

## Puglia: una presenza in via di sviluppo

**Dopo molte delusioni finalmente si è imboccata la strada giusta: «Stiamo lavorando sulla base di un programma»**

Dalla redazione

BARI — In Puglia la cooperazione di consumo non ha una lunga tradizione. Tutt'altro. Dopo una discreta ma breve crescita nel primo decennio successivo alla Liberazione, ricompare all'inizio degli anni '70 prevalentemente con cooperative «chiuse» e specie aziendali. Le prime esperienze significative — per l'entità del territorio in cui si colloca, per le dimensioni e la realtà cooperativa regionale — si sono avute nel 1974-75, cioè negli anni in cui in maniera più pesante si fecero sentire gli effetti della crisi economica. In qualche modo in questa fase le diverse iniziative cooperative partono o si collegano con altri organismi di massa, partiti e sindacati, anche se ancora si è lontano dall'aver stabilito un legame recipro-

carante produttivo nel necessario rispetto delle singole autonomie.

Un primo bilancio della consistenza delle cooperative di consumo in Puglia è però significativo. Poche cifre lo stanno a dimostrare. Quindici negozi cooperativi (generali alimentari e articoli vari per la casa) che raggruppano 6 mila soci. Nel 1978 il fatturato è stato di 3 miliardi mentre per il 1979 la previsione è di 3 miliardi e mezzo. Le aree di vendita coprono una superficie di 2000 metri quadrati con 28 dipendenti; l'area media è di 200 metri quadrati mentre quella dei negozi o botteghe tradizionali è di 40-50 metri quadrati.

«Il 1979 — ci dice Luigi Urbano, responsabile regionale del settore consumo aderente alla Lega — è l'anno decisivo per la cooperazione di consumo che non è più su posizioni difensive ma mira sempre più ad organizzare un servizio da offrire al quartiere e al centro urbano in cui opera. Inoltre si è stabilito un rapporto diverso con il movimento cooperativo nazionale». Ed è su questo argomento che rivolgiamo la prima domanda a Luigi Urbano.

— Quali sono i rapporti fra il movimento cooperativo regionale e quello nazionale?

«I rapporti sono stati, da subito, né facili né chiari. A livello regionale sostanzialmente perché fino a qualche anno fa tutti gli sforzi e tutti gli impegni erano destinati e dimensionati ai settori che tradizionalmente vedevano la nostra presenza, cioè agricoltura ed edilizia. Settori questi certamente vitali per nuove e più articolate presenze nei settori e nel territorio. Occorrono in altri termini una dimensione e un respiro politico diversi. E su questa strada ci siamo mossi in Puglia anche se non sempre con un processo lineare e con la convinzione di tutte le forze presenti, ma si è andati avanti. A livello nazionale per la contemporanea presenza dei primi approcci al problema dello sviluppo del Sud, di momenti di dibattito e di reali difficoltà del movimento, il rapporto fra centro e periferia è stato molto poco lineare, non programmato tanto che alcuni importanti iniziative della ANCC e della Coop Italia hanno subito mostrato il fiato corto. Basti ricordare a questo proposito l'annata e improduttiva esperienza dei primi quadri formati per il Sud al corso nazionale di Montelupo ed il progressivo deperimento cui è andato incontro lo sforzo di creare

reali funzioni e attese diverse nel Mezzogiorno con l'apertura di un ufficio studi-Sud del Coop Italia. Sia l'una che l'altra esperienza non potevano finire diversamente perché mancava un reale programma di sviluppo o quanto meno, se un programma c'era, esso prevedeva fasi intermedie e finali, ma non una necessaria fase di avvio che tenesse conto della mancanza di tradizione del movimento cooperativo in non poche zone del Sud».

— In base a queste esperienze su quali linee si muove ora in Puglia il settore della Cooperazione di consumo?

