

NELLA BATTAGLIA CONTRO IL CAROVITA LA COOPERAZIONE DI CONSUMO È PRESENTE
NON SOLO CON DELLE SPERANZE MA CON VALIDISSIMI STRUMENTI

Coop-Italia: certezza per i consumatori

Per un discorso di riforma generale

L'ATTACCO della destra contro il regime democratico, ispirato dai gruppi monopolistici, non lascia indifferente il movimento cooperativo. L'esperienza ci insegna che la cooperazione non può portare avanti le sue istanze di autogestione e di democrazia se non in regime di libertà. Ma anche gli sviluppi degli ultimi mesi, che hanno visto lo schieramento parlamentare di destra, fascisti in testa, opporsi alla « piccola riforma » delle leggi sulla cooperazione, alla legge sull'edilizia, ad alcune misure di riforma tributaria, ci avvertono della necessità di dare una risposta alle forze conservatrici per mantenere la possibilità stessa di realizzare i nostri obiettivi.

tro quelli dei grandi gruppi produttori, fornitori o gestori del commercio. Alcuni sviluppi di questa alleanza possono già oggi essere individuati. La legge affida a Comuni e Regioni l'elaborazione di un programma di rinnovamento. Con quali mezzi potrà essere finanziato? È chiaro che si pone ora in termini nuovi l'esigenza di superare le vecchie, inadeguate forme di agevolazione creditizia per consentire insieme una serie di misure specificamente dirette a finanziare le iniziative dei dettaglianti e della cooperazione nell'ambito del programma. Nel momento in cui si è decisa la programmazione si pone anche il problema di un mutamento completo nella politica delle Partecipazioni Statali, attualmente presenti sia nell'industria alimentare (Montedison, IRI-SME, EFIM, FINAM) che nella rete distributiva (SME, Montedison-Standa). Il governo non può più sfuggire alla richiesta di tenere fuori il suo principale strumento d'intervento da un'esigenza di programmazione sanzionata nella legge e sottoposta a procedure democratiche. Le Partecipazioni Statali devono quindi smettere di giocare insieme ai gruppi monopolistici, accettare la contrattazione ed il dialogo con le cooperative, i dettaglianti, le Regioni. Nuove scelte devono essere compiute nel settore alimentare, in particolare: 1) rinunciando alla forzatura pubblicitaria dei consumi, che aggrava i costi; 2) adottando una strategia della riduzione effettiva dei prezzi, non della loro manipolazione; 3) collegandosi ai produttori agricoli in modo da ridurre i pesanti sovrappiù; 4) stabilendo contratti a lungo termine e rapporti di collaborazione con i dettaglianti associati. Alle Partecipazioni Statali (quindi al governo) chiediamo di non insistere nella politica dei supermercati, poiché dettaglianti associati e cooperative di consumo possono attuare assai meglio di loro un piano di ammodernamento dell'insieme della rete distributiva, per operare invece — in accordo con le Regioni — a livello dei grandi centri commerciali e degli « ipermercati », interessando alla gestione di dettaglianti e cooperative anche i terminali di questi grandi centri distributivi. La cooperazione di consumo della Lega ha le carte in regola per essere protagonista di un discorso di riforma generale. Essa è andata non solo trasformando le sue strutture, in modo da dare una base strumentale più valida al grande movimento associativo che essa rappresenta, ma anche definendo un suo piano di sviluppo e di collaborazione con le altre forze interessate all'iniziativa di rinnovamento. In questo quadro, di particolare interesse i programmi per lo sviluppo della cooperazione nel Mezzogiorno, in accordo con la cooperazione agricola e il suo Consorzio unitario AICA, attraverso la promozione di centri di raccolta e distribuzione di merci i quali possano aiutare efficacemente gli stessi dettaglianti a sottrarsi al gioco del fornitore monopolistico, e ricercare un rapporto nuovo con le masse popolari del Sud nella comune lotta contro il carovita ed a darsi la fisionomia sociale nuova. Un impegno costruttivo che alimenterà efficacemente la nostra azione, ad esempio, nella lotta per una riforma tributaria che esenti da tassazione i consumi essenziali. È una linea, la nostra, che in concreto — oggi e non domani — propone una modificazione del rapporto dei lavoratori tutti (compresi i ceti medi) con lo Stato, aiuta la riforma nell'agricoltura, unisce ceti medi e operai nella lotta al carovita. La linea giusta per sottrarre gli stessi ceti medi alle spinte eversive alimentate dai grandi gruppi monopolistici e dai beneficiari della speculazione.

