

### Ma si può mettere le manette ai prezzi?

Si parla — spesso a vanvera — di controllo pubblico senza però fare nulla - Esigenza di un programma organico di interventi - Cosa chiede la cooperazione di consumo

I cartellini provocano spesso veri e propri choc ai consumatori. Il menù è diventato un problema. Per quante capriole si facevano risulta sempre più difficile fare quadrare il bilancio. La contingenza, d'altra parte, non recupera, come si sa, per intero le perdite subite dalla busta paga. Per cui sono sempre di più quelli che si domandano se sia meglio la scala mobile o il blocco dei prezzi. In teoria, non ci sarebbero per la verità dubbi sulla risposta da dare: meglio, molto meglio il blocco dei prezzi.

Ma in pratica - ecco il punto - è possibile mettere le manette al carovita? Se però il blocco dei prezzi risulta una chimera, un obiettivo impossibile da perseguire tenuto conto del numero di elementi - molti, diversi e complessi - che concorrono a formarlo, sottraendoci ad un solo centro di potere (il governo per esempio), il controllo pubblico dei meccanismi che determinano certi fenomeni inflazionistici non solo è possibile ma rappresenta - e dovrebbe rappresentare - il compito istituzionale di chi dirige il paese. Anzi, come sottolinea in una sua nota la Cooperazione di consumo, è pro-

prio il permanere di elevati livelli di inflazione, che erippongono con forza l'esigenza di una adeguata strumentazione di controllo pubblico dei prezzi.

Se ciò non avviene, la colpa non sta nella impossibilità pratica di bloccare i prezzi - da tutti ammessa - ma in chi, magari invocando a pretesto questa impossibilità, la sbandiera come un alibi per il proprio disimpegno.

«La cooperazione di consumo - rileva la medesima nota sul controllo pubblico - individua nella mancanza di una reale volontà politica la causa dei ritardi nella riforma del CIP, cui si deve il permanere di gravi distorsioni nei meccanismi di formazione dei prezzi, con tutte le conseguenze negative che ciò comporta al potere d'acquisto dei redditi fissi attraverso l'acuirsi dei fenomeni speculativi e dei costi improduttivi. Un modello di sviluppo, fondato sulla programmazione dei fatti economici, presuppone un'efficiente e funzionale conoscenza dei processi di formazione dei costi e dei prezzi, e quindi, un loro controllo pubblico, laddo-

ne questo si renda possibile e necessario. È per questa ragione che la cooperazione di consumatori ritiene assolutamente superati gli strumenti di analisti esistenti e completamente inadeguate le possibilità di intervento dello Stato nel meccanismo di formazione dei prezzi.

Che fare per superare questa situazione? Quali gli interventi che si rendono necessari? Nel quadro di quale politica? Sono gli interrogativi che insorgono immediatamente. La cooperazione di consumatori vi risponde formulando una serie precisa di richieste. Ecco:

- 1) Una funzione del Parlamento di indirizzo e di controllo sull'Esecutivo in materia di prezzi, istituendo preferibilmente una commissione interparlamentare prezzi o, in subordine, affidando costanti poteri di controllo e di iniziativa alle commissioni permanenti.
- 2) Uno stretto raccordo tra programmazione economica e politica dei prezzi, articolata a scala nazionale e regionale.
- 3) La formazione di commissioni consuntive che assie-

curino una larga presenza delle parti sociali ed in particolare delle rappresentanze dei sindacati dei lavoratori e delle organizzazioni dei consumatori.

4) Una politica di intervento che dalla vigilanza sull'andamento dei costi e dei mercati porti alla formazione di prezzi concordati con le imprese, limitando il regime dei prezzi amministrati ai beni e servizi di prima necessità o di importanza strategica per l'economia nazionale.

5) Una efficace normativa di regolamentazione degli standard qualitativi e quindi un efficiente ed articolato apparato tecnico di analisi e di controllo.

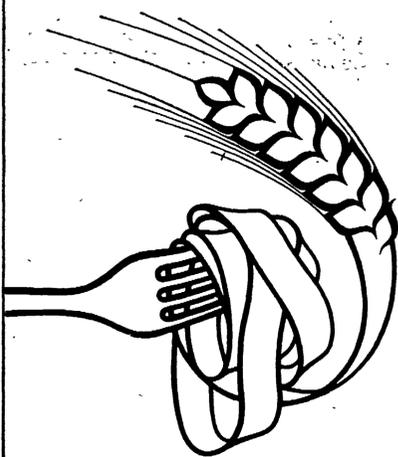
6) Una adeguata strumentazione di informazione al consumatore di ogni provvedimento concernente l'analisi e le decisioni di intervento sui prezzi dei prodotti.

