

# Una pubblicità che informi

Cominciamo da noi  
dalla Cooperazione di consumatori della Lega

La Cooperazione di consumatori della Lega, con 1948 punti vendita, oltre 1300 miliardi di giro d'affari nel 1980, 900.000 soci, è una delle maggiori organizzazioni della distribuzione e la più grande associazione di consumatori esistente in Italia. Ci battiamo perché tra i consumatori si affermino nuove esigenze: più garanzie sulla qualità dei prodotti, una politica di controllo sui prezzi, una informazione più ampia e più precisa. Da sempre lavoriamo in questa direzione. Con il rafforzamento della Cooperazione nei grandi e medi centri urbani, con l'ammodernamento delle strutture di vendita, con una forte capacità contrattuale, noi della **COOP** svolgiamo un'azione concreta, per un sistema di distribuzione più efficiente, per una politica di prezzi contenuti, per un miglior servizio ai consumatori. Sappiamo, però, che la tutela della salute dei consumatori non può prescindere da un diretto impegno della produzione. Con la linea dei prodotti in marchio **COOP** abbiamo aperto un dialogo con le industrie e abbiamo dimostrato che è possibile informare e tutelare i consumatori. 300 prodotti di largo consumo alimentare e per l'igiene della persona e della casa, non sono realizzati direttamente da noi, ma da aziende private e da cooperative agricole e industriali. Con queste imprese abbiamo concordato gli standards di qualità. Nelle etichette **COOP** sono indicati i contenuti e le sostanze impiegate, i valori nutrizionali (proteine, calorie, vitamine), i pesi bene in evidenza, le modalità d'uso e di conservazione, gli additivi spiegando la loro funzione. E tutto questo abbiamo realizzato perché siamo una grande associazione di consumatori e un forte sistema di imprese.



Bocca della verità  
Famoso mascherone, conservato nell'atrio della chiesa di S. Maria in Cosmedin, a Roma.  
Nel medioevo i Romani, per giurare, cacciavano le mani in quella bocca,  
ed era diffusa la credenza che la bocca mordesse chi era colpevole di menzogne.  
(Dizionario Enciclopedico Moderno Vol. I, pag. 582 Ed. Labor)

## I prodotti Coop

Una proposta aperta per i consumatori:  
I nuovi prodotti Coop non rappresentano una sfida, né una sorpresa: essi tuttavia hanno suscitato particolare interesse ed apprezzamento per alcuni elementi di novità che presentano

### Etichettaggio informativo

Per la prima volta in Italia viene sviluppato con ampiezza l'etichettaggio informativo.

Nelle etichette Coop sono indicati:

- I contenuti e le sostanze impiegate
- I valori nutrizionali (calorie, proteine, vitamine ecc.)
- I pesi bene in evidenza
- Le modalità d'uso e di conservazione
- Suggestivi

### Ampiezza della gamma

I prodotti Coop costituiscono la più vasta marca commerciale offerta in Italia da una organizzazione distributiva:

- Pasta di semola e all'uovo, biscotteria e prodotti da forno (77 tipi)
- Verdure, conserve, frutta sciroppata, confetture, succhi di frutta, sciroppi vari (57 tipi)
- Oli di oliva e di semi, sottoli, sottaceti, tonno, sardine (57 tipi)
- Burro, latte, yogurt, margarina (19 tipi)
- Caffè, thé, cacao, budini, crema spalmabile, pizza, dadi da brodo (25 tipi)
- Liquori, aperitivi (18 tipi)
- Articoli per la pulizia della casa e l'igiene della persona (35 tipi)

### Additivi e coloranti

Ci sono additivi utili e inutili, innocui e pericolosi. La Coop propone:

- Utilizzare solo quelli effettivamente indispensabili
- Garantire la innocuità
- Impiegare le dosi minime
- Dichiarare nelle etichette tutti gli additivi presenti, in maniera completa e spiegarne la funzione

### Chi produce i prodotti Coop

Prevalentemente imprese cooperative e piccole e medie aziende:

- Cooperative agricole e industriali: 45%
- Piccole e medie imprese nazionali: 35%
- Grandi imprese: 20%



Imprese moderne per la tutela del consumatore  
Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori Lega Nazionale Cooperative  
Via Guattani 9, Roma, Telefono (06) 841371