

LA CRISI ECONOMICA CI FA RIFLETTERE?

LA SOCIETÀ Cooperativa Rinaldo Piaggio nacque nel 1973 da un'idea di alcuni dipendenti dell'industria Aeronautica Rinaldo Piaggio di Finale Ligure.

Il Consiglio di fabbrica raccolse il malcontento diffuso degli operai che vedevano una grande fetta del loro stipendio consumarsi nella spesa quotidiana dei generi alimentari sempre più costosi. Erano anni in cui l'inflazione galoppava a ritmi vertiginosi e i "negozianti" finalesi non avevano la concorrenza di minimercati, supermercati e iper mercati, che oggi abbondano in ogni paese. Una leggenda metropolitana dice che in quegli anni il normale guadagno di un commerciante consisteva nel valore di un appartamento l'anno. Forse non per tutti, ma per alcuni, per molti, certamente è stato così.

Dopo tre anni di riunioni, animate discussioni, titubanze, aspre contrattazioni e lotte con i vertici dell'Azienda, nel 1976 i primi lungimiranti Soci Fondatori riuscirono ad ottenere dalla "Rinaldo Piaggio" un locale ad uso gratuito e così concretizzarono il loro sogno: una cooperativa di consumo che consentisse all'operaio di acquistare i generi di prima necessità al giusto prezzo! Si autotassarono per avviare i primi timidi acquisti, per poi distribuire la merce ai pochi Soci quasi al prezzo di costo. Visto il reale e concreto risparmio i dieci o venti Soci divennero cento in poco tempo ed entro il primo anno di attività anche gli scettici della prima ora fecero la coda per iscriversi alla cooperativa. Già nel 1978 non bastava più il lavoro volontario dei Soci e si rese necessaria l'assunzione di un dipendente, poi due, poi tre, quattro, cinque...

Nel 1980 la Cooperativa R. Piaggio annoverava 1500 Soci e fatturava oltre 500 milioni di lire, con un incremento del 20% annuo; un vero terremoto per l'economia finalese. La Società cooperativa interruppe l'egemonia dei commercianti finalesi e creò una vera e propria turbativa. I benefici furono evidenti, non solo per i Soci aventi diritto, ma per tutti i consumatori finalesi. I commercianti non poterono ignorare i listini della Piaggio e furono costretti ad abbassare sensibilmente i prezzi di vendita in modo da ridurre l'enorme differenza (talvolta anche più del doppio). La cooperativa divenne il calmiera del commercio alimentare finalese, imposto dai consumatori stessi.

Le vendite continuarono a crescere fino ad arrivare ai quasi tre miliardi di lire del 1991.

Gli Amministratori, rigorosamente volontari, non si fecero mai tentare dalle grandi cifre e dalle evidenti possibilità di facili guadagni. Restarono volontari e continuarono a coordinare gli acquisti e la distribuzione dei quasi 2000 articoli abbassando e alzando il ricarico solo in base alle spese vive di gestione. Come in teoria dovrebbe fare ogni cooperativa...

L'anno successivo aprì il primo supermercato a Finale e iniziò la crisi. Il sodalizio Piaggio rimaneva in assoluto il punto vendita più a buon mercato, tuttavia non era in grado di offrire tutta la gamma di prodotti presenti nella grande distribuzione e, per principio, non poteva adottare la politica delle "offerte", il cui costo inevitabilmente sarebbe ricaduto sugli altri articoli –come avviene ovunque -. Il giusto ricarico su ogni prodotto, senza "prezzi civetta", senza "sottocosto", senza trattare il Socio come uno stolto da ingannare ed attrarre con ogni mezzo, da inebriare con una disposizione dei prodotti studiata per sfruttare i cosiddetti "acquisti d'impulso" –*spesso merce inutile di cui in casa non si sentiva la reale esigenza*- e poi invogliarlo ad un consumismo sfrenato.

Il declino fu lento, ma inesorabile: i dipendenti della Piaggio si fecero attrarre dalle sirene delle varie catene commerciali e cominciarono ad ignorare la loro cooperativa, che malgrado ciò ha continuato ad operare rispettando lo scopo sociale e mettendo quell'etica che l'ha contraddistinta sopra ogni altra cosa. L'interesse della collettività sopra tutto! Mai un gettone di presenza, mai un accantonamento di fondi, mai un guadagno in eccesso che non fosse prontamente trasformato in beneficio per i Soci attraverso un abbassamento dei prezzi.

