nel 1956 a 1.400 nel 1986, da 3.300 cooperative a cinquecento, tra le quali erano ormai soltanto una decina a primeggiare. Il processo di razionalizzazione, di riconduzione del quadro delle strutture entro criteri di economicità e scelte d'impresa, aveva camminato con indubbia speditezza. In pratica, si erano chiusi tutti i punti di vendita o negozi nei centri di solo tre-

¹⁰ ZAMAGNI, Vera, BATTILANI, Patrizia, CASALI, Antonio, *La cooperazione di consumo in Italia. Centocinquanta anni della Coop consumatori: dal primo spaccio a leader della moderna distribuzione*, Bologna, Il Mulino, 2004, p. 425.

quattromila abitanti. E questo processo era costato discussioni, anche tenaci opposizioni¹¹.

Sul superamento della fase legata ai discount, sulla successiva affermazione dei supermercati e degli ipermercati, lo storico Andrea Baravelli afferma:

venne infine meno la preoccupazione di praticare prezzi inferiori a quelli dei commercianti privati (che fin lì aveva rappresentato la principale giustificazione d'essere della «alternatività» della cooperazione). Il socio della cooperazione non era più quindi un acquirente semplicemente interessato al risparmio; al contrario, optando per i punti vendita della cooperazione, lo stesso compiva una scelta «identitaria». Dimostrava, cioè, di possedere anche un particolare desiderio di socialità. Per queste ragioni venne in parte dismesso il termine «cooperative di consumo» per adottare quello di «cooperative dei consumatori». Allo stesso modo, venuta meno l'esigenza di calmierare i prezzi, iniziarono le riflessioni sulla genuinità dei prodotti e sulla necessità che la cooperazione di consumatori si qualificasse come garanzia per l'immissione sul mercato di alimenti sani e non alterati¹².

Tuttavia è interessante ripercorrere la storia del nuovo Discount di Monfalcone inaugurato il 28 ottobre 1984, che segna il primo evento significativo di quest'epoca. Si trattava di una ristrutturazione del vecchio capannone e allo stesso tempo di un ampliamento all'interno di un edificio adiacente appena costruito, di fatto consentendo il raddoppio della struttura. Si passava dai quasi 700 mq di superficie coperta (di cui circa 500 di area vendita) ai 1.200 mq di area vendita del nuovo Discount. Era ancora questa la formula utilizzata nella campagna pubblicitaria sulla rivista «Noi consumatori»: «A sette anni dalla sua ristrutturazione la Cooperativa Consumo Lavoratori Monfalcone s.r.l. sta ampliando il discount, migliorandolo con nuovi servizi quali la macelleria, il banco salumi e latticini al taglio»¹³. Tuttavia, come dimostrano queste righe introduttive del servizio dedicato all'inaugurazione del punto vendita ristrutturato, era già in atto la progressiva trasformazione verso un supermercato, con i servizi tipici di quelle strutture. D'altra parte a livello nazionale Coop stava dismettendo

¹¹ BOJARDI, Franco (a cura di), *Dalla cooperazione di Consumo alla Cooperazione dei Consumatori nell'Italia del Nord-Est*, Reggio Emilia, Coop Consumatori Nordest, 1994, p. 52.

¹² BARAVELLI, Andrea, *Il giusto prezzo. Storia della cooperazione di consumo in area adriatica (1861-1974)*, Bologna, Il Mulino, 2008, p. 342.

¹³ A. CGIL, Lettura Record: n. file 312/2/17, *Noi consumatori* edizione di Monfalcone, ottobre 1984, n. 8. Numero dedicato all'«inaugurazione del nuovo discount di Monfalcone» prevista per domenica 28 ottobre 1984.

l'esperienza dei discount per avviarsi sulla strada degli ipermercati all'interno dei centri commerciali, organizzandosi in due divisioni: i supermercati e gli ipermercati (il primo fu aperto a Parma nel 1988). Per quanto riguarda le ricadute sul territorio Monfalconese di queste impostazioni nazionali vanno fatte due considerazioni. La prima è che non è semplice stabilire una data di passaggio dal discount al supermercato per la struttura di Monfalcone. Mario Dal Canto ricorda che Monfalcone nel 1984 era già stato pensato – si direbbe oggi – come un discount soft, con l'introduzione del banco salumi e latticini e della macelleria che non si trovano nelle strutture più hard. La seconda riflessione riguarda la sperimentazione sugli ipermercati. Se alla metà degli anni Settanta Coop Italia testò la formula dei discount proprio a Monfalcone (e in alcune altre aree), i primi ipermercati cooperativi furono aperti nell'Italia centro-settentrionale alla fine degli anni Ottanta, mentre arrivarono nella Provincia di Gorizia piuttosto in ritardo, nel 2003 con sede a Gradisca d'Isonzo. Ciò induce ulteriori riflessioni sulla progressiva minore centralità del territorio Monfalconese rispetto agli investimenti della cooperazione di consumo: non solo non rappresentò più un'area di sperimentazione di modelli innovativi, ma il principale punto vendita della Provincia di Gorizia si spostò al di fuori del mandamento Monfalconese, all'Ipercoop di Gradisca d'Isonzo¹⁴.

Ritornando al nuovo discount di Monfalcone inaugurato nel 1984, il punto vendita continuò ad avere un gran successo, divenendo – in seguito all'acquisizione della licenza – aperto anche ai non soci.