Intervista con il presidente Fulco Checcucci - 81 miliardi di lire nel 1970: rispetto all'anno precedente il giro d'affari è aumentato del 22 per cento - L'obiettivo 1971 è di 91 miliardi - I vantaggi della qualità e della genuinità

La Coop-Italia è cresciuta. Ormai si pone nel settore distributivo come una struttura con la quale bisogna fare i conti. Dal '68 ad oggi molta strada è stata fatta. L'assemblea che si apre oggi a Milano, da questo punto di vista rappresenta un fatto di notevole importanza. Per illustrarcene i contenuti abbiamo intervistato il compagno Fulco Checcucci, che della Coop-Italia è il presidente.

Con quali risultati vi presentate alla XXV Assemblea?

Anche nel 1970 abbiamo fatto un notevole passo in avanti nella contrattazione ed in relazione a livello nazionale degli approvvigionamenti delle cooperative di consumo a noi associate. In concreto ciò vuol dire che la COOP-ITALIA ha fornito alle cooperative associate più del 50 per cento delle merci vendute ai consumatori. È un risultato che pone il movimento cooperativo italiano, almeno per quanto riguarda questo aspetto dell'unità di acquisto, al livello dei forti movimenti cooperativi svizzeri, tedeschi e scandinavi. Nel 1970 il giro d'affari globalmente controllato dalla COOP-ITALIA ha raggiunto la cifra di 81 miliardi circa con un incremento del 22 per cento rispetto al 1969. Prevediamo che nel 1971 supereremo i 91 miliardi realizzando un ulteriore incremento del 12,50 per cento sul 1970, confermando così l'elevato ritmo del processo che ha portato la quasi totalità delle cooperative a consentire pienamente con l'attività della COOP-ITALIA e ad utilizzarne i servizi. Ciò significa che in Italia, nel campo dei generi alimentari, il movimento cooperativo si pone al primo posto anche nei confronti dei gruppi della Grande Distribuzione. Questa massiccia presenza si traduce in un aumentato potere contrattuale dei consumatori organizzati.

Quali vantaggi sono derivati ai soci e più in generale ai consumatori?

La contrattazione unitaria porta a strappare all'industria notevole vantaggi che vengono trasferiti direttamente ai consumatori. Inoltre le strutture di rifornimento della COOP-ITALIA consentono alle merci di arrivare nei punti di vendita senza aver subito alcuna intermediazione. Infine va sottolineato che la COOP-ITALIA, come consorzio nazionale delle cooperative di consumo, ha il compito di rendere omogenea e di programmare la politica degli approvvigionamenti per conto delle cooperative associate: ciò consente di realizzare ulteriori economie di gestione. Esempio: alcuni anni fa i diversi consorzi provinciali rifornivano alle cooperative vari tipi di prodotti acquistati presso diversi fornitori. La realizzazione di un unico consorzio nazionale ha permesso di selezionare sia i prodotti sia i fornitori in modo unitario con notevoli vantaggi. Fin qui abbiamo parlato di vantaggi sul prezzo finale al consumatore. Non meno importante è l'aspetto che riguarda il problema della qualità e della genuinità dei prodotti. In questo campo la COOP-ITALIA in questi ultimi anni ha svolto una funzione determinante nello sviluppare la linea dei prodotti con marchi COOP, che rappresenta una percentuale rilevante delle vendite globali.

Quali sono i prodotti con il marchio COOP?

La linea del marchio COOP rappresenta in concreto lo sforzo da noi fatto per liberare il consumatore dalla pressione pubblicitaria dei grandi gruppi monopolistici operanti nel settore dell'alimentazione e della trasformazione dei prodotti agricoli. Infatti il prodotto COOP o proviene dalla cooperazione agricola o da industrie di proprietà della cooperazione di consumo (come il Biscottificio Oltreschi in Olanda ed il Cioccolatificio di Dortmund in Germania di proprietà comune delle centrali cooperative europee, e come la COOP Industria di Castelmaggiore di proprietà delle cooperative di consumo italiane), anche da fornitori privati che lavorano secondo le indicazioni vincolanti della COOP-ITALIA. In tutti i casi la cooperazione di consumo garantisce l'assoluta genuinità e la buona qualità di questi prodotti. Questa funzione della COOP-ITALIA è stata riconosciuta anche attraverso il conferimento del « Mercurio d'Oro » 1971 ad Honorem, conferimento da noi certamente non sollecitato.