L'etica non sempre rende giustizia. La crisi ha reso necessarie nel corso degli anni drastiche riduzioni di stipendio degli ultimi tre dipendenti che, nel 1994, arrivarono ad adottare volontariamente un part-time a 20 ore settimanali per evitare licenziamenti. Malgrado ciò gli incassi continuarono a calare e resero inevitabile la riduzione del personale.

Dopo 35 anni di attività, la Cooperativa Piaggio è arrivata all'epilogo della sua storia. Oramai la maggior parte dei dipendenti della Piaggio, che nel frattempo è divenuta "Piaggio Aero Industries", sembrano non ricordare neppure della sua esistenza e nonostante la recessione economica si disinteressano dei prezzi a buon

mercato della cooperativa, o spesso si fanno attrarre dalla grande distribuzione organizzata. Dello spirito illuminato dei primi Soci Fondatori non resta neppure il ricordo; nessuno più parla della piccola cooperativa, seppur in anni difficili abbia notevolmente contribuito all'economia delle famiglie degli operai dando un nuovo valore al loro stipendio; nessuno più parla dei nuovi posti di lavoro creati dall'idea di pochi sognatori.

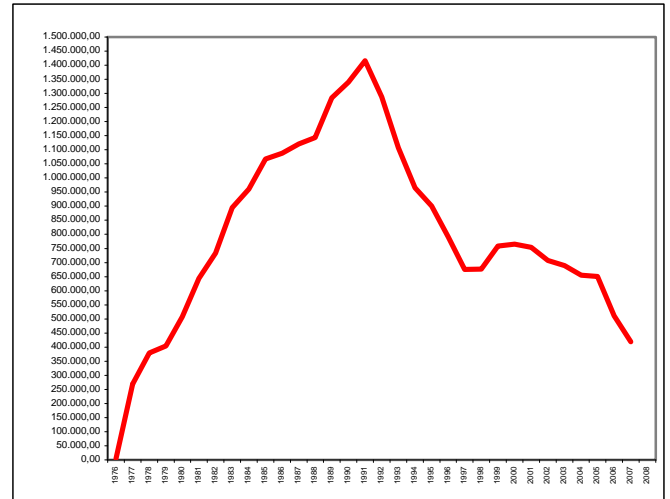
Oggi, al 35° anno dalla fondazione, resta un solo dipendente; Assemblee annuali puntualmente deserte; il Consiglio di Amministrazione, composto da pochi volontari davvero coraggiosi, costretto a restare in carica da tre mandati per mancanza di candidati e una situazione economica davvero insostenibile, con un crollo delle vendite superiore al 70% rispetto al già citato 1991.

Forse la Cooperativa ha esaurito il suo scopo sociale e comunque l'imminente trasferimento previsto della Piaggio Aero Industries ad Albenga pone una scadenza naturale alla vita della piccola cooperativa di consumo: nessuno spaccio aziendale è stato previsto nel trasferimento e con le molteplici offerte del mercato nessuno ne sente più l'esigenza.

Eppure, è facilmente immaginabile che se tutti i Soci, virtualmente oltre 2500, comprassero alla Coop. Piaggio, anche solo i prodotti di primissima necessità, rivolgendosi altrove per tutto il resto, i prezzi si ridurrebbero notevolmente – considerando le bassissime spese di gestione da coprire- con la straordinaria opportunità di far la spesa quasi a prezzo di costo. Tutto questo stride con il difficile momento in cui versa l'economia. Scioperi e proteste per ottenere pochi euro in più in busta paga, eppure si rinuncia ad esercitare un importante diritto conquistato con fatica; si rinuncia al negozio nel quale ogni cliente è davvero padrone, nel quale ogni Socio ha il diritto di controllare il prezzo del prodotto acquistato, nel quale ogni Socio può candidarsi per aiutare nella gestione e decidere! Nel quale ognuno può davvero essere protagonista nel controllo della propria spesa. Nessun "cliente" della Cooperativa è solo un cliente ed ogni singolo individuo ha voce in capitolo.

Forse un migliaio di dipendenti Piaggio passano ogni giorno davanti alla Cooperativa, basterebbe poco per consentire perlomeno a questa impresa di cessare la sua attività decorosamente, ma evidentemente a nessuno interessa e oramai, passata l'epoca degli spacci, nell'era della new

economy, dell'e-commerce, dell'ipermercato- mania, del "marketing estremo", dove la forma - *immagine* – prevale sulla sostanza, la Cooperativa Rinaldo Piaggio con i suoi vecchi scaffali e senza le accattivanti "promoter", appare come il giapponese sull'isola che combatte un'anacronistica battaglia che a nessuno interessa più!



Stefano Rocca Amici di Beppe Grillo Savona