Figg. 9-13. Inaugurazione del nuovo Discount Coop di Monfalcone ristrutturato e ampliato, 28 ottobre 1984.

Archivio personale di Mario Dal Canto (tutta la serie di immagini)

* Si nota la collocazione del Discount in un'area industriale, con capannoni attorno e l'ampia superficie destinata a parcheggio.

¹⁴ Intervista di Enrico Bullian a Adriano Persi, Ronchi dei Legionari, 14 luglio 2014.

** Alcuni degli oratori: da sinistra Attilio Gallovics (Consigliere CCLM e Presidente sezione soci di Monfalcone), Emilio Gondolo (Presidente CdA CCLM) e Gino Saccavini (Sindaco di Monfalcone).

I tre sono stati intervistati nel già citato bollettino mensile d'informazione «Noi consumatori», edizione di Monfalcone, nel numero dedicato all'inaugurazione del nuovo discount di Monfalcone ¹⁵.

Fig. 14. Personale Discount Coop di Monfalcone dopo la ristrutturazione-ampliamento del 1984

¹⁵ *Ibidem.*

Figg. 15-28. Interni del nuovo Discount Coop di Monfalcone dopo la ristrutturazione-ampliamento del 1984, con i nuovi servizi

In un'immagine si nota il Presidente della CCLM Emilio Gondolo mentre interveniva come oratore nella giornata dell'inaugurazione. Fu l'ultimo Presidente della CCLM figlio della ristrutturazione del 1976-77 sostenuta dalla spinta sindacale. Nonostante la crisi interna del 1981, era stato rispettato l'accordo che prevedeva la presidenza a rotazione fra esponenti di CGIL, UIL, CISL e ACLI. Dal 1985 si avviò un superamento di quella impostazione, si normalizzò l'elezione-selezione della classe dirigente della cooperativa e la si svincolò da dinamiche sindacali. Infatti nel 1985 ci fu la prima importante fusione che interessò l'area Monfalconese. Come anticipato, Coop Danieli Buttrio e Coop Borgomeduna e la CCLM diedero vita a Coop Consumatori Friuli, divenendo la principale realtà regionale, con sede legale a San Vito al Tagliamento (e in una prima fase anche a Udine). Proprio in occasione dell'inaugurazione del nuovo Discount di Monfalcone, nell'ottobre del 1984, tutti gli

intervistati dalla rivista «Noi consumatori» – Gino Saccavini (Sindaco di Monfalcone), Emilio Gondolo (Presidente CdA CCLM) e Attilio Gallovics (Consigliere CCLM e Presidente sezione soci di Monfalcone) – dichiararono di condividere le opportunità della fusione e quindi di sostenerla¹⁶. In seguito a quella fusione fu eletto Presidente di Coop Consumatori Friuli Lucio Tolloi, che mantenne l'incarico per 10 anni, traghettando la struttura alla successiva fusione del 1995 in Coop Consumatori Nordest. Tolloi prima del 1985 era ai vertici di Lega Coop del FVG e conosceva bene la realtà Monfalconese essendo stato operaio del cantiere. Dopo i 10 anni di Presidenza di Coop Consumatori Friuli, Tolloi assunse per due mandati il ruolo di Vice Presidente di Coop Consumatori Nordest, mentre era Presidente Renzo Testi (1995-2001).

La storia di Coop Consumatori Friuli può essere sintetizzata attraverso i dati pubblicati da Vera Zamagni sulle maggiori Coop nel 1986, 1991 e 1994, tenendo presente che a cavallo fra il 1991 e il 1992 entrò in Coop Consumatori Friuli anche la Cooperativa di Consumo fra Ferrovieri dello Stato di Udine¹⁷. Nella tabella si riportano le informazioni riguardanti le imprese che diedero vita a Coop Consumatori Nordest nel 1995.

Tab. 5. Statistiche sulle Coop che si fusero in Coop Consumatori Nordest. Anni 1986, 1991 e 1994.

	Punti vendita	Addetti	Soci	Vendite (mld di lire)
1986				
Coop Nordemilia	55	1.215	85.900	280,5
Coop Consumatori Friuli	18	416	75.400	105,6
Unicoop Veneto	9	184	12.600	32,3
1991				
Coop Nordemilia	47	1.710	145.100	581,4
Coop Consumatori Friuli	21	554	101.400	180,3
A&B Veneto	7	195		62,3
1994				
Coop Consumatori Nordest	81	2.889	295.000	1.072

I dati raccolti da Zamagni riguardano le maggiori Coop di consumo a livello nazionale (fra le 16 e le 22 nei diversi anni). Fra queste, Unicoop Veneto, poi A&B Veneto, si configurava come una delle minori realtà; Coop Consumatori Friuli era un'azienda classificabile nella metà o nella metà inferiore della classifica, mentre Coop

¹⁶ *Ibidem*. Si veda in particolare il servizio «L'opinione di...», con le interviste a Gino Saccavini (Sindaco di Monfalcone), Emilio Gondolo (Presidente CdA CCLM) e Attilio Gallovics (Consigliere CCLM e Presidente sezione soci di Monfalcone).

¹⁷ ZAMAGNI, Vera, BATTILANI, Patrizia, CASALI, Antonio, *op. cit.*, pp. 426-427, 456-457.