Hai accennato alla Cooperazione agricola. Quale funzione ha avuto la COOP-ITALIA nel saldare i due momenti cooperativi che operano alla produzione ed al consumo?

Certamente è stata una funzione determinante nei settori in cui la cooperazione agricola di trasformazione e di produzione opera e si è sviluppata in forme efficienti (come per esempio nel settore dei vini, dei salumi, dei prodotti ortofrutticoli, cerealicoli, e pastai e lattiero-caseari); essa ci rifornisce con percentuali rispetto ai nostri fabbisogni, che vanno dal 50 al 90 per cento e anche di più. Un rapporto di questo tipo, che comunque noi ci sforziamo di incrementare nei settori esistenti e in settori nuovi, non avrebbe potuto essere assolutamente instaurato senza un centro di unificazione e di programmazione nazionale della politica degli approvvigionamenti quale è appunto la COOP-ITALIA.

Ci sembra che la struttura del movimento cooperativo di consumo sia particolarmente sviluppata nelle regioni dell'Italia centro-settentrionale. Più debole ci sembra la Vostra presenza nel Meridione.

Quello che tu osservi è infatti il nostro problema più grave e assillante. La presenza geografica del movimento del nostro Paese è la conseguenza delle sue origini storiche; tuttavia è chiaro che questo limite deve essere assolutamente superato se la Cooperazione di consumo vuole assolvere alla sua funzione di strumento di difesa dei consumatori a livello nazionale. Stiamo cominciando, puntando sulle nostre aziende più grandi ed efficienti, a porci il problema di costruire una presenza cooperativa nelle aree scoperte e particolarmente nei grandi centri dell'Italia centrale e meridionale. Apriamo ad esempio a Roma entro quest'anno un grande e modernissimo centro di vendita a gamma merceologica completa; abbiamo allo studio assieme ai cooperatori meridionali iniziative similari nel Mezzogiorno. Noi facciamo il nostro dovere e utilizziamo al massimo le nostre scarse forze finanziarie. Non possiamo però tacere il fatto che un programma di promozione e sviluppo cooperativo a livello nazionale, quanto mai necessario per rispondere alle esigenze delle masse lavoratrici, esige un concreto interessamento dello Stato e provvedimenti incentivanti.

Undici magazzini, 3403 negozi



Gli undici magazzini che riforniscono i 3403 punti di vendita della cooperazione di consumo, sono giustamente un vanto della Coop-Italia. Moderni, altamente meccanizzati, autogestiti, sono in via di una ulteriore, incessante espansione. Le richieste crescono, i soci delle cooperative aumentano, aumentano i clienti e di conseguenza le varie operazioni di approvvigionamento dei negozi. Dalla frutta, che va preconfezionata, alla carne: la gamma dei prodotti alimentari è completa. E poi ci sono i prodotti non alimentari: detersivi, profumeria, abbigliamento, ecc. Una montagna di roba esce ogni giorno da questi magazzini per essere immediatamente rimpiazzata. Si tratta di andirivieni di colossali proporzioni. Sesto Fiorentino (FI), Castiglione del Lago (PG), Ravenna, Moncalieri (TO), Vignale Ritoroto (LI), Pontedera (PI), Bologna, Reggio Emilia, Bollate (MI), Cremona e Pordenone sono le località in cui la Coop-Italia ha impiantato le sue strutture. Nella foto il centro di preconfezionamento ortofrutta del magazzino Coop-Italia di Piombino.

