

Oggi a Torino si apre la XXX assemblea di bilancio dei soci della Coop Italia

# UN DISCORSO SERIO SUI PREZZI

## Ecco le proposte della cooperazione di consumo

La parola al presidente

### ENEAZ MAZZOLI:

**abbiamo fatto molto, dobbiamo fare di più**



D: Come spiegate l'attuale acuita dei prezzi al consumo?

R: Se le previsioni di aumento dei prezzi formulate alla fine del 1975 per l'anno in corso si aggravano intorno al 12-14%, oggi si parla di un probabile incremento medio del 20 per cento. Un incremento che si aggiunge ad aumenti di parità negli anni scorsi. Le radici di questo fenomeno, che si presenta con particolare gravità in tutta l'area capitalistica, stanno nei caratteri strutturali della nostra economia, in un modello di sviluppo profondamente squilibrato per la depressione della agricoltura, per il forte impulso dato a certi settori trainanti dell'industria, oggi in crisi, per la concentrazione degli investimenti in determinate aree geografiche, per il basso livello della ricerca scientifica e delle tecnologie applicate ai processi produttivi. A questo si aggiunge una sciagurata politica monetaria che ha permesso le recenti speculazioni sulla lira con il conseguente aumento dei prezzi di tutti i prodotti importati e una spinta riflessa all'aumento di tutti i prezzi.

D: Quali sono stati i maggiori ostacoli incontrati dalla COOP Italia nel 1975?

R: Le difficoltà di tutte le aziende, innanzi tutto, connesse con la restrizione dei crediti e l'aumento dei costi, ma in particolare, per il settore in cui operiamo, è stata messa a dura prova la nostra capacità di adeguarci con tempestività alla contrazione dei consumi alimentari e alle variazioni continue dei prezzi e delle scelte dei consumatori. Questi fenomeni ci hanno impegnati in

una verifica continua della nostra politica di acquisti e di vendita, verifica che per il movimento cooperativo è forse della battaglia per un servizio distributivo che elimini i costi ripetitivi e superflui.

Mentre quindi da una parte non incidono minimamente sulle cause del caro vita, dall'altra non pregiudicano, neppure in modo esemplificativo, nuovi modelli di distribuzione, dato che il volontariato gratuito, l'eversione degli obblighi sanitari e fiscali non rappresentano soluzioni accettabili ai costi della distribuzione.

D: Cosa proponete di concreto e di immediato per contenere la corsa al rialzo dei prezzi?

R: Premesso che una politica di risanamento e controllo dei prezzi non può che essere collegata a una diversa impostazione della politica economica, della produzione e del consumo, e che questo è il nodo centrale dello scontro in atto nel Paese, possiamo ben dire che la COOP, nei limiti consentiti, sta facendo in questo momento i massimi sforzi per contenere i prezzi.

Innanzitutto sottoponendo la propria struttura di servizio a una rigorosa verifica che elimini i costi superflui e sperimentando strutture di vendita più economiche, ma sempre offrendo ai propri clienti una concreta alternativa ai costosi prodotti di marca: la linea di prodotti di marchio COOP. Prodotti ai migliori livelli qualitativi consentiti dal mercato, e a prezzi sensibilmente più contenuti degli analoghi prodotti di marca.

Siamo di fronte ad una crescita vertiginosa dei prezzi. Che cosa può fare la Coop come strumento di difesa dei consumatori?

La Coop offre una proposta di consumo ampia di prodotti alternativi, di qualità controllata che assicurano sempre prezzi significativamente più bassi delle marche famose.

Si tratta dei prodotti Coop, molti dei quali provengono direttamente dalle cooperative agricole, altri sono realizzati per la Coop da piccole e medie industrie, altri ancora provengono dalla Coop Industria, l'azienda di proprietà del movimento cooperativo.

I prodotti Coop sono presenti in tutti i principali settori merceologici con i marchi: Sol d'Oro, Mares, Danke, Ely, Val Bianca, Corral, Babette.

Questo è un contributo concreto che la Coop, a prezzo di importanti sacrifici, estende a circa MILLE NEGOZI offrendo ai consumatori un valido strumento di difesa contro il carovita.

Questa iniziativa della Coop però non può risolvere i problemi strutturali che determinano gli aumenti dei prezzi.

La Coop opera infatti in un mercato in cui i prezzi sono condizionati da forze e cause economiche che stanno a monte della rete distributiva: la svalutazione della lira, la situazione di debolezza della nostra economia e le carenze che da sempre contraddistinguono un'agricoltura arretrata come quella del nostro paese. Opera in una società in cui vi sono gravi sprechi e spazi per speculazioni e parassitismi che incidono sul prezzo finale dei prodotti in maniera determinante.

Associazione Nazionale Cooperative di Consumo/LNCEM

La parola al vice presidente

### LUCIANO CALANCI:

**dobbiamo adeguarci alla nuova realtà**



D: Il vertice della COOP Italia si presenta a questa 30ª assemblea con delle novità. Perché?

