

Il consumatore cambia musica

Le società di distribuzione osservano che gli acquirenti reagiscono al tentativo di imporre loro la scelta dei prodotti - Ora si bada di più all'essenziale ed al prezzo - A questo nuovo corso dei consumi ci sono però due modi di reagire: per ora si tenta di cambiare la forma, aggravando la sostanza



IL MARKETING è in crisi. I grandi esperti dell'arte di far consumare ciò che loro interessa. Ebbene, ecco la soluzione: cambiamogli nome, chiamiamolo mercantile, ed andiamo avanti. Col ritorno alle vecchie buone tradizioni, riscoprendo le virtù della lingua naba, tutto cambia senza cambiare niente. E del merchandising esse ne facciamo? Si tratta di quell'insieme di tecniche, anche costose, che consentono di far quadrare, ad esempio, vendendoti una merce in un imballaggio costa più del contenuto il merchandising deve morire, dicono i più sensibili alle esigenze del consumatore, poiché il cliente si sente truffato ed «il cliente ha sempre ragione». Se ha pochi soldi, o comunque non ne ha abbastanza per soddisfare i suoi più evoluti bisogni di socializzazione, diamogli dunque l'essenziale cercando di ottenere più profitti proprio dall'essenziale. Qual è il rapporto tra i mutamenti strutturali del mondo attuale e atteggiamenti della

gente è un argomento da studiare. Certo che vi sono modi diversi di affrontare questo problema. E' un fatto ormai accertato a livello mondiale che è in atto, sotto la spinta della crisi, una profonda modificazione nelle scelte dei consumatori i quali ricercano il minor prezzo, e tendono sempre più a sfuggire alle tecniche di inbonimento. Questo fenomeno è particolarmente acuto in Italia. Di fatto, non essendo ancora avvenuta nessuna riconversione sia nella produzione che nella distribuzione le difficoltà del consumatore si traducono in una riduzione quantitativa dei consumi ed in una loro dequalificazione. Vi sono due strade: a) quella che paiono volere scegliere le grandi società multinazionali. Queste tendono a mantenere e sviluppare i loro margini di profitto attraverso una ulteriore dequalificazione dei consumi, esasperando l'uso della chimica, andando alla ricerca di mate-

rie prime meno costose e così via. b) quella che punta ad una drastica e conseguente azione contro gli sprechi tipici della società capitalistica (intermediazione parassitaria o costi di marketing, o surrettizia ed esasperata differenziazione dei prodotti, o imballaggi, o pubblicità, ecc.). Attraverso questa seconda via si può arrivare ad una riduzione dei costi dei beni di largo consumo sia alla fase produttiva che della distribuzione, rispondendo così alle sollecitazioni dei consumatori sulla base di una qualificazione dei prodotti. Molte forze, fra cui la cooperazione di consumo fanno la seconda scelta alla quale sono interessati obiettivamente non solo i consumatori, ma anche le forze produttive dei ceti medi sia nella produzione che nella distribuzione. Una politica del prodotto in difesa dei consumatori e che non si risolve, invece, in una dequalificazione dei consumi, deve essere strettamente col-

legata alla lotta per bloccare le scelte delle multinazionali e far passare questa seconda via. Si prospettano, fra l'altro, misure legislative e di politica economica e la revisione di tutto l'attuale sistema di amministrazione dei prezzi in rapporto sia ai contenuti che agli strumenti di controllo. Ad esempio: a) il CIPE ha poteri in materia di definizione di prodotti da sottoporre a prezzi amministrati e di indicare quelli di generale e largo consumo da controllare, ai fini di accertare il meccanismo di formazione del prezzo finale. Una prima riforma da chiedere è l'inclusione delle regioni nel CIPE. b) ex CIP, strumento per la fissazione dei prezzi amministrati e di controllo della formazione dei prezzi. Tale organismo deve concentrare la propria azione nella fissazione dei requisiti minimi comuni dei prodotti fuori del quale è arbitraria ogni indagine sui prezzi, od addirittura, la fissazione di un prezzo,

dall'altra dotarsi degli strumenti necessari ad una indagine seria sulla formazione dei prezzi. Un'altra caratteristica dei comitati prezzi è che dovrebbero essere governati con la partecipazione di tutte le forze sociali interessate. Tale organismo si collegherebbe per la parte relativa alla fissazione degli standard dei prodotti alle istanze periferiche già esistenti (Istituti di Igiene e profilassi delle Province ecc.), per la parte relativa al controllo con le istanze amministrative esistenti o da creare, a livelli dei Comuni e delle Regioni. Tutte queste istanze devono lavorare in modo da assicurare la più assoluta pubblicità delle indagini. La parte relativa alla fissazione degli standard, al loro controllo, potrebbe essere compito di un Istituto dei Consumi, così come avviene in altri Paesi, la cui gestione dovrebbe essere fondamentalmente affidata alle organizzazioni che rappresentano gli interessi dei Con-