Come si vede le manette ai prezzi, nel senso di un blocco assoluto, forse è impossibile ma certamente esistono i mezzi per frenare prima i processi inflazionistici e, poi, per rovesciare una linea di tendenza che sta facendo impazzire i consumatori.

1981.  
Si rinnova il nostro impegno per un modo diverso di stare in agricoltura.



pasta  
**CORTICELLA**  
un gusto  
bolognese



WURSTEL  
**DUKE 61**  
IL PRANZO DI OGGI

IN TUTTI I SUPERMERCATI



DUKE GRANDI MARCHE S.p.A. - TRIESTE

Gli oltre 5000 viticoltori soci del CIV sono d'accordo:

**"Il buon vino si fa solo con l'uva buona. Altro che storie!"**

"Il buon vino si fa solo con l'uva buona."

Verità sacrosanta. Da decenni i viticoltori soci delle Cantine che aderiscono al Consorzio Interprovinciale Vini di Modena lavorano per ottenere raccolti d'uva di buona qualità. E ci riescono. In questo lavoro i viticoltori sono affiancati dagli agronomi del CIV che controllano costantemente la produzione dell'uva in ogni sua fase: dalla potatura della vite, alla vendemmia.

Viticoltori e agronomi lavorano con tecniche aggiornate, ma nel pieno rispetto delle antiche tradizioni.

E' così che nelle zone tipiche, nel 1980, il CIV ha raccolto 857 mila quintali d'uva.

Nelle cantine e nel centro di imbottigliamento del CIV l'uva migliore viene scelta e, con metodi di vinificazione

assolutamente naturali, si producono il Lambrusco di Sorbara, il Lambrusco Salamino di S. Croce, il Lambrusco Grasparossa di Castelvetro, il Bianco di Castelfranco, l'Albana, il Sangiovese e gli altri classici vini dell'Emilia e della Romagna.

Milioni di bottiglie di questi vini

vengono distribuiti sul mercato italiano ed estero.

Vini buoni, molti dei quali a Denominazione di Origine Controllata.

Un risultato che solo una grande azienda cooperativa qual'è il CIV poteva ottenere. E consolidare.



Noi curiamo l'uva per garantirvi il vino.

Ecco il check-up dell'Alleanza cooperativa modenese come risulta del consuntivo 1980:

Vendite: 73,7 miliardi (+33,8%)  
Utile netto: 2,2 miliardi (+8,4%)  
Dipendenti: 712 (+8,4%)  
Soci: 42.478 (+1,5%)  
Soci prestatori: 14.766 (+28,4%)  
Prestito sociale: 53 miliardi (+42,9%)  
Rete di vendita: mq. 17.758

### ACM: più fiducia nella cooperazione

Crescono i consensi per l'impegno della cooperativa - Un bilancio in attivo

Che dire di questi dati? I risultati di bilancio si è detto al di là del loro significato economico/gestionale possiedono uno specifico significato extra-economico che supera le stesse risultanze quantitative. Tali risultati assumono cioè anche una valenza anche politica nel senso che si prestano ad una lettura e ad una interpretazione attenta alla individuazione dei progressi e dei regressi, dei vantaggi e degli svantaggi che in relazione a quei valori numerici hanno interessato la realtà umana, sociale e ambientale toccata dall'attività dell'azienda.

Dietro ai numeri, in definitiva, ci sono cambiamenti, decisioni, comportamenti, esperienze, convinzioni di uomini o donne che potranno interessare solo fino ad un certo punto l'imprenditore classico, ma che non possono essere ignorati o trascurati da dirigenti della cooperazione la quale fa, per l'appunto, dell'attività e dei risultati economici uno strumento per migliorare l'esistenza di masse di uomini e per contribuire a qualificare l'assetto socio-economico complessivo.

Di qui la necessità di formulare da parte dell'ACM, accanto ad un bilancio economico, un bilancio politico-sociale.

In che cosa consiste questo bilancio? Partiamo dalle vendite. Il loro aumento (+32,4%) una volta che lo si abbia depurato della quota di inflazione (mediamente 17% fra alimentari e non alimentari) e dell'aumento dei consumi pro-capite (attorno al 4,4%) evidenzia una differenza che significa un'espansione della rete di vendita e un aumento della quota di mercato.

Tutto ciò, in particolare significa che migliaia di nuovi consumatori hanno preferito fare spesa nei punti di vendita Coop, significa che hanno apprezzato la nostra organizzazione, che hanno verificato le nostre intenzioni e che hanno conosciuto con la cooperazione di consumatori un modo originale di fare distribuzione, da una parte, e di essere consumatori dall'altra.

