

Le parole e i fatti: così potremmo intitolare il bilancio della spesa di questo fine 1981.

Le parole: vigilia di Natale del 1980, il governo promette, attraverso un organico piano di interventi, di cambiare il segno della situazione portando un colpo all'inflazione. I fatti: a un anno di distanza i prezzi continuano a lievitare a ritmi che si aggirano attorno, mediamente, al 20%.

Le parole: i messaggi che accompagnano ogni fine e inizio d'anno sono carichi di ammonimenti ma anche di promesse. I sacrifici che invariabilmente vengono annunciati dovrebbero preludere all'apertura di una nuova fase. I fatti: restano solo gli ammonimenti e i sacrifici.

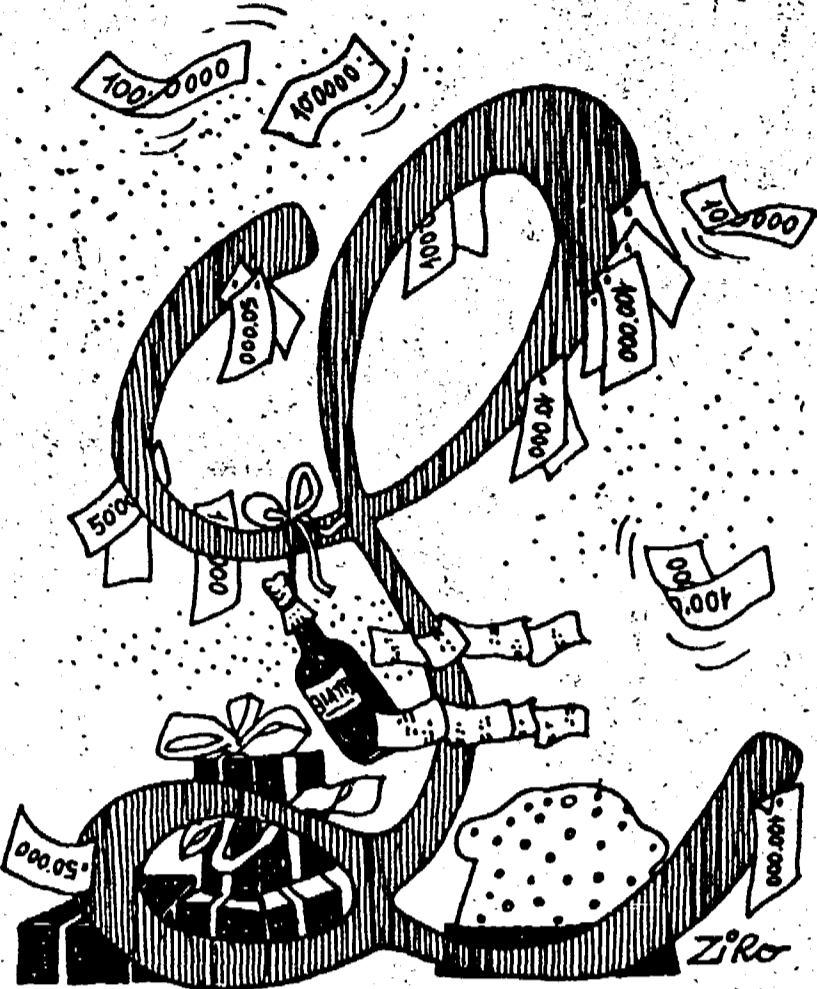
Le parole: l'ex ministro delle Finanze Reviglio aveva promesso un'era di giustizia fiscale. La «cattura» dell'evasore è dietro l'angolo. I fatti: le tasse sono aumentate in termini geometrici per chi già le pagava. Anche i poveri in canna sono diventati, per il fisco, ricchi grazie alla contingenza che ha fatto lievitare il valore nominale dei salari ma ha fatto scendere il loro valore reale. Il ministro Reviglio, che aveva dato fiato all'annuncio di un'era di giustizia, non è più ministro.

Le parole: la riforma sanitaria avrebbe dovuto portare più salute e, quindi tranquillità, nelle famiglie. I fatti: ha portato invece i ticket, un taglio di 5.000 miliardi nel bilancio governativo, e la notizia, clamorosa, che ci sono alcuni milioni di italiani (in genere ricchi e ricchissimi) che non pagano una lira al sistema sanitario nazionale.