Nordemilia nella metà superiore, pur senza raggiungere i vertici. Con il passaggio a Coop Consumatori Nordest ci fu un notevole cambio di passo, arrivando a divenire la quarta Coop a livello nazionale per fatturato, la seconda per numero di soci, la terza per addetti e la prima per numero di punti vendita¹⁸. In generale, le migliori performance erano ottenute continuativamente da Unicoop Firenze.

Tab. 6. Statistiche su Unicoop Firenze. Anni 1986, 1991 e 1994.

	Punti vendita	Addetti	Soci	Vendite (mld di lire)
1986	80	2.518	256.800	631,6
1991	67	2.847	329.500	1.058,2
1994	67	3.848	407.000	1.596

Sulla Coop Consumatori Friuli, Zamagni scrive che

arrivò ad avere [al momento della fusione in Coop Consumatori Nordest, ndA] 24 punti vendita moderni, con quasi 120.000 soci, avendo particolarmente curato il rapporto con i consumatori, con campagne mirate alla sicurezza, all'informazione, all'ambiente, ai giovani, all'educazione ai consumi. Coop consumatori fu la prima azienda in Italia ad escludere i prodotti nocivi allo strato di ozono dal proprio assortimento¹⁹.

L'allora Presidente Tolloi ricorda che la fusione delle tre imprese in Coop Consumatori Friuli avveniva all'interno di una realtà armonica, dove il fatturato proveniva all'incirca per un terzo da ogni azienda pre-esistente. Tolloi segnala che solamente il costo del lavoro era un po' maggiore nei punti vendita riferibili alla Coop Borgomeduna (10-11%), rispetto alle altre (7%). Monfalcone – prosegue – continuava ad essere il punto vendita maggiore dell'intera Coop Consumatori²⁰.

Mario Dal Canto, nel suo archivio personale, ha conservato i preventivi per l'anno 1987, raffrontati al consuntivo 1986. Da questi documenti emergono le schede su ogni punto vendita della Coop Consumatori Friuli, oltre alle statistiche riepilogative sui 18 negozi di allora. Dalle schede risulta che il punto vendita di Monfalcone era «leader in assoluto della Cooperativa» e chiudeva il consuntivo delle vendite del 1986 a 17,6 miliardi di lire, con un numero di clienti che si aggirava fra i 14.500 e i 20.000 e uno

¹⁸ Per una breve storia su «Coop consumatori nordest», si veda l'omonimo paragrafo in *ivi*, pp. 454-459.

¹⁹ *Ibidem*, pp. 457-458. Per quanto riguarda i bambini, «Famosa fu la campagna *Non rompiamogli le favole*, contro l'interruzione con spot pubblicitari degli spettacoli televisivi dedicati ai giovani».

²⁰ Intervista di Enrico Bullian a Lucio Tolloi, Ronchi dei Legionari, 3 aprile 2014.

scontrino medio fra le 74.000 e le 93.400 lire²¹. In effetti sui 18 negozi della Coop Consumatori Friuli nel 1987, i preventivi di fatturato non superavano mai i 10 miliardi di lire, tranne a Monfalcone dove si assestavano su 18,9. Qui l'organico era di 48,5 dipendenti, mentre a Sacile, il secondo punto vendita per personale, si fermava a 27,5. Sia la produttività per anno/dipendente che all'ora a Monfalcone era più alta rispetto alla media dei negozi²².

Tab. 7. Ripartizione fatturato 1986 e organici 1987 nel punto vendita di Monfalcone.

Archivio personale di Mario Dal Canto²³

Reparto	Fatturato (mld di lire)	Dipendenti
Carne	2,024	7,6
Ortofrutta	1,051	5,2
Salumi e latticini	3,427	7,3
Generi Vari	9,818	13,5
Tot Alimentare	16,320	
Extra No food	1,280	3,4
Casse		8,2
Capo Negozio-segreteria amministrativa-dirigenza		3
Tot Fatturato/Tot Organico	17,600	48,2 > 48,5

Erano anni di importanti scelte legate a una fase espansiva sia per la Cooperativa che per il punto vendita di Monfalcone. Quest'ultimo fu interessato da:

cambiamento Capo Negozio, modello organizzativo rivisto, l'introduzione di una grossa quantità di personale nuovo, ecc. – insomma una gestione né stabile né collaudata – dovuta al fatto di essere un negozio atipico rispetto il resto della media aziendale. Un negozio che è il simbolo anche sociale del successo del movimento, in quell'area legata strettamente ad una base sociale sensibile, attenta e orgogliosa dei propri risultati. [...]

Due sono state le iniziative importanti: abbattimento a scheda di 35 prodotti di prima necessità e lo sconto del 10% sulle carni. È prematuro oggi, fare valutazioni, ma indubbiamente questi interventi, tendono a rivitalizzare un'immagine di convenienza che, anche se presente nella sostanza, va ribadita. L'incremento di quota di mercato, rispetto all'anno precedente, è stato del 10,5% buono, ma non

²¹ Archivio personale di Mario Dal Canto, Cooperativa di consumatori del Friuli Venezia Giulia, *Preventivo 1987. Tabelle delle produttività (I)*, in particolare *Scheda negozio di Monfalcone*.

