

CIA-CONAD ELEGGE IL NUOVO CONSIGLIO

Il bilancio 2017 si è chiuso con vendite al dettaglio per oltre 1,5 miliardi. Quasi 6.500 gli occupati

Maurizio Pelliconi, 50 anni, è stato confermato presidente di Commercianti Indipendenti Associati, cooperativa di dettaglianti del sistema nazionale Conad che copre i territori di Romagna, Marche, Friuli Venezia Giulia e Veneto. Pelliconi, contitolare del Superstore La Filanda di Faenza, è socio Conad dal 1986 ed è al terzo mandato.

Vicepresidente è Montanari del Conad Bengasi

Era già in consiglio e assume la carica di vicepresidente Andrea Montanari, 49 anni, titolare del Superstore Bengasi di Forlì. La nomina del nuovo consiglio di amministrazione è stata ufficializzata dall'assemblea dei soci svolta il 10 maggio a Rimini.

Sei i nuovi ingressi su sedici componenti. Tra questi anche Francesco Pugliese, 59 anni, direttore generale e amministratore delegato del Consorzio Nazionale Conad. Gli altri neoeletti sono i soci



Foto Fabio Blaco

imprenditori Conad Marina Colombari, Marco Mazzoni, Denis Barichello, Vanni Zanfini e Matteo Lorenzini. Riconfermati l'amministratore delegato Luca Panzavolta, 53 anni, e i soci Zuleika Bacci, Giuseppe Bellavista, Thomas Bellucci, Enrico Gaspari, Massimo Marchionni, Maria Cristina Pianelli e Claudio Pierini. L'età media del nuovo cda è di 50 anni, si aggiunge una donna alla componente femminile.

L'assemblea ha tributato

un ringraziamento al consiglio uscente, in particolare ai cinque consiglieri che hanno concluso il mandato, consentendo l'ingresso di nuovi soci: Daniele Galuzzi, Mario Dal Ben, Paolo Delorenzi, Franco Mambelli e Stefano Zannoni.

CIA-Conad ha chiuso il bilancio 2017 con vendite al dettaglio per oltre 1,5 miliardi di euro. Il dato è stato presentato giovedì 10 maggio nel corso dell'assemblea svolta al Palacongressi di

Rimini. In un mercato della distribuzione organizzata sostanzialmente negativo, le percentuali di crescita del 2017 suscitano particolare soddisfazione: +4,35% sui 12 mesi precedenti in omogeneo, +6% in assoluto (cioè includendo le nuove aperture). Il patrimonio netto sale oltre i 671 milioni di euro, mentre il valore aggiunto generato (inclusi 9 milioni di imposte e tasse e 18,2 milioni di stipendi) è stato di 87 milioni di euro.

Nello stesso periodo le vendite all'ingrosso ai soci sono state pari a 1 miliardo e 94 milioni di euro. Nella rete dei negozi, tra soci e addetti, sono occupate 6.451 persone, per il 65% donne. Il numero sale a 6.854 considerando anche la forza lavoro della Cooperativa e delle società di sistema (403 persone). Si conferma l'utilizzo largamente maggioritario di contratti a tempo indeterminato.

Enrica Mancini

LA PROPOSTA Il docente di Economia Marcello Messori lancia la sua proposta "alternativa"

COME FINANZIARE LA CRESCITA DELLE IMPRESE COOPERATIVE?

Dal palco dell'assemblea dei soci della CMC l'analisi dell'economista della Luiss

Una strada alternativa per finanziare la crescita delle imprese cooperative. A proporla è Marcello Messori, direttore della Luiss School of European Political Economy, autore di un applaudito intervento di fronte all'assemblea dei soci di CMC svolta il 5 maggio. La stessa cooperativa il giorno prima aveva organizzato un a Ravenna un convegno molto partecipato sul tema dei finanziamenti e della crescita

delle imprese cooperative, introdotto dal presidente Alfredo Fioretti e coordinato dal giornalista economico Massimo Fracaro di fronte a un tavolo di relatori che comprendeva il presidente di Legacoop Emilia-Romagna, Giovanni Monti e alcuni dei principali esperti di una materia complessa, ma decisiva. Il problema di partenza è noto dall'alba dei tempi: le imprese cooperative hanno più difficoltà delle altre ad accedere ai mercati finanziari per alimentare la propria crescita. Questo le rende fortemente dipen-

denti dal credito bancario e da altri strumenti, come il prestito sociale, non sempre idonei a raggiungere gli obiettivi che la cooperativa si prefigge. Il problema non sono tanto i vincoli normativi, che dopo la riforma del governo societario sono ormai non più rilevanti, ma la natura stessa della cooperativa, che guarda al lungo periodo e non al profitto di breve termine. Perché?

