

**CONFEDERAZIONE  
COOPERATIVE ITALIANE**

**Catalogo delle  
buone pratiche**

**2001**

**Programma annuale  
delle iniziative previste  
dalla legge 127/71,  
articolo 19, lettera A) e C)**

**Esercizio finanziario 2000**

**Con il contributo del Ministero  
delle Attività Produttive  
Direzione Generale  
degli Enti Cooperativi**



**CONFCOOPERATIVE**

## Introduzione

# La promozione: una costante della nostra esperienza cooperativa

Il tema della promozione cooperativa è, per noi, sempre attuale perché è un impegno intimamente connesso alla nostra identità, alla nostra storia ed è componente rilevante della nostra stessa missione di Organizzazione.

Questo per più ragioni.

La promozione cooperativa è, anzitutto, un'istanza solidaristica che accompagna la cooperazione fin dalle sue origini ed è intimamente correlata alla sua stessa natura ed alla generosità degli stessi operatori che nel vivere la propria personale esperienza sono anche indotti, a diventare un punto di irraggiamento e di coinvolgimento di altri in questo metodo d'iniziativa economica e sociale.

Inoltre, quanto più gli assetti dell'economia diventano ampi, concorrenziali, diversificati, tanto più si aprono spazi ed opportunità di promozione anche per iniziative economiche in forma cooperativa nelle quali il vantaggio competitivo su cui intraprendere può essere la valorizzazione di elementi diversi dalla pura remunerazione del capitale.

La promozione cooperativa, quindi, è anzitutto un fatto di valori, di agire solidaristico, di responsabilità verso la società in cui viviamo. Certamente, poi, essa è anche una condizione di necessità per le cooperative che già operano. Condizione di necessità determinata dall'avanzare di complessi mutamenti nell'economia reale, nel mercato del lavoro, nelle direttrici dello sviluppo, negli orientamenti della politica.

Vi è, infine, un "dovere" verso la promozione da parte di tutta l'esperienza cooperativa nel suo complesso: un sistema cooperativo che venisse visto come una realtà che si appaga della sua esistenza, delle sue dimensioni senza continuare nell'opera di condivisione e di allargamento della propria esperienza, verrebbe percepito come una realtà che ha perso la sua missione originaria o che non è più in grado di concretizzarla. E questo, in qualche modo, lo priverebbe della sua legittimazione. Le cooperative esistenti mantengono appieno la loro riconoscibilità, come importante esperienza sociale, oltre che economica, a condizione che non si esaurisca la capacità di essere feconde di nuove esperienze cooperative.

Ma cosa intendiamo nel lavoro concreto per promozione cooperativa?

Pensiamo in primo luogo alla nascita di nuove imprese cooperative per la creazione di occupazione o in risposta a bisogni ed aspettative per mezzo

## Introduzione

della  
creazione d'impresa.  
Quando parliamo di pro-  
mozione cooperativa intendiamo,  
però, anche la crescita dimensiona-  
le delle cooperative esistenti, l'esten-  
sione della loro base sociale, la loro cre-  
scita occupazionale, il loro rafforzamento pa-  
trimoniale.

La promozione cooperativa è, inoltre, per noi anche promozione dello sviluppo nel suo insieme del tessuto cooperativo esistente, attraverso processi di aggregazione settoriale e intersettoriale, di integrazioni di filiera, di partnership di mercato.

Quante volte dobbiamo constatare che lo slancio di promozione si infrange e si arresta sugli scogli della mancanza di know-how specialistico, di assistenze tecniche adeguate, di supporti operativi?

E di conseguenza la volontà non riesce a diventare idea imprenditoriale, l'idea non riesce a diventare processo produttivo, piano finanziario, progettualità vincente.

A queste azioni concrete di promozione è oggi legato molto dell'impegno di Confcooperative; la promozione cooperativa è tra le priorità del suo lavoro organizzativo. Il documento approvato nella Conferenza Economica di Mantova, le risultanze della riunione di Napoli degli Stati Generali della Cooperazione per il Mezzogiorno ne sono le testimonianze più evidenti.

Lo sviluppo dell'imprenditoria cooperativa in termini di integrazioni, collegamenti, interconnessioni, ha oggi, una rilevanza maggiore che nel passato.

In questi ultimi anni la Confcooperative ha messo in cantiere e realizzato anche altri progetti che potessero potenziare in modo concreto, durevole e misurabile la capacità e modalità operative della promozione cooperativa dell'intero sistema Confcooperative.

Una cooperativa isolata che non si colleghi con il resto dell'esperienza cooperativa e con i suoi processi d'integrazione e sviluppo è, in qualche modo, una cooperativa incompiuta dal punto di vista delle sue ragioni, oltre che, probabilmente, destinata ad una vita più precaria di fronte al mercato, esposta a rischi di minore stabilità, a maggiori difficoltà di crescita e di consolidamento di fronte al mercato. Quindi, l'integrazione con processi organizzati di aggregazione cooperativa è una parte essenziale della vita e dello sviluppo di una cooperativa.

Il vero lavoro nel campo della pro-  
mo-



## Introduzione



zione non è, oggi, prioritariamente o esclusivamente quello di creare nuove cooperative, bensì quello di approntare iniziative e strumenti per ridurre il fenomeno della loro precoce mortalità, evitando che nella fase di start up, esse vengano falcidiate dalle inevitabili difficoltà che non hanno previsto e che le trovano impreparate.

Nell'approntare progetti e servizi abbiamo, però, come Organizzazione rivolto il nostro lavoro anche su quanto può rafforzare, rendere più vitale e più stabile, l'integrazione e lo sviluppo delle nuove cooperative come di quelle esistenti nella vita economica e sociale del Paese.

In un contesto di crescente globalizzazione ed internazionalizzazione, vi è, anche la necessità di creare e rendere disponibili progetti e servizi reali che possono accompagnare le cooperative nel realizzare i necessari riposizionamenti competitivi, nel concorrere in nuove opportunità e spazi di mercato, nell'integrarsi come sistema economico imprenditoriale.

Nel lavoro che svolgiamo nel campo della promozione, siamo, dunque, impegnati a dar vita a strumenti e servizi per accompagnare e sostenere le cooperative nei loro processi di crescita e sviluppo.

La pubblicazione di questo catalogo di "buone pratiche" in materia di promozione cooperativa - realizzata e sostenuta con il contributo del Ministero delle Attività Produttive - Direzione Generale degli Enti Cooperativi a valere sulla L. 127/71 - vuole rispondere a due obiettivi:

- accrescere con un nuovo strumento le modalità di pubblicizzazione e di diffusione delle attività promozionali realizzate. La pubblicazione di un lavoro di sintesi permette di conoscere in un quadro unitario gli obiettivi e le finalità che si sono voluti perseguire con l'intero programma annuale di attività.

Il rinvio poi, al sito Confcooperative, rende comunque disponibile l'accesso a tutti gli approfondimenti relativi alle finalità, alle metodologie ed ai risultati perseguiti e prodotti con ogni singola iniziativa promozionale;

- dar vita ad una "banca interattiva" delle buone pratiche da arricchire via via sia con la catalogazione di nuove idee e percorsi progettuali sia con i contributi e gli apporti frutto dell'esperienza di applicazione concreta da parte di tutti coloro che operano nel campo della promozione cooperativa i quali faranno riferimento a questa "banca" nel loro lavoro.

Vogliamo, quindi, avviare un esperimento che ci auguriamo di ripetere ogni anno arricchito con i suggerimenti di tutti coloro, che interessati, vorranno contribuire alla migliore riuscita di questa iniziativa.