²² Archivio personale di Mario Dal Canto, Cooperativa di consumatori del Friuli Venezia Giulia, *Preventivo 1987. Tabelle delle produttività (II)*, in particolare *Preventivo 1987. Totale*.

²³ Archivio personale di Mario Dal Canto, Cooperativa di consumatori del Friuli Venezia Giulia, *Preventivo 1987. Tabelle delle produttività (I)*, in particolare *Scheda negozio di Monfalcone* [per i dati sul fatturato per reparto]. Archivio personale di Mario Dal Canto, Cooperativa di consumatori del Friuli Venezia Giulia, *Preventivo 1987. Tabelle delle produttività (II)*, in particolare *Preventivo 1987. Negozio di Monfalcone* [per i dati sui dipendenti per reparto].

coerente rispetto al preventivo; buono, invece, rispetto ai prodotti sopraelencati, carente rispetto alle potenzialità. Un'ulteriore recupero del 3% di quota di mercato, oltre l'inflazione, tiene conto dell'assestamento definitivo del negozio e di tutti gli interventi, anche esterni, a cui il negozio è interessato; es. lavanderia, lavaggio auto, ecc.²⁴

Dalle stesse schede si possono ricavare le stesse informazioni sul negozio di Ronchi dei Legionari che chiudeva il consuntivo 1986 a 3,070 miliardi di lire, con 10 dipendenti, un numero di clienti che si aggirava fra i 7.900 e gli 11.000 e uno scontrino medio fra le 24.200 e le 28.200 lire²⁵.

Tab. 8. Ripartizione fatturato 1986 e organici 1987 nel punto vendita di Ronchi dei Legionari.
Archivio personale di Mario Dal Canto²⁶.

Reparto	Fatturato (mld di lire)	Dipendenti
Carne	0,880	0,2
Ortofrutta	0,239	0,9
Salumi e latticini	0,880	2,6
Generi Vari	1,743	2,8
Tot Alimentare	2,950	
Extra	0,120	0,5
Casse		1,8
Capo Negozio		1
Tot Fatturato/Tot Organico	3,070	10

Si evidenzia come il valore degli scontrini medi a Ronchi dei Legionari fosse molto più contenuto rispetto a Monfalcone, dimostrando una tipologia di servizio diversa dal grande punto vendita, associabile a quella di un negozio di vicinato. Nella scheda di Ronchi dei Legionari si leggeva:

Dal punto di vista strutturale ci sono limiti di difficile soluzione [...] Il negozio nell'ambito del mercato in cui è posto, svolge una sua funzione ed un ruolo; va

²⁴ Archivio personale di Mario Dal Canto, Cooperativa di consumatori del Friuli Venezia Giulia, *Preventivo 1987. Tabelle delle produttività (I)*, in particolare *Scheda negozio di Monfalcone*.

²⁵ Archivio personale di Mario Dal Canto, Cooperativa di consumatori del Friuli Venezia Giulia, *Preventivo 1987. Tabelle delle produttività (I)*, in particolare *Scheda negozio di Ronchi dei Legionari*.

²⁶ Archivio personale di Mario Dal Canto, Cooperativa di consumatori del Friuli Venezia Giulia, *Preventivo 1987. Tabelle delle produttività (I)*, in particolare *Scheda negozio di Ronchi dei Legionari* [per i dati sul fatturato per reparto]. Archivio personale di Mario Dal Canto, Cooperativa di consumatori del Friuli Venezia Giulia, *Preventivo 1987. Tabelle delle produttività (II)*, in particolare *Preventivo 1987. Negozio di Ronchi dei Leg.* [per i dati sui dipendenti per reparto].

inserito il banco refrigerato dell'O.F. per fare un servizio effettivo anche nei periodi caldi.

Come emerge anche da questi documenti interni, non veniva più utilizzata la terminologia “discount” e quindi era in atto il passaggio dei punti vendita al “modello supermercato”.

Sempre nel 1987 Coop Consumatori Friuli commissionò un primo studio di fattibilità per costruire un ipermercato inserito in un centro commerciale a Monfalcone²⁷.

L'operazione dovrebbe essere realizzata mediante l'acquisizione di una o più aree adiacenti all'attuale punto di vendita ed il suo conseguente trasferimento.

Osserviamo che la localizzazione è certamente di grandissimo interesse commerciale per la realizzazione di un ipermercato (la popolazione residente nei 25 minuti auto è risultata pari a circa 210.000 unità [contando tutta la città di Gorizia, ma non quella di Trieste; per quest'ultima area è stato considerato prudenzialmente il mantenimento della capacità di attrazione già esistente, stimata in 2,3 miliardi di lire nel 1986, ndA]).

In proposito si ricorderà che nel documento di base per la realizzazione del Piano di Sviluppo Aziendale, Monfalcone è considerata, nella graduatoria delle aree preferibili per l'insediamento di un ipermercato, al quarto posto [l'ipotesi prevedeva fino a 6 ipermercati nella Regione, con le prospettive di fatturato elencate in ordine decrescente: Trieste, Udine, Pordenone, Monfalcone, Gorizia e Palmanova, ndA]²⁸.

