

Un vasto arco di forze antimonopolistiche si batte per indurre il governo ad assumere le necessarie misure

# L'AZIONE DELLA COOP CONTRO IL CAROVITA

Oggi il problema dell'aumento dei prezzi che riguardano insieme dei più larghi consumi familiari ha assunto una importanza che senza esagerazione alcuna si può definire cruciale. Basti pensare che le ultime rilevazioni statistiche danno per il mese di marzo 1973 un incremento dei prezzi al minuto pari all'11 per cento per avere una idea della gravità del fenomeno; gravità che emerge in modo ancor più drammatico quando si consideri il fatto che, nello stesso mese di marzo, l'indice dei prezzi all'ingrosso è aumentato della percentuale dell'uno, virgola sei per cento (e di ben il 3,3 per cento per i prodotti agricoli); questo fatto non solo ci porta alla fine troppo ovvia pretesa che nei prossimi mesi assisteremo a nuove impennate dei prezzi al consumo, dovute al fatto che il più rapido incremento dei prezzi all'ingrosso rispetto a quello dei prezzi al minuto tenderà a posizioni di equilibrio nel medio periodo, ma la dice anche lunga sulla natura strutturale e non episodica della causa del caro-vita.

### Quali i fattori principali che stanno all'origine dell'aumento dei prezzi? - Una dettagliata analisi e efficaci proposte avanzate dal movimento cooperativo

Proprio qui sta infatti il punto nodale della questione: nel determinare questa spinta inflazionistica così massiccia da compromettere seriamente il livello del tenore di vita delle grandi masse popolari nel nostro Paese, concorrono varie cause, di ordine internazionale ed interno, tutte però inerenti strettamente al tipo di meccanismo e di forze economiche prevalenti.

Senza alcuna pretesa di compiere una analisi esauriente del fenomeno, è però opportuno ricordare brevemente alcuni dei fattori principali che stanno all'origine dell'aumento dei prezzi.

- la crisi monetaria internazionale, suscitata dall'imperialismo statunitense, che ha pesantemente coinvolto la nostra moneta (svalutata, fortemente nei confronti delle più forti mo-

ne nel MEC e fuori dal MEC); il governo ha scelto la strada della svalutazione per favorire la ripresa del meccanismo di accumulazione monopolistica, ma questa scelta è pagata pesantemente dal consumatore italiano, se si pone mente al fatto che le sole importazioni di generi alimentari ammontano a più di millecinquecento miliardi all'anno;

- la politica agricola del MEC che, orientata al sostegno protezionistico dei prezzi anziché alla riforma delle strutture produttive agricole (come stanno ad indicare anche recenti decisioni di aumenti dei prezzi in dicasteri delle principali derrate agricole), mentre non risolve minimamente i gravi problemi che affliggono

i produttori italiani, taglia i consumi;

- le tradizionali carenze produttive della agricoltura italiana, soprattutto in alcuni settori cruciali (come quello della carne, che da sola rappresenta il ventiquattro per cento circa della spesa alimentare della famiglia italiana media);
- la presenza di larghe fasce di intermediazioni speculative nei circuiti commerciali e nel mercato, sia interno che d'importazione (vedi sempre l'esempio tipico della carne);
- la crescita del potere di comando sul mercato e del controllo dei consumi da parte delle grandi concentrazioni monopolistiche nazionali e internazionali che operano nel campo della trasformazione dei prodotti alimentari ed in generale nella produzione dei beni di largo consumo; questo potere della grande industria lo si è visto recentemente quando, in occasione della estate, in vigore dell'IVA, lungi dal diminuire i prezzi della quota di IGE incorporata, ha viceversa colto il momento favorevole per rioricare in aumento tutti i listini;
- da ultimo, ma non certo per ordine di importanza, l'incidenza dell'IVA che, a causa della sua elasticità delle aliquote (lo stesso governo ammette di poterla aumentare di oltre il 10 per cento), a causa della mancata abolizione di numerose imposte di fabbricazione, a causa infine della totale carenza di efficaci controlli sulla sua applicazione, ha ulteriormente aggravato la situazione del consumatore italiano, già notoriamente il più colpito, in Europa, dalle imposte indirette.

Da tempo il movimento cooperativo (la cooperazione di consumo in particolare), ha denunciato all'opinione pubblica quelle che sono le vere responsabilità della situazione, proponendo, in un dialogo ed in intesa con un vasto schieramento di forze sociali ed economiche democratiche e principalmente sindacati dei lavoratori e con il ceto medio commerciale e produttivo, una linea di azione che, inquadrata in una organica prospettiva di riforme strutturali, sottolinea l'urgenza di provvedimenti efficaci a breve termine.