R: Lo sviluppo della domanda e delle reazioni cooperative emergenti nel Paese ha reso necessario un potenziamento delle strutture dirigenti. In particolare, alla COOP Italia, i cambiamenti nel gruppo dirigente corrispondono ad un processo di adeguamento della organizzazione interna del consorzio alle nuove funzioni che la COOP Italia è chiamata a svolgere all'interno del movimento, in conseguenza dell'evoluzione avvenuta in questi anni.

D: Il nuovo assetto dirigenziale rientra dunque in un disegno di trasformazione più vasto del movimento cooperativo di consumo?

R: Certamente. Il processo di fusione tra le cooperative e di ammodernamento della rete di vendita è proceduto a ritmo assai veloce in questi sette anni di vita della COOP Italia, che di questo stesso processo è stato elemento determinante. Le grandi cooperative interprovinciali, regionali e interregionali sorte dalla fusione di cooperative piccole, hanno dimensioni aziendali tali da richiedere al loro interno strutture operative e direzionali che prima venivano svolte dal consorzio. E' cresciuta contemporaneamente la necessità di una rappresentanza politica nazionale del movimento e di un collegamento più stretto con gli altri settori cooperativi all'interno della Lega: la necessità quindi di un potenziamento degli organismi dirigenti dell'Associazione nazionale delle cooperative di consumo.

D: Ci fa piacere poter ricordare che il movimento cooperativo è un movimento democratico non solo perché si colloca nell'area delle forze popolari e riformatrici, ma anche perché, attraverso le sezioni soci, si realizza nella cooperativa un processo di partecipazione democratica alla direzione aziendale che è un carattere peculiare del nostro movimento. Con maggiori problemi e difficoltà, le cooperative cercano di realizzare al proprio interno un rapporto di partecipazione dei lavoratori non solo sulle questioni dell'organizzazione del lavoro, ma anche sugli indirizzi aziendali e sulle scelte che il movimento sta compiendo in questa fase di razionalizzazione delle strutture e delle funzioni.

D: La COOP Italia si pone il problema di una presenza nel Sud?

R: Il programma di espansione della cooperazione di consumo nelle regioni meridionali sta impegnando la COOP Italia nella determinazione di una struttura di servizio specifica per le caratteristiche della zona e della tipologia della rete. Nel corso del 1976 si apriranno alcuni negozi «discount» che dovrebbero realizzare un significativo volume di affari. Per garantire la fornitura a questi negozi la COOP Italia darà vita ad un magazzino di movimentazione merci nel Sud che sarà, come tutti gli altri, gestito dalle cooperative interessate.

Conversando con Fulco Checcucci ed Ettore Dazzara dell'ANCC

## Anche per la cooperazione di consumo il 1975 è stato un anno difficile

Aumentate clientela e vendite soprattutto nella rete moderna - Perdite di bilancio attorno ai cinque miliardi - Trentamila nuovi soci - L'impegno nel Mezzogiorno

Abbiamo incontrato i compagni Fulco Checcucci ed Ettore Dazzara nei loro nuovi uffici romani, presso la sede della Lega, in via Guattani. Parliamo del passato e del presente, cioè del 1975 e del 1976, due anni importanti, decisivi. Gli aumenti dei prezzi al consumo continuano e sono massicci. Le patate, solo un esempio, hanno raggiunto cifre impensabili, anche le mille lire il chilo. Ma la stessa cosa si è verificata per la carne, il caffè, i detersivi, l'olio, l'ortofrutta in genere. E il futuro è tutt'altro che tranquillo. Gli industriali della pasta, tanto per stare alla cronaca, sono un segno vivente di questo clima.

E' in questa situazione grave che la cooperazione di consumo si trova ad operare. «Ed è in questa situazione, ci dicono i nostri interlocutori — che essa deve caratterizzare la sua funzione positiva offrendo ai prezzi competitivi prodotti di qualità».

Chi conosce bene i meccanismi dell'attività che semplici della distribuzione, come appunto il cosmonico Checcucci e Dazzara, ci conferma che «vi sono segnali di disaffezione nei confronti delle grandi marche reclamizzate (i che è positivo nel senso che finalmente certa pubblicità consumistica comincia a segnare il passo e a non far più tanta presa sui consumatori) e nuovi orientamenti verso prodotti di minor prezzo». C'è un ritorno ai prodotti di base a scapito dei «cibi pronti» che avevano registrato un notevole incremento negli anni scorsi.