In pratica, come ha spiegato Messori, gli investitori ritengono che gli strumenti di indebitamento delle cooperative siano meno liqui-

di di quelle capitalistiche e quindi più rischiosi, proprio perché la cooperativa non ha fine speculativo, visto che si occupa del benessere dei soci e del territorio, in un'ottica che non si ferma alla trimestrale. Ma le risorse finanziarie sono comunque necessarie per alimentare la crescita, e qui rischia di innescarsi un circolo vizioso in cui gioca un ruolo anche la dimensione media delle imprese italiane, molto minore rispetto a quelle degli altri paesi industrializzati. Le catene organizzative di società per azioni controllate

da cooperative presentano un bilanciamento non sempre facile tra i pro e i contro, strette tra i principi di mutualità e le esigenze di brevissimo periodo dei mercati finanziari. E anche le piccole imprese capitalistiche che volessero accedere al mercato dei corporate bond scoprono presto che sono necessarie economie di scala per non dover scontare tassi elevati di fronte a strumenti non facilmente liquidabili.

Non c'è soluzione allora? La proposta di Messori è quella di aggirare il problema dell'accesso diretto delle

cooperative ai mercati dei capitali, attraverso la creazione di un intermediario finanziario specializzato. Il suo compito sarebbe quello di aggregare le emissioni di obbligazioni di imprese simili e quindi di finanziarle con una emissione unica sul mercato, cartolarizzandole.

La proposta – ammette lo stesso economista – richiede declinazioni tecniche molto specifiche, ma è interessante, perché allarga la mappa e consentirebbe di finanziare la crescita cooperativa senza perderne il dna. Permetterebbe inoltre alle piccole imprese cooperative di entrare in contatto con quella parte di investitori di tipo non predatorio, che vuole diversificare, avendo la pazienza di affrontare ragionamenti di più ampio respiro. Una quota minoritaria, è vero, ma in crescita, perché legata ai temi della responsabilità sociale e dell'attenzione alla sostenibilità.

Emilio Gelosi

Treseiuono

I NUOVI SOVRANI VANNO FERMATI?

Motori di ricerca, social, e-commerce: chi non li usa? Sono comodi, veloci, praticissimi. Ti hanno cambiato la vita in meglio. E presto ti renderanno disoccupato e ti getteranno sul lastrico. È la tesi di Jonathan Taplin, autore di «I nuovi sovrani del nostro tempo. Amazon, Google, Facebook» (Macro Edizioni, 288 pp., €18,60), uno dei primi autori a porre in dubbio il modello di business dei giganti del web, basato sul mito del «Muoviti velocemente e spacca cose».

Una lettura piacevole e ricca di dati, ma terrificante, perché spiega come questa strategia supportata dalla potenza globale USA stia distruggendo interi settori e centinaia di migliaia di posti di lavoro. Senza offrire nulla in cambio, se non una gigantesca illusione collettiva. Il problema non è tanto la privacy: risparmiamo tempo e denaro servendoci dei servizi "disruptive", ma si tratta di pochi euro. Finché sono musicisti e letterati – il diritto d'autore come lo conoscevamo è stato spazzato via da Youtube e Google – si potrà pensare: «Chi se ne importa». Ma il prossimo a perdere il lavoro potresti essere tu, minaccia Taplin. Qualcuno al governo è disponibile a guardare al di là del proprio naso? Sono domande che le coop culturali si pongono da tempo, ricordo diversi interventi nella direzione nazionale di Culturmedia. Con scarso successo: la massa tende a essere solidale con Uber e Facebook, piuttosto che col taxista e il giornalista che perdono il lavoro. Poi però non dite che non ve l'avevamo detto.



di Stefano Tacconi