«È necessario superare l'intervento episodico o il sostegno su problemi contingenti e dotarsi di una strategia, di un programma a medio e lungo periodo che possa prevedere, indicare e sollecitare impegni, fonti e destinazioni di risorse umane e materiali, qualificazione di dirigenti e tecnici. Stiamo lavorando cioè per un programma che non veda l'impiego di capacità o di risorse a valle dei problemi o la formazione di quadri dirigenti o intermedi solo quando si è sul punto di aprire un «discount» in Puglia, ma un programma che preveda subito l'analisi economica e commerciale del territorio, valutazioni di opportunità economica per l'impresa, e di opportunità e necessità sociali e politiche per il movimento. Contemporaneamente stiamo lavorando per sollecitare la formazione di una rete di medie cooperative a carattere comprensoriale per fare promozione e sperimentazione».

«Riteniamo per questo necessario non solo la formazione dei quadri e il trasferimento di esperienze, strumenti e tecniche di gestione e di controllo (non di modelli), ma consideriamo necessario anche l'impegno di tutto il movimento per un uso certamente parziale delle risorse disponibili, ma finalizzato al potenziamento o alla costruzione di strumenti del movimento».

«Quando parlo di potenzialità — conclude Urbano — mi riferisco all'aiuto che abbiamo dato ai giovani disoccupati della cooperativa agricola "Carmine Giorgio" di Minervino Murge, nel collocare la produzione dell'azienda incola che hanno occupato e che stanno trasformando. In Puglia c'è una notevole domanda di cooperazione a tutti i livelli. Noi, per la nostra parte, lavoriamo per dare la risposta più adeguata».

Italo Palasciano

## Campania: il canale corto del discount

**Lo si è sperimentato con successo a Pomigliano d'Arco - Un movimento giovane ma già robusto - Alcune dichiarazioni di Domenico Maresca**

NAPOLI — Sono nate da poco ma crescono robuste le cooperative di consumo in Campania. La prima vera iniziativa di tipo moderno sortì nel febbraio 1976 nel centro operaio di Pomigliano d'Arco, seguita nel dicembre del 1978 da un analogo punto di vendita in un'altra zona di tradizione operaia: Castellammare di Stabia. In breve a Pomigliano la cooperativa di consumo ha

raggiunto i 4100 soci. Quella di Castellammare 3700 soci. Altre iniziative sono allo studio. Si sta puntando all'apertura di un negozio Coop a Solofra, zona dove si concentra l'industria conciaria nell'Avellinese. Qui in soli quindici giorni sono state raccolte 1300 adesioni. Il giro di affari è in crescendo e, con l'incremento previsto, quest'anno si pensa di superare largamente i due miliardi.

Citare queste cifre potrebbe dare l'impressione che si stia cedendo ad un trionfalismo fuor di luogo. Ben diversa, tuttavia, è la realtà. Mette conto, infatti, sottolineare questi obiettivi conseguiti in così breve tempo perché essi danno una idea abbastanza realistica dell'impulso che ha subito avuto il movimento della cooperativa di consumo in Campania, nonostante le difficoltà che non sono mancate al primo impatto. Già dieci anni fa, il movimento coop, aderente alla Lega nazionale, si era posto il compito di uscire dalle sue tradizionali roccaforti del centro-nord, per puntare al problema Mezzogiorno con una serie di interventi. Come tutti gli inizi le cose non furono affatto semplici. Si discusse sulla maturità del sud ad accettare e sviluppare la cooperazione; si ritenne utile sostenere iniziative ed investimenti portando già anche il patrimonio di esperienze già accumulato.

Solo a partire dal 1968, però, si è avviato un processo di espansione delle cooperative nel Mezzogiorno che, pur facendo propria la ricca esperienza accumulata nelle aree centro settentrionali, si sostanzia e arricchisce con i dati della realtà locale.

Alla base dell'affermazione che si è subito profilata anche nel Mezzogiorno per la Coop, riteniamo si possano porre due elementi essenziali, che si possono sintetizzare in una rigorosissima politica della qualità e del prezzo, del salario e della salute. Ce lo conferma Domenico Maresca, dirigente delle

cooperative di consumo. «Se fosse possibile sintetizzare tutto in una sola frase, allora diremmo che la nostra politica mira a offrire la migliore merce possibile al miglior prezzo possibile».