Nel documento, l'ipermercato veniva considerato «una tipologia che in Italia deve tuttora considerarsi “innovativa”», e per questo, «La stima del Mercato Potenziale di un ipermercato risulta al momento attuale argomento assai aleatorio a causa della modesta presenza di strutture di questo tipo in Italia e della scarsità di informazioni sulla provenienza della clientela»²⁹. Nonostante queste difficoltà, dallo studio emergeva una stima del fatturato potenziale dell'ipermercato nel settore alimentare fra i 31 e i 38 miliardi di lire.

²⁷ Archivio istituzionale on-line Coop Consumatori Nordest (URL: < <http://coopnordest.archivioistituzionale.it/> > [consultato il 13 febbraio 2015]; d'ora in avanti A. CCN), Coop Consumatori Friuli, *Attivazione di un ipermercato inserito in un centro commerciale nel Comune di Monfalcone (Analisi di mercato preliminare)*, Sincron, maggio 1987.

²⁸ *Ibidem*, p. 1. Cfr. *Ibidem*, pp. 5, 8-10.

²⁹ *Ibidem*, p. 3.

Considerato un valore intermedio di riferimento pari a circa 35 miliardi possiamo ipotizzare un fatturato complessivo di circa 50 miliardi (considerando una segmentazione del fatturato stesso del 70% per il settore alimentare e del 30% per quello extra alimentare).

Considerando una produttività a mq in linea con i valori medi attualmente verificati in Italia (11 milioni al mq), la superficie di vendita risulta nell'ordine di 4.500 mq³⁰.

Tab. 9. Stima del fatturato potenziale dell'ipermercato a Monfalcone³¹.

Isocrone	Residenti	Mercato teorico (mld di lire)	Ipotesi minima		Ipotesi massima	
			Quote di mercato	Fatturato (mld di lire)	Quote di mercato	Fatturato (mld di lire)
0-5 minuti	44.503	120,514	18,0	21,693	20,0	24,103
5-10 minuti	16.547	44,809	8,0	3,585	10,0	4,481
10-15 minuti	14.303	38,733	2,5	0,968	4,0	1,549
15-20 minuti	52.526	142,240	1,0	1,422	2,5	3,556
20-25 minuti	80.421	217,780	0,6	1,307	1,0	2,178
In complesso	208.300	564,076	5,1	28,975	6,4	35,867

Dopo aver stimato la superficie di vendita dell'ipermercato in 4.500 mq, nello studio si verificarono le esigenze spaziali e tecniche per realizzare il centro commerciale.

Diamo per acquisite le motivazioni che fanno preferire un Centro Commerciale ad un ipermercato isolato (completamento della gamma merceologica, maggiore capacità di attrattiva con effetti benefici in termini di giro d'affari dell'iper, valorizzazione maggiore dell'area, possibilità di "alleanze" con commercianti locali e non, migliore impatto della proposta nei confronti delle Amministrazioni pubbliche). [...]

In linea di massima, [...] una prima ipotesi di lavoro può così schematizzarsi³²:

³⁰ *Ibidem*, p. 9.

³¹ *Ibidem*, p. 6. Il consumo alimentare pro-capite medio stimato per l'area di Monfalcone era di 2.708.000 lire nel 1986. Da qui il calcolo del mercato teorico, moltiplicandolo per il numero dei residenti.

³² *Ibidem*, pp. 13-14.

Tab. 10. Superficie del centro commerciale.

	mq	mq
Superficie terreno		25.000
Totale superficie coperta:		9.800
Superficie vendita iper	4.500	
Riserva iper	3.000	
Totale iper	7.500	
Superficie per altri punti vendita	1.500	
Spazi comuni (galleria)	800	
Superficie disponibile per viabilità interna e parcheggi		15.200

I 1.500 mq del centro commerciale avrebbero dovuto accogliere 15-20 negozi. Si ipotizzavano circa 500 posti auto, che venivano considerati relativamente sottodimensionati, dal momento che per far fronte alle “punte” sarebbero serviti almeno 650. Per questo si riteneva “tranquillizzante” poter disporre di un’area di dimensioni maggiori, anche per eventuali ampliamenti³³.

Per sviluppare l’ipotesi dell’ipermercato all’interno di un centro commerciale a Monfalcone si era analizzata anche la situazione della concorrenza, concludendo che «la presenza tutto sommato limitata di punti vendita concorrenti nell’area di Monfalcone ed il relativo livello qualitativo [...] conducono verosimilmente a considerare i risultati del suddetto confronto attuato dai consumatori in senso favorevole all’ipermercato Coop»³⁴. Nel raggio di 10 minuti dall’ipermercato (le prime due isocrone) risultavano operanti le seguenti strutture alimentari³⁵:

Tab. 11. Strutture alimentari nei dintorni.

Insegna	Comune	Area di vendita alimentare (mq)
Coop Consumatori	Monfalcone	1.100
Standa	Monfalcone	570
Coop Operaie	Monfalcone	355
Alisonzo	Monfalcone	250
Despar	Monfalcone	200
Coop Consumatori	Ronchi	400
Calabro	Ronchi	300
A&O	Staranzano	400
Despar	Turriaco	600

Negli allegati venivano approfonditi con due schede specifiche i supermercati Standa (di Viale San Marco) e Upim (di Viale Duca d’Aosta)³⁶. La Standa aveva una superficie di vendita di 570 mq di alimentare a cui si aggiungevano – sullo stesso piano

³³ *Ibidem*, pp. 14-15.