«Anche per la Coop era facile scegliere la via di offerte alternative di qualità inferiore ma invece si è preferito puntare su una offerta di sempre migliori livelli qualitativi della merce sia nel settore dei prodotti deperibili (carni, latticini, ortofrutta) che negli altri settori». Ecco perché è stata gustosamente incrementata l'offerta di prodotti con marchio cooperativo che già rappresentano una larghissima parte delle vendite nei negozi Coop. «Si tratta di merci di cui i compagni Checcucci e Dazzara — di elevata qualità: provenienti direttamente dalle cooperative agricole della nostra Coop Industria o da aziende private, sulla base però di precisi standards qualitativi forniti dalla cooperazione di consumo. In questa direzione ci stiamo impegnando sempre di più. Nei nostri programmi c'è infatti la volontà di una sempre più estesa e partecipata programmazione e di uno stretto collegamento con le aziende della Cooperazione agricola per determinare con grande anticipo i tipi, la quantità, la qualità ed i prezzi delle merci di provenienza contadina da vendere nella rete Coop, intendiamo così realizzare due scopi: remunerare in modo adeguato e certo l'azienda agricola e portare al consumo dei prodotti non gravati dalla intermediazione o addirittura oggetto di manovre speculative».

«Altro problema: una verifica attenta dell'efficienza di tutto l'arco del servizio distributivo cooperativo, ai magazzini di rifornimento, alla movimentazione delle merci all'interno e all'esterno dei punti di vendita».

E veniamo ai dati 1975. «Ad una prima stima le vendite complessive realizzate dalle cooperative di consumo aderenti alla Lega assommano a 38.300 miliardi. L'incremento, rispetto al 1974, è notevole: addirittura del 35,5 per cento nella rete moderna costituita dalle nostre 14 maggiori cooperative, del 23,7 per cento nel complesso».

«Inoltre nel 1975 — continuano Checcucci e Dazzara — la cooperazione di consumo si è impegnata a fondo per realizzare il suo disegno di ristrutturazione e di sviluppo. Sono stati aperti 19 punti di vendita di media e grande dimensione per un totale complessivo di 13 mila metri quadrati. Oltre 30 mila nuovi soci sono stati conquistati, tra questi numerosi sono i giovani. Altro dato significativo la raccolta del prestito sociale che si avvia a raggiungere i 40 miliardi. Ma non ci sono sol-

Per iniziativa di un gruppo di lavoratori dell'Alfa, Alfa Sud e Aeritalia

## Nel Sud, a Pomigliano d'Arco, il primo discount cooperativo

Quattrocento metri quadrati di area di vendita arredati in maniera «spartana» Prima la cooperativa, poi il negozio - I risultati dei primi mesi di attività

Il primo negozio «discount» della cooperazione di consumo italiana è stato aperto a Pomigliano d'Arco (Napoli). Il fatto è importante per due ragioni: 1) perché si tratta di una struttura completamente nuova; 2) perché la scelta è stata fatta nel Mezzogiorno, cioè in quella parte del Paese nella quale la

cooperazione ha una trop-pa scarsa presenza. Prima si è dovuto dar vita alla cooperativa, quindi al negozio. Non è stato facile ma le difficoltà sono state superate. I risultati, malgrado l'esperienza con pochi mesi di vita, sono soddisfacenti: 34 milioni di lire di vendita in febbraio, 46 milioni in marzo.



Tutto è cominciato la scorsa primavera quando un gruppo di lavoratori di grandi aziende di Pomigliano (Alfa Romeo, Alfa Sud e Aeritalia) presentò contatti con la Lega per la costituzione di una cooperativa che funzionasse positivamente da freno nei confronti del dilagante fenomeno del carovita.

Una delle prime decisioni della cooperativa fu di affittare (e ciò avvenne nel mese di giugno) un locale di circa 400 metri quadrati. Quella avrebbe dovuto essere la sede del futuro negozio. Non era il posto più adatto, tuttavia ci si accantonò e a novembre iniziarono i lavori di adattamento. Fu scelta la formula del discount, una formula economica, addirittura spartana, molto discussa all'interno del movimento ma mai applicata.

Una formula a cui van taggi sono evidenti: vendere a costi minori rispetto alla rete non solo tradizionale ma anche a quella moderna, dei supermercati.

L'interno del negozio fu diviso in tre parti: un settore vendita di 350 metri quadrati, un magazzino di 65 metri quadrati arredato con scaffalature metalliche, un retrocassa attrezzato con ripiani per facilitare la confezione dei pacchi ai clienti. Contemporaneamente ai lavori si sviluppò l'addestramento del personale: tre addetti alle vendite, due impiegati.

## A Torino alle ore 15

La XXX assemblea generale ordinaria dei soci della Coop Italia inizierà nel pomeriggio di oggi a Torino presso il Salone dei congressi dell'Istituto autonomo case popolari, in Corso Dante 14. Questo il programma dei lavori:

Ore 15: Insediamento della assemblea e delle commissioni; relazione del Consiglio di amministrazione (Eneaz Mazzoli, presidente); relazione dei sindaci; lettura del bilancio al 31 dicembre 1975; inizio del dibattito.

Ore 19,30: Sospensione dei lavori.

Domani 4 giugno

Ore 9: Ripresa del dibattito.

Ore 10,30: Votazioni su bilancio e relazione.

Ore 12: Discorso di chiusura dei lavori dell'assemblea.

Ore 13: Riunione del nuovo Consiglio di amministrazione per la nomina del presidente, del vice presidente e dei CD preposti alle autogestioni; e per le relative deleghe di poteri.