Si tratta anche di combattere la tentazione, portata avanti dal grande padronato e dai canali di informazione di massa da cui si nutrono, di una attenzione e l'aspirazione dell'opinione pubblica verso un falso obiettivo: la pretesa responsabilità esclusiva o preminente della rete distributiva di dettaglio, vecchia ed arretrata. Proprio noi cooperatori, che da tempo portiamo avanti la battaglia per la riforma democratica della distribuzione ed abbiamo, con le sole nostre forze, senza aiuti o agevolazioni, profondamente trasformato le strutture della cooperazione di consumo, creando un sistema di aziende moderne e tecnicamente avanzate, espressione di un potere contrattuale autonomo, nell'interesse dei consumatori, contro le intermediazioni speculative e contro le concentrazioni monopolistiche, abbiamo le carte in regola per affermare con forza che la questione della riorganizzazione della distribuzione di dettaglio, necessaria ed importante, è parte organica, non isolabile, di un più vasto disegno che investe l'assetto della produzione e l'intero circuito di circolazione delle merci.

I temi del caro vita sono stati tra gli argomenti del dibattito al XXIX Congresso della Lega Nazionale delle Cooperative che ha ripreso ed approfondito proposte precedentemente elaborate ed imperniata sui seguenti punti, di possibile immediata applicazione:

- azzeramento delle aliquote IVA sui generi di più largo consumo e riduzione delle stesse su tutti i prodotti non di lusso;
- disieto alle industrie di modificare i loro listini prezzi senza previa autorizzazione del Comitato Interministeriale Prezzi;
- manovra pubblica delle importazioni di generi alimentari, carne in primo luogo;
- collegamento tra movimento cooperativo e suo consociato (cooperazione di consumo e agricoltura, gruppi cooperativi d'acquisto fra dettaglianti) e le Partecipazioni Statali operanti nel

campo della trasformazione e della distribuzione, d'intesa con i grandi Comuni e le Regioni, per effettuare azioni concertate sui mercati interni ed internazionali, tendenti a favorire i consumatori su un imponente gruppo di consumi familiari.

E' fonte di grande soddisfazione che queste proposte dei cooperatori siano divenute, insieme a quelle del patrimonio e piattaforma comune di un vasto arco di forze antimonopolistiche (sindacati operai, associazioni democratiche del ceto medio commerciale degli stessi partiti democratici).

Con queste forze e prima di tutto con le altre centrali cooperative (con le quali è già stata raggiunta un'intesa di massima) il nostro movimento intende sviluppare un rapporto unitario teso alla elaborazione di proposte e di iniziative sui problemi del caro-prezzi: si tratta, occorre dirlo con chiarezza, di mettere il governo di fronte alle responsabilità, incalzandolo affinché eserciti fattivamente i poteri che ha e che deliberatamente rifiuta di usare, degli strumenti di intervento fiscale, all'estensione del controllo del CIP all'immenso potenziale alternativo rappresentato dal comples-

Silvio Sani

**RISERIA REGGIANA - ROLO**  
TELEFONO 656.117 (REGGIO EMILIA)

**RISI tipici emiliani fini e superfini**  
in confezioni da grammi 500 e 1000

**Richiedeteli nei negozi coop**

Ditta insignita il 17 maggio 1970 del **PREMIO INTERNAZIONALE ERCOLE D'ORO**

ed il 9 maggio 1972 del **PREMIO EUROPA MEC OSCAR DELL'ESPORTAZIONE**

quale riconoscimento all'eccellenza della produzione ed il concreto impulso dato alla Esportazione Nazionale

**DISTILLERIE FALED**  
**ROCCABIANCA (PR)**

Da 20 anni al servizio del consumatore della

**COOP ITALIA**

**GRAPPE COOP**  
**BRANDY COOP**  
**LIQUORI COOP**  
**SCIROPPI «SOL D'ORO»**

**Importatore whisky KING of SCOTCH**

## L'intenso programma '72-'73

# Nuove strutture di vendita della Coop-consumo

Nel 1972 e nel primo semestre di quest'anno la cooperazione di consumo ha portato avanti un intenso programma di apertura di nuove strutture di dettaglio. Scoperte queste nuove iniziative è quello di fronteggiare validamente la concorrenza delle grandi imprese monopolistiche e, nel contempo, di realizzare il contenimento dei costi di gestione, per offrire servizi più validi ed efficaci al consumatore, a combattere la drammatica e scalata a dei prezzi.

Gli oneri finanziari e gli impegni organizzativi sostenuti dalla COOP sono stati coperti, ma i risultati non sono mancati a conforto della validità della politica commerciale adottata. L'adesione alle iniziative intraprese è stata — nella maggior parte dei casi — superiore alle previsioni: sono infatti migliaia i consumatori che sono diventati soci dei nuovi magazzini e supermercati cooperativi. I dati di vendita in continuo aumento evolvono in una feconda e crescente del consumatore presso questi punti di vendita.