³⁴ *Ibidem*, p. 4.

³⁵ *Ibidem*, p. 7.

³⁶ *Ibidem*, pp. 17-22.

– 1.200 mq di extra alimentare³⁷. Le attrezzature di entrambi i reparti venivano giudicate in cattivo stato di conservazione (ad esclusione dei settori salumi-latticini e pasticceria), considerazione che valeva anche per quelle del reparto non alimentare. L'Upim aveva una superficie di vendita di 1.710 mq disposti su due piani collegati con scala mobile e l'offerta merceologica non era alimentare³⁸.

Veniva anche analizzata la situazione delle attività commerciali nel centro di Monfalcone, suddividendolo in tre zone:

- 1) l'area di via Duca d'Aosta e piazza della Repubblica, che si caratterizzava soprattutto per punti vendita che trattavano beni per la persona, in particolare del settore abbigliamento, con un'immagine esterna valida e un livello qualitativo medio-alto;
- 2) corso del Popolo, dove si trovavano anche diversi alimentari. Presentava un livello di specializzazione e di immagine esterna inferiore rispetto all'area precedente;
- 3) l'area prossima al "mercato coperto" (via Plinio), dove insistevano numerose attività alimentari. Si consideravano qualificati i punti vendita con assortimenti specializzati in via Cavour e via Cesare Battisti. Inoltre qui si trovava anche il negozio delle Coop Operaie, che proponeva oltre a una buona specializzazione nel settore salumi-latticini, un'ampia gamma di generi vari, deperibili e drogheria chimica³⁹.

Avendo menzionato le Coop Operaie triestine, si coglie l'occasione per introdurre il tema delle altre realtà rispetto alla Coop Consumatori Friuli, poi Coop Consumatori Nordest. Infatti continuano ad operare sul territorio regionale anche altre cooperative di consumo, che hanno deciso di non fondersi nella struttura maggiore. È questo il caso di Coop Carnica, Coop Casarsa⁴⁰ e delle Coop Operaie, che hanno il loro centro operativo a Trieste⁴¹. Soprattutto queste ultime sono radicate anche nella Provincia di Gorizia e a Monfalcone. Sia nel 1985 all'epoca della fusione di tre cooperative nella Coop Consumatori Friuli, che nel successivo accorpamento di dieci anni dopo nella Coop Consumatori Nordest, le Coop Operaie decisero la strada dell'autonomia: nei primi anni Duemila sono «la più grande fra le medie cooperative»⁴², ancorché stiano

³⁷ L'alimentare annoverava la presenza di carne, salumi-latticini e ortofrutta a libero servizio, banchi tradizionali di salumi-latticini e forno-pasticceria, una sala surgelati, 6 casse e l'apparecchio eliminacode nei settori con la vendita assistita. La variegata offerta merceologica del non-alimentare era: intimo, calzature, abbigliamento uomo/donna/bambino/per lo sport, giocattoli, cartoleria, profumeria, dischi, casalinghi, biancheria per la casa, mercerie, drogheria chimica.

³⁸ Si proponeva: intimo, abbigliamento uomo/donna/bambino/per lo sport, giocattoli, cartoleria, profumeria, casalinghi, tessili e accessori per la casa, drogheria chimica.

³⁹ *Ibidem*, pp. 23-24.

⁴⁰ ZAMAGNI, Vera, BATTILANI, Patrizia, CASALI, Antonio, *op. cit.*, pp. 496-497.

⁴¹ Per la storia delle Coop Operaie: APIH, Elio, *op. cit.*

⁴² ZAMAGNI, Vera, BATTILANI, Patrizia, CASALI, Antonio, *op. cit.*, p. 499.

vivendo un momento di grave crisi⁴³. Non è possibile approfondire questa esperienza, che andrebbe raffrontata al percorso delle altre realtà invece confluite in Coop Consumatori Nordest, mentre ci si limita a fornire solo alcuni cenni storici che meriterebbero ulteriori analisi. Nel 1953 le Coop Operaie gestivano 69 spacci nella provincia di Trieste, 21 in quella di Gorizia, 3 in quella di Udine e 14 macellerie. Poi si svilupparono i supercoop: dai 7 del 1961 si passò ai 22 del 1972⁴⁴. Nel 1975 venne aperto a Trieste il primo grande supermercato di 1.000 mq, seguito nel 1977 dal primo discount. Nel 2003 raccolsero 153 milioni di euro di vendite, con 51 punti vendita, di cui 44 di superficie inferiore agli 800 mq, 800 dipendenti e 66.500 soci⁴⁵. Il mancato ingresso delle Coop Operaie triestine nella Coop Consumatori Nordest è un tema che andrebbe approfondito.

La principale tappa successiva che interessò Coop Consumatori Friuli, e quindi anche i punti vendita dell'area Monfalconese, fu la fusione con Coop Nordemilia e la formazione di Coop Consumatori Nordest nel 1994-1995. Nel frattempo, come ricorda Lucio Pieri, l'ormai supermercato Coop di Monfalcone continuava ad essere il "fiore all'occhiello" della cooperativa.