Per quanto riguarda la politica dei prezzi, basti pensare che il negozio Coop di Pomigliano (430 metri quadrati di superficie di vendita) è stato il primo «discount» nel Mezzogiorno. Il «discount» è appunto una politica che punta a comprimere tutti i costi: trasporto, distribuzione, promozione, presentazione esterne dei prodotti, ecc. in funzione esclusiva del contenimento del prezzo di vendita. Il cosiddetto «canale corto» tipico della politica Coop, cerca appunto di ridurre i passaggi dalla produzione al consumo.

Per quanto riguarda invece la qualità, la Coop risulta essere finora l'unico caso di applicazione della legge 283 del 1962 sulla «tutela del consumatore». Legge che da 17 anni attende il decreto di attuazione che non viene perché sarebbero in molti a ritenersi svantaggiati dagli obblighi che riguardano il peso, la descrizione dei prodotti, la garanzia della qualità, la proibizione di additivi e coloranti, la pubblicità menzognera, ecc., tutte cose queste che rientrano ormai nell'uso comune della Coop.

Vi è poi un altro aspetto che non va trascurato. «La Coop di consumo — ci dice Maresca — rappresenta un modo di lottare contro la disgregazione, l'individualismo, l'assolutismo e il consumismo, spingendo avanti invece valori diversi quali la solidarietà, la partecipazione». Nella sua breve esperienza in Campania la Coop ha promosso dibattiti, informazioni audiovisive sulla qualità dei prodotti, igiene alimentare. Ha promosso iniziative pubbliche per sollecitare l'applicazione della legge 283 di cui abbiamo già parlato; conferenze sulla educazione alimentare nelle scuole di Pomigliano, con la distribuzione di opuscoli.



MERCURIO D'ORO 1970

NOVENTA PADOVANA (PD) - Tel. (049) 760.222 - Telex 430.392

*La genuinità per tradizione nel settore delle carni conservate*

## WURSTEL DUKE 61 IL PRANZO DI OGGI

IN TUTTI I SUPERMERCATI



DUKE GRANDI MARCHE S.p.A. - TRIESTE

**I. N. P. A.** Fornitori di  
di EMILIO INNOCENTI *fiducia dei*  
CONSERVE ALIMENTARI *negozi coop*

50053 SOVIGLIANA-VINCI (FI) - TEL. (0571) 508.100

COFANETTI

**Sperlari**

con tante buone caramelle  
... e il cofanetto resta

Preferite i prodotti marca stella



GENOVA ROMA NAPOLI  
Largo Zecca, 8 Via Piramide Costia, 1/C Calata Villa del Popolo  
Tel.: (010) 299.452 Tel.: (06) 578.942 Tel.: (081) 510.664

BISCOTTERIA  
**TONON**  
Biscotti secchi e frollini in confezioni multiple  
Pacchi famiglia da gr. 700 a gr. 1500  
Frolle «Burrovo» ricetta casalinga  
BISCOTTIFICIO GUIDO TONON - 37100 VERONA - VIA MERCURI 4 - TEL. 500294

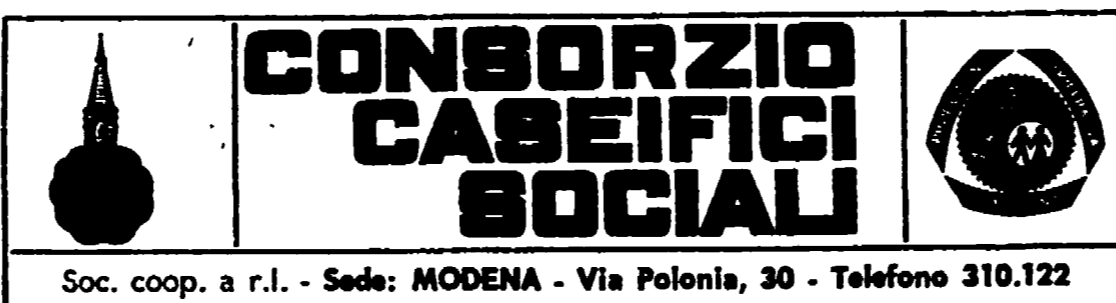


**La genuinità è cooperativa**

Prosciutto, salame, mortadelle, zampone cotichino, tutte le specialità della gastronomia emiliana