sumatori (cooperazione, sindacati). Vi è inoltre l'esigenza di riformare anche sul piano legislativo lo standard dei prodotti, e la loro pubblicità. Quindi la riforma del Codice alimentare, delle leggi relative ai beni di largo consumo; l'etichettaggio informativo, completo e chiaro, insieme a tutta la tematica relativa alle garanzie del consumatore sulla pubblicità ed altro, così come stabilito nei principi del programma di difesa del consumatore della CEE. Di questo si è discusso, per certi aspetti, alla conferenza nazionale per l'educazione alimentare che si è tenuta il 29-31 ottobre scorso per iniziativa dell'Istituto nazionale della nutrizione. Particolarmente interessanti sono le conferenze delle cooperative. Vi sono le condizioni, quindi, che si giunga ad un incontro a livello di governo perché la politica di consumi entri a far parte in modo organico delle scelte generali di politica economica.

LATTE SOLE, UN ALIMENTO COMPLETO SULLE VOSTRE TAVOLE:

economico, nutriente, dissetante, disintossicante, il latte è tutto questo e altro ancora. Dobbiamo solo conoscerlo meglio.

Esistono presso i lettori non solo prevenzioni e false credenze sul latte ma uno strano disinteresse per tutto ciò che lo riguarda. Tanto è vero che raramente si incontra nel consumatore una informazione valida e sufficiente e questo è dimostrato anche dalle innumerevoli interviste condotte da studi specializzati sul pubblico. Su quelli che sono i requisiti fondamentali del latte, le sue caratteristiche più importanti, il modo corretto di trattare l'alimento se ne è parlato a lungo e in diverse sedi, noi qui vogliamo solo puntualizzare l'importanza del latte, un alimento del quale non si può fare a meno e non solo nella prima infanzia. La maggior parte dei consumatori sostituisce spesso questo alimento con altri prodotti. Riflettiamo ora su cosa abbiamo introdotto nella nostra dieta quotidiana.

Quante volte al giorno entriamo in un bar e con sicurezza consumiamo bevande con poco potere nutritivo, assolutamente non disintossicanti, molto spesso gassate?

E a casa, non succede forse lo stesso?

Questo a nostro avviso accade per una cattiva abitudine che si è andata acquisendo. Non pensiamo alle cose più semplici.

Provate la prossima volta a consumare un bicchiere di latte, caldo, freddo, tiepido come lo preferite, avrete una piacevole sorpresa.

Vi toglierà la sete come la più dissetante delle bevande.

Con il suo apporto nutritivo vi darà una gradita spinta energetica.

In più nello stressante ritmo odierno, nelle grandi città che hanno problemi di inquinamento, nelle pause tra una sigaretta e l'altra il suo potere disintossicante si potrà esercitare appieno.

Molti ignorano a questo proposito che è obbligatorio bere latte per determinate categorie di lavoratori, che sono a contatto più di altre con agenti intossicanti.

Se questo è valido per i tipografi, per i linotipisti, ecc. pensiamo, a maggior ragione, quanto lo è per coloro che sono meno soggetti a fattori inquinanti.

E l'aspetto nutritivo in rapporto al costo.

Un litro di latte costa al massimo 300 lire.

Il suo rapporto nutrizionale è superiore o perlomeno uguale a molti alimenti che costano decisamente più cari.

L'accento che abbiamo voluto mettere, non a caso, sul latte come alimento completo parte proprio da queste considerazioni: alimento economico, sano e gustoso insieme.

Lo sforzo che le aziende agricole Sole svolgono in questa direzione è quindi ancor più rimarchevole per due ordini di motivi.

Nella produzione per offrire un prodotto igienicamente impeccabile, buono, nutriente.

Nell'informazione che costantemente offre intorno ai suoi prodotti, affinché i consumatori sappiano appieno che cosa comperano e perché è giusto consumare il latte Sole.

tutte le mattine...



Tiburtina

vera ricotta romana più latte

Sempre fresca di giornata. È la prima ricotta con il nome su ogni fetta.

Richiedetela nella sua forma tipica. TIBURTINA è inconfondibile. Consegnamo TIBURTINA tutte le mattine, ecco perché è sempre fresca di giornata. Prodotta con il generoso latte di pecora, il più ricco di proteine, mantiene inalterato il sapore naturale e genuino della tradizione. Come Settecolli e Vergaro, la ricotta TIBURTINA è un prodotto tipico della campagna romana. Una delizia che si scioglie in bocca.

Un genuino prodotto **ALIBRANDI**



La delizia di questi formaggi nasce dalla genuinità

settecolli
delicato e morbido
una delizia che si scioglie
dolcemente in bocca

vergaro

piccante dal sapore appetitoso e stimolante

Formaggi Alibrandi, formaggi all'antica che non hanno nulla da nascondere. Genuini perché prodotti esclusivamente con latte intero selezionato, senza additivi, coloranti, antifermentativi.

Settecolli * Vergaro
delizie fatte formaggio



Due genuini prodotti **ALIBRANDI**
Formaggi tipici della campagna romana.

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