In occasione dell'approvazione del bilancio consuntivo del 1993 di Coop Nordemilia, fu presentato il documento, sottoscritto dai due Presidenti in carica Renzo Testi e Lucio Tolloi, sul progetto di unificazione. La nuova cooperativa partiva da un patrimonio pre-esistente di 24 supermercati (di cui alcuni riservati ai soli soci) ereditati da Coop Consumatori Friuli e di 44 super e 3 ipermercati da Coop Nordemilia⁴⁶. Lucio Tolloi ricorda come allora ci fossero tre sfide principali da vincere attraverso il progetto della fusione: l'aumento della competitività; la diffusione degli ipermercati nei centri commerciali e l'espansione nell'Europa orientale collegata alla progressiva espansione dell'UE, anche se, soprattutto quest'ultimo obiettivo, non fu raggiunto secondo le aspettative. Molti intervistati che hanno vissuto le varie fasi di espansione-accorpamento della cooperativa riflettono sul tema dell'allontanamento del potere decisionale dalla base dei soci e dai dipendenti dopo le fusioni, chiedendosi se fosse corretto procedere in quella direzione. Va segnalato che spesso gli intervistati furono fra i protagonisti di quelle scelte e quindi appare prevedibile la difesa del proprio

⁴³ Nel mese di ottobre 2014 si sono susseguiti gli articoli sulla stampa locale e i servizi televisivi in seguito all'intervento della Procura della Repubblica di Trieste che ha chiesto al Tribunale civile il fallimento delle Coop Operaie e la nomina di un amministratore giudiziario, anche per tutelare i dipendenti e i soci che avevano investito nel prestito sociale. A titolo d'esempio, S.A., «Coop operaie, buco di 37 milioni. Gonfiato il patrimonio netto e svuotate le casse. Una vera e propria mazzata per i 600 dipendenti», in *Messaggero Veneto*, 19 ottobre 2014, p. 12.

⁴⁴ BOJARDI, Franco (a cura di), *op. cit.*, p. 51.

⁴⁵ ZAMAGNI, Vera, BATTILANI, Patrizia, CASALI, Antonio, *op. cit.*, p. 490.

⁴⁶ A. CCN, Coop Nordemilia, *Assemblea generale dei soci. Bilancio consuntivo 1993*, p. 23.

operato. Ad ogni modo non sottacciano le ricadute negative, considerate comunque sopportabili rispetto ai benefici ottenuti. Nell'intervista Tolloi si chiedeva se i lavoratori erano stati più garantiti dopo la prima fusione in Coop Consumatori Friuli. La risposta che si diede era affermativa, perché aumentarono la sicurezza sul posto del lavoro, i diritti e le garanzie, con il 92 per cento dei lavoratori con un contratto a tempo indeterminato. Forse il senso di sentirsi in famiglia diminuì e si distanziò il centro decisionale. Le stesse considerazioni valevano anche per la seconda fusione in Coop Consumatori Nordest. Nell'intervista, Lucio Pieri sottolinea che i motivi delle aggregazioni furono sempre gli stessi: le economie di scala. Tuttavia si perse quello spirito di appartenenza, di sacrificio verso l'azienda. All'inizio, nell'esperienza del Discount di Monfalcone, tutti "remavano" più del dovuto, sentivano l'azienda come propria. Tuttavia non è solo una questione di dimensioni: può apparire paradossale, ma lo stesso Pieri, in un altro passaggio, affermava che la filosofia cooperativistica era andata smarrita proprio nella rete dei piccoli negozi di paese del Monfalconese del secondo dopoguerra, mentre era stata recuperata con la ristrutturazione del 1976-77 che dismise 8 punti vendita per creare un unico discount. Ovviamente non è difficile comprendere come fosse diverso gestire la CCLM con 6.000 soci negli anni Settanta rispetto all'odierna Coop Consumatori Nordest che ne conta 600.000. Ad ogni modo, quello del rapporto fra i vertici aziendali e la base dei soci e i dipendenti resta un tema sempre aperto all'interno del mondo cooperativo, in particolare in seguito ai processi di fusione.

A fine anni Novanta ci fu un altro passaggio chiave per il punto vendita di Monfalcone, con la definitiva chiusura della struttura fino allora utilizzata e la costruzione dell'attuale Supercoop nel lotto adiacente. Non si proseguì dunque sulla strada dell'ipermercato interno a un centro commerciale come prefigurato nel citato studio di fattibilità del 1987, ma si creò un supermercato sostanzialmente doppio rispetto al precedente, passando da un'area vendita di 1.200 mq a una di 2.456 mq. L'inaugurazione del Supercoop avvenne il 19 novembre 1998 e l'apertura il 22 successivo.

Fig. 29-31. Inaugurazione del nuovo Supercoop di Monfalcone, 19 novembre 1998.

A. CCN.

Nelle immagini, oltre alla barriera casse, si nota l'introduzione della pescheria, settore molto "sofisticato", come ricorda Pieri, che solitamente fu il reparto che per ultimo entrò nei supermercati. Alla destra è visibile un'immagine del progetto del Supercoop di Monfalcone.

Fig. 32-34. Il nuovo Supercoop di Monfalcone e l'adiacente Tecno Store tra il 1999 e il 2003. A. CCN.