Ora ci sono anche i Supercoop



Tremilaquattrocentotré negozi: si tratta di una rete di vendita ragguardevole. Che tuttavia va rammodernata, ampliata secondo i criteri della moderna distribuzione. La presenza della Coop-Italia è servita ad accelerare questo processo di ristrutturazione e i risultati sono che già 501 negozi hanno adottato una formula di vendita moderna. Anche la cooperazione di consumo ha oggi i suoi supermercati, che nulla hanno da invidiare anche nella struttura a quelli della grande distribuzione. Unica differenza, nei Supercoop si compra meglio, si mangia più genuino, si conta di più. E il discorso del rammodernamento va avanti. In Emilia, in Toscana, nella stessa Lombardia vi sono in proposito dei veri capolavori. Ora si vuole estendere la esperienza anche al Centro e al Meridione d'Italia. A Roma, nel quartiere Prenestino, sarà aperto nei prossimi mesi un Supermarket-Coop a gamma merceologica completa (dagli alimentari ai vestiti), disporrà di un'area di tremila metri quadrati. L'iniziativa è della Cooperativa « La Proletaria » di Piombino. Nella foto il Supercoop di Cinisello Balsamo (Milano) in piena funzione.

Da Bologna con il marchio Coop



Mancava una industria cooperativa. Ma ora c'è anche quella. La potete trovare a Castelmaggiore, a due passi dal centro di Bologna. L'hanno chiamata Coop-Industria, è di proprietà delle Cooperative di consumo ed è l'espressione felice della loro originale inventiva e nello stesso tempo della loro ansia di autonomia. La cooperazione vuol essere sempre di più al servizio dei consumatori italiani attraverso una politica che dia la possibilità di un progressivo sganciamento dalla produzione delle grandi industrie monopolistiche. In proposito c'è ancora molta strada da fare anche se attualmente un buon 40 per cento della merce venduta dalla Coop-Italia ha il marchio Coop. L'industria di Castelmaggiore va proprio in questa direzione. Da essa escono prodotti di drogheria alimentare, e di drogheria chimica. In una parola: caffè, tè, camomilla, spezie e droghe, pizza, cacao, preparati per budini, deodoranti, bagni-schiuma, shampoo, cera per pavimenti, lacca per capelli. E a settembre anche un insetticida.

COSÌ I LAVORI DELLA XXV ASSEMBLEA GENERALE

La XXV assemblea generale ordinaria dei soci della Coop-Italia si apre stamane a Milano presso la sala del Congressi della Provincia, in via Corridoni 19. Il programma dei lavori prevede: ore 9 Inizio dei lavori. Lettura del bilancio chiuso al 31 dicembre 1970. Relazione del Consiglio di Amministrazione sul Bilancio (rel. F. Fornasari, vice Presidente). Relazione sul programma (rel. Fulco Checcucci, presidente). ore 12,30 Sospensione dei lavori. ore 15 Inizio del dibattito sulle relazioni. ore 19 Sospensione del dibattito. I lavori riprenderanno domani, sabato, con questo programma: ore 9 Prosecuzione del dibattito. Elezione del Collegio sindacale. ore 10,30 Conclusioni.

Giulio Spallone

per la difesa del produttore e del consumatore? la produzione agricola cooperativa e i negozi



Il manifesto parla chiaro. Un rapporto serio è stato stabilito tra la cooperazione di consumo e quella agricola. Anche qui la Coop-Italia ha avuto un ruolo promozionale non indifferente. Nella cooperazione agricola si produce genuino e a prezzi senz'altro competitivi. Nel settore agricolo esistono complessi di produzione di notevole peso. Pensiamo alle Letterie Riunite di Reggio Emilia, al COR di Ravenna, al CIV di Modena, al pastificio di Corticella e a numerose altre meraviglie della cooperazione agricola. Il problema era quello di mettere in circolazione nella rete del consumo tutto questo « ben di Dio » in maniera però organica e non episodica. Ciò sta avvenendo e con notevoli successi. Nei negozi Coop ormai i prodotti della cooperazione agricola sono dominanti: vini nella misura del 90 per cento, pasta alimentare (60%), burro, latticini, formaggio grana (95%), salumi (80%), frutta fresca e secca di frutta, olio d'oliva (50%). Il punto di produzione e consumo è veramente solido e lo sarà ancora di più in avvenire allorché alcune importanti iniziative della cooperazione agricola cominceranno a dare i loro frutti. Il consumatore può andare tranquillo: il meglio e il conveniente nei negozi Coop si incontreranno sempre.