Le più recenti realizzazioni riguardano sia il settore alimentare che quello extra-alimentare, attraverso soluzioni che vedono spesso associati i vantaggi di un gruppo di dettaglianti privati: i più sensibili ai valori cooperativi e associazionistici.

La convivenza COOP-dettaglianti associati si è rivelata ricca di risultati interessanti. Questo tipo di esperienza porta a nuove iniziative nel futuro verso realizzazioni di maggiori dimensioni e impegno; e si pone in modo opposto a quello seguito dalle grandi concentrazioni monopolistiche del settore, che, con lo strumento dei supermercati, tendono a ridurre o ad annullare lo spazio commerciale dei piccoli e medi esercenti.

Tra le più riuscite realizzazioni dell'ultimo anno e mezzo, vogliamo e ricordarne alcune, che meglio hanno risposto alle attese dei soci e dei consumatori in genere.

### ROMA - VIALE AGOSTA

Questo nuovo magazzino a prezzo unico è stato inaugurato nel marzo dello scorso anno. Sorge nel quartiere Prenestino: una zona della capitale particolarmente popolare. Malgrado una feroce campagna denigratoria, scatenata dai fogli fascisti romani — che ha alzato con una propaganda demagogica e menzognera alcuni vetrianti della città — l'iniziativa sta concretando risultati sempre più interessanti in termini di adesioni di soci di consumatori e di volumi di vendita.

Il magazzino COOP di Roma, viale Agosta dispone di un'area di vendita di oltre 2.500 mq. Tratta circa 15.000

articoli distribuiti su un'ampia gamma merceologica, che va dagli alimentari ai prodotti per la casa, all'abbigliamento, alle confezioni, ecc.

**SESTO FIORENTINO**

Sorto nel cuore del movimento cooperativo, nella zona dove si sono già svolte le prime forme associazionistiche e cooperative, questo nuovo magazzino a prezzo unico con supermercato alimentare, si distingue, oltre che per la sua grande dimensione, per la accuratezza e la modernità delle soluzioni strutturali, dell'arredamento, dell'arredamento. Sviluppato su oltre 3.500 mq, il nuovo magazzino di Sesto Fiorentino, si articola su tre piani di vendita ed è completato da un piano interrato, destinato al settore alimentari.

Di non minore rilievo sono altre realizzazioni che hanno visto importanti successi di pubblico e di volumi di vendita. Citiamo i nuovi supermercati di SARBANA (700 mq. di superficie) di GENOVA (Fenaria) di CASALECCHIO sul RENO (Bologna).

Esperienze particolarmente significative sono quelle di BOLOGNA SAN DONATO e di SESTO SAN GIOVANNI (Milano). In questi due casi le iniziative della COOP sono state integrate con l'adesione di dettaglianti locali che hanno completato la gamma alimentare COOP con un magazzino di generi vari gestito appunto da questi dettaglianti associati.

Va ricordato, per quanto riguarda Sesto San Giovanni, che questo nuovo punto di vendita opera con successo, in una situazione concorrenziale esasperata, qual è quella milanese, che vede la presenza massiccia e aggressiva delle più forti e agguerrite organizzazioni commerciali private.

La Società del Plasmon con i suoi nuovi prodotti

Biscottini PrimiMesi,  
Ergo,  
Frullati,  
Minestrine

ha arricchito la gamma degli alimenti dietetici per i vostri bambini.

**Plasmon**  
scienza della alimentazione

**MAGLIFICIO felis**

Produzione maglieria intima in puro cotone per uomo donna - ragazzo

21010 CARDANO AL CAMPO (VA)  
VIA LIGURIA, 8 - TEL. (0331) 785.024

**L'OTTIMO DELLA MAGLIERIA**

Preferite i prodotti marca stella

**ALBACORA s.r.l.**

**GENOVA** Largo Zecca, 8 Telefono 291.442/3/4

**ROMA** Via Piramide Cestia, 1/C Telefono 57.89.42

**NAPOLI** Calata Villa del Popolo Telefono 51.06.64

**EEL**

Produce detersivi e detergenti in esclusiva con il marchio COOP per la COOP ITALIA

**COOPERATIVA LUGHESE DETERSIVISTI**

LUGO (Ravenna)  
Via Provinciale Cotignola, 3

Industria chimica cooperativa unica in Italia

**MAURI FORMAGGI**

PASTURO (Valsassina)

Operazione PREZZO ONESTO

**Insuperabilmente Buono** TONNO *Insuperabile*

Prodotto dalla S.p.A. DE LANGLADE & GRANCELLI - Genova **il TRANCIOROSA**

Il tonno INSUPERABILE è reclamizzato solo su «L'Unità» per portare a conoscenza dei lavoratori che nessun aggravio di costo pubblicitario è gravato sul prodotto