Nell'immagine di sinistra, risalente all'aprile del 1999, si coglie il nuovo servizio bar all'ingresso del Supercoop, mentre al centro si vede l'inaugurazione del Tecno Store del luglio 2002 nella sede del precedente Discount Coop di Monfalcone, ovvero affianco all'attuale Supercoop. Quest'ultimo è raffigurato nella fotografia a destra (16 maggio 2003). A questo punto iniziò una nuova fase per il punto vendita di Monfalcone, con il passaggio da "fiore all'occhiello" (Lucio Pieri) a "riserva indiana per nostalgici" (Adriano Persi). Si verificarono molti eventi che sconvolsero la grande distribuzione nella provincia di Gorizia. In particolare nel 2002-03 aprirono: l'Emisfero di Monfalcone, il primo esempio nel Monfalconese di ipermercato attorniato da una galleria di negozi (dopo la Vela che però aveva dimensioni minori); il primo Ipercoop nella regione a Gradisca d'Isonzo, a pochi chilometri da Monfalcone; il Bennet di Fogliano-Redipuglia. Inoltre sulla stessa statale n. 14 dove sorge il Supercoop di Monfalcone si stabilì anche l'Ipersimply, ma in posizione più strategica dal momento

che lo si incontra prima provenendo dal centro di Monfalcone o da qualsiasi Comune del Mandamento. Ciò significa che improvvisamente il Supercoop di Monfalcone divenne periferico (Adriano Persi). D'altra parte, è proprio Lucio Pieri a dover ammettere, dopo esser stato uno dei protagonisti della storia di quel punto vendita, che «nessuna scelta è buona per tutta la vita».

La scelta di insediare l'Ipercoop a Gradisca d'Isonzo (anziché a Monfalcone) non fu particolarmente apprezzata da alcuni operatori Monfalconesi, come emerge dalle interviste raccolte. Gradisca d'Isonzo era stata preferita in quanto piccola cittadina intermedia fra i due principali bacini provinciali (Goriziano-destra Isonzo e Monfalconese-sinistra Isonzo). Tuttavia Persi ritiene che Coop Consumatori Nordest abbia disinvestito dal territorio Monfalconese, relegando i punti vendita ancora presenti in posizione residuale.

**Tab. 12. Fatturato Supercoop di Monfalcone dal 1995 al 2013.
Dati Coop Consumatori Nordest.**

Vendite in €	Vecchio	Nuovo	incr. AP
1995	14.973.876		
1996	13.978.893		-6,64%
1997	13.115.093		-6,18%
1998	10.363.372	2.900.052	1,13%
1999		17.296.366	30,41%
2000		18.594.968	7,51%
2001		18.709.834	0,62%
2002		18.676.614	-0,18%
2003		12.928.494	30,78%
2004		10.308.326	-20,27%
2005		8.964.062	-13,04%
2006		8.139.832	-9,19%
2007		8.126.426	-0,16%
2008		7.737.727	-4,78%
2009		6.936.387	-10,36%
2010		6.809.551	-1,83%
2011		6.858.876	0,72%
2012		6.485.290	-5,45%
2013		5.787.538	-10,76%

Come si nota, il crollo delle vendite del Supercoop di Monfalcone avvenne nel 2003-2004. Da quel momento in poi, si aprì un periodo commercialmente negativo che prosegue fino ad oggi. Per la prima volta dal 1977, il punto vendita di Monfalcone non rappresentò più la principale struttura commerciale della provincia di Gorizia, essendo stato di gran lunga superato dall'Ipercoop di Gradisca d'Isonzo che ha operato fra il 2003 e il 2013, quando fu trasferito nel limitrofo Comune di Villesse. Infatti il 5

dicembre 2013 inizia un'altra avventura per Coop Consumatori Nordest con l'inaugurazione dell'Ipercoop all'interno del nuovo imponente centro commerciale "Tiare", che affianca l'Ikea.

* L'autore

Enrico Bullian, classe 1983, ha conseguito il titolo di Dottore di Ricerca in Scienze Umanistiche a indirizzo storico presso l'Università degli Studi di Trieste. Ha pubblicato monografie e saggi storici in particolare sull'emergenza amianto e sulle condizioni di lavoro nella cantieristica navale. Attualmente è borsista presso il Consorzio per l'AREA di ricerca scientifica e tecnologica di Trieste.

URL: < <http://www.studistorici.com/progett/autori/#Bullian> >

Per citare questo articolo:

BULLIAN, Enrico, «La cooperazione di consumo nel Monfalconese nella seconda metà del Novecento. Dalla Cooperativa Consumo Lavoratori del Monfalconese alla Coop Consumatori Nordest (seconda parte)», *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea : Costruire. Rappresentazioni, relazioni, comunità*, 29/06/2015, URL:< http://www.studistorici.com/2015/06/29/bullian_numero_22/ >

Diacronie Studi di Storia Contemporanea www.diacronie.it

Risorsa digitale indipendente a carattere storiografico. Uscita trimestrale.

redazione.diacronie@hotmail.it

Comitato di redazione: Jacopo Bassi – Luca Bufarale – Elisa Grandi – Deborah Paci – Fausto Pietrancosta – Matteo Tomasoni – Luca Zuccolo

Diritti: gli articoli di *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea* sono pubblicati sotto licenza Creative Commons 2.5. Possono essere riprodotti a patto di non modificarne i contenuti e di non usarli per fini commerciali. La citazione di estratti è comunque sempre autorizzata, nei limiti previsti dalla legge.