Consenso e fiducia nei

giovani. Ma c'è dell'altro. La rete Coop ha dato un grosso contributo alla battaglia anti-inflazionistica, affermando una linea di contenimento dei prezzi e di denuncia degli aumenti indiscriminati e ingiustificati. Basti citare, a tale proposito, 1,4 miliardi di ritorno ai soci e il fermo dei prezzi per i prodotti Coop di questi ultimi mesi.

Confronti delle cooperative e dei loro valori vengono confermati con evidenza dall'incremento del numero dei soci che in questi ultimi mesi '81 è avvenuto addirittura ad un ritmo di circa 1.500 unità al mese. E l'aumento del prelievo sociale da 37 a 49 miliardi non conferma forse il ruolo politico svolto dalla cooperativa nella protezione e remunerazione del risparmio? Non è forse anche questo dato significativo della credibilità e della affidabilità di cui gode l'azienda cooperativa? E non è anche significativo, allo stesso tempo, della volontà dei soci di sostenere attraverso un tale apporto finanziario, gli investimenti e l'espansione della cooperazione nel nostro Paese?

Per le stesse considerazioni in questo speciale bilancio va inserito anche l'aumento della occupazione (55 unità in più nel 1980 e 57 che sono già state assunte nei primi mesi del 1981). È questo un dato di rilievo più che per l'aspetto quantitativo per quello qualitativo trattandosi di

giovani. Ma c'è dell'altro. La rete Coop ha dato un grosso contributo alla battaglia anti-inflazionistica, affermando una linea di contenimento dei prezzi e di denuncia degli aumenti indiscriminati e ingiustificati. Basti citare, a tale proposito, 1,4 miliardi di ritorno ai soci e il fermo dei prezzi per i prodotti Coop di questi ultimi mesi.

Come non ricordare poi le «Giornate dei giovani consumatori» che tendono con il loro progetto di educazione ai consumi ad investire progressivamente la scuola dell'obbligo di tutte le principali città della nostra e di altre regioni?

Le «Giornate» con i loro contenuti culturali, con le loro proposte didattico-metodologiche, hanno attratto e conquistato l'interesse della scuola modenese (oltre 9.000 ragazzi più i rispettivi insegnanti e genitori hanno visitato la mostra).

Concludendo: quante altre aziende possono vantare un siffatto attivo di bilancio? Eppure, nonostante tutto ciò, c'è ancora chi nega la validità della cooperazione dei consumatori, chi non ne riconosce il ruolo, ne contesta l'espansione e ne condanna l'iniziativa come ci sta accadendo a Sassuolo. Consola comunque un fatto del tutto irrefutabile: la constatazione cioè che fino ad oggi è dei consumatori che la Coop ha sempre cercato l'appoggio ed il consenso e non tanto di questa o quella forza politica, né tanto meno dei gruppi consiliari dc.

**fior di pane da fior di farina**

Per fare del buon pane e avere nello stesso tempo ottimi risultati di qualità e rendimento occorre una buona farina.

5000 contadini modenesi producono e trasformano il loro grano con l'apporto di tecnici specializzati e strutture avanzate.

ACM - Società Cooperativa Agraria Modenese

da oltre 10 anni fornitori delle cooperative

**SALUMIFICIO BRANCHI**  
TRESORE CREMASCO - CREMONA

un'industria moderna un'esperienza antica a garanzia delle nostre specialità

SALAME nostrano  
SALAME tipo Milano  
SALAME nostranetto cremasco  
CACCIAIATORI  
PROSCIUTTI crudi e cotti  
ZAMPONI e cotechini

TRESORE CREMASCO - Via Roma 10 - Tel. (0373) 70.140

**DRAGO**  
detergenti disinfectanti

per la pulizia e l'igiene di tutti i punti liquidi che non graffia

ALBERGHI  
COMUNITA  
OSPEDALI  
INDUSTRIA  
C.SPORTIVI  
CASA

PRODOTTO E DISTRIBUITO DALLA  
**DRAGO s.r.l.**

VIA FOSSE ARDEATINE, 10 - CORREGGIO (R.E.)  
TEL. 0522 - 692441

BIRRA cecoslovacca  
**BUDWEISER - BUDVAR**

In vendita nei negozi e supermercati  
CO.NA.D e COOP

**CIAM**

La genuinità è cooperativa

Prosciutto, salame, mortadelle, zampone, cotechino, specialità della gastronomia emiliana

prodotti e garantiti da 3000 soci allevatori e dal lavoro della maestranza fatto di tradizione e di esperienza

Cooperativa Interprovinciale Alimentari Modena  
Pagine (NO) tel. 309021