prodotti e garantiti da 3000 soci allevatori e dal lavoro delle maestranze fatto di tradizione e di esperienza.

Cooperativa Interprovinciale Alimentari Modene Paganini (MO) tel. 309021



Soc. coop. a r.l. - Sede: MODENA - Via Polonia, 30 - Telefono 310.122

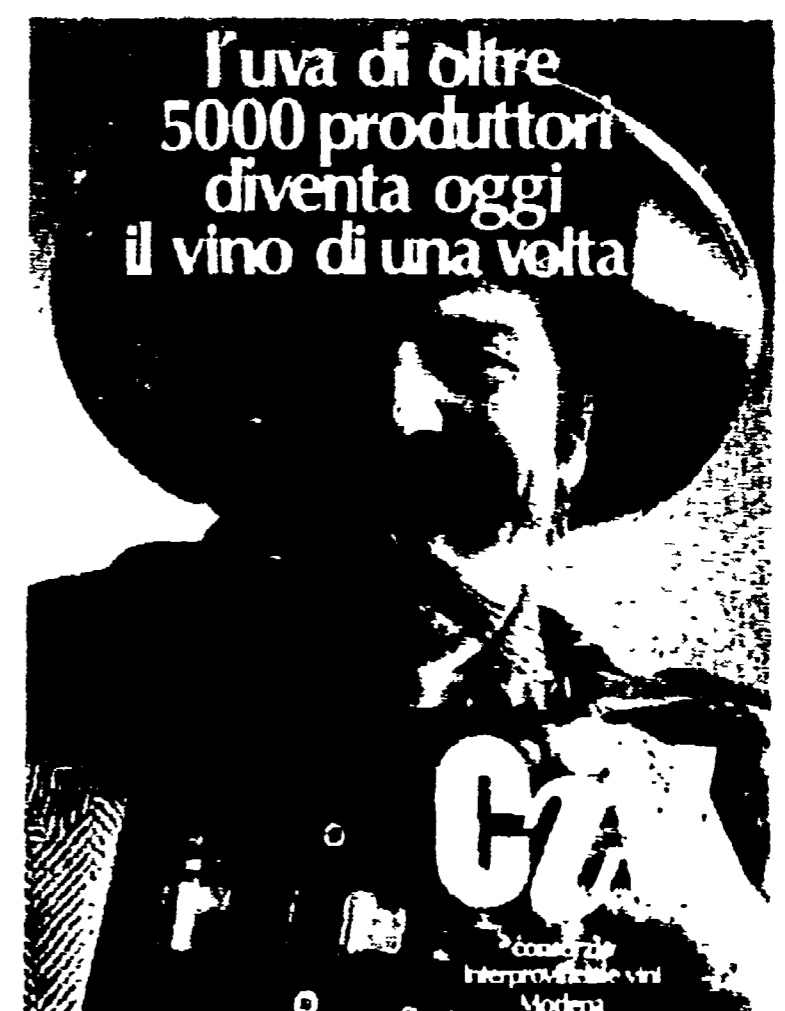
COOPERATIVA DEI PRODUTTORI DEL FAMOSO

**FIORDALBA**

il burro di prima qualità

e del PARMIGIANO-REGGIANO

FORNITORI: Coop. ITALIA del BURRO VAL BIANCA  
Gruppi CONAD del BURRO PRATI VERDI



produzione cooperativa contadina