Le parole: all'INPS che denunciava un deficit di 16.500 miliardi era stata assicurata, entro breve tempo, la garanzia di un impegno riformatore. I fatti: l'INPS denuncia una situazione di collasso. Il deficit è cresciuto. I lavoratori dipendenti continuano a pagare anche per le categorie degli autonomi. L'operaio della catena di montaggio (benemerito del fisco) paga la pensione per sé e per il vicino bottegaio, artigiano, professionista, eccetera.

Le parole: la Unione nazionale consumatori annuncia che quest'anno gireranno 9.450 miliardi di tredicesime, 1.450 in più dell'anno scorso. Frutto, come è naturale, degli incrementi salariali e della contingenza. I fatti: 1.450 mi-

Come la 13^a vede i prezzi a occhio nudo



liardi in più con i quali gli italiani acquisteranno, però meno beni dell'anno scorso.

È il cappello che la «gratifica» mette ogni anno al bilancio delle famiglie, imponendo verifiche severe non solo dei programmi di spesa ma anche, appunto, delle promesse che immancabilmente (con le migliori intenzioni si capisce)

vengono fatte ad ogni inizio di anno. Per questo il giro per i negozi che le feste natalizie impongono, rappresenta, spesso, anche un'occasione di riscontro. Per esempio: i giornali sono pieni di riflessioni sull'andamento dei prezzi nel corso del 1981 da cui risulterebbe che il tasso di inflazione non ha superato il 17%. Inferiore

quindi, a quello registrato nel 1980. Le parole, insomma, grondano ottimismo. E i fatti? L'occhio nudo del consumatore forse non è preciso come quello di un rilevatore abituato dalla scienza statistica al rigore dei numeri, però è un po' difficile, con tutta la buona volontà di questo mondo, fic-

care il costo della vita dentro la canna di forza dell'ISTAT (Ufficio centrale di statistica).

L'occhio nudo segnala infatti che: l'alimentazione è aumentata in media ben oltre il 20%; i generi di abbigliamento tra il 30 e il 60% (una giacca offerta in un grande magazzino — così l'occhio nudo segnala — prima di settembre a 120.000 lire è stata portata a 180.000); la casa ha subito rincari (fra canone di affitto e spese) che, quando va bene, non risultano mai inferiori al 30% (l'occhio nudo non tiene conto, naturalmente, dei casi di ricatto, numerosi, dei sottobanco, o delle situazioni di favore fatte dai vari Istituti autonomi delle case popolari).

Si dirà — in polemica — che l'occhio nudo del consumatore vede solo ciò che gli fa comodo. Può darsi. Sono i fatti dolorosi che restano più nella memoria. Il panorama ha offerto pure riscontri positivi. Nelle pieghe del mercato (alcune centrali cooperative e alcuni grandi magazzini) si sono potute cogliere pure offerte straordinarie. La fesa di tacchino a 6.300 lire circa nei mercati rionali di Milano o nei supermercati GS è una di queste offerte. Ma si tratta, appunto, di offerte straordinarie. Meteorite nel cielo impazzito dei prezzi. Perché allora sorprendersi se l'occhio nudo del consumatore non le registra con la dovuta attenzione?

I fatti, purtroppo, parlano a favore di un peggioramento sensibile (oltre, molto oltre l'ufficiale 16,5% di inflazione registrata) del bilancio della spesa delle famiglie. Nonostante il paniere del ministro Marcora, vera e propria diga di parole contro il carovita. E di parole neanche sempre significative se, come è accaduto, le parole sono risultate spesso più severe dei fatti, nel senso cioè che nella realtà locale i prezzi stavano qualche gradino sotto. Incompatibili, assolutamente incompatibili, anche in questi casi, con le parole.

O.p.

P.S. - Alla vigilia di Natale del 1981 altre parole sono piovute sugli italiani. Spadolini, con tono ispirato, ha dichiarato a Milano: «Ora ci aspettano grandi sacrifici». Meno male. Finalmente parole che non saranno smentite dai fatti.

CATEGORIA	1979	1980	1981	Variaz. '81 su 1980
Dipendenti dello Stato e degli Enti pubblici	850	1.050	1.240	+190
Dipendenti settore privato:	4.650	5.400	6.380	+980
Agricoltura	(220)	(260)	(310)	(+50)
Industria	(3.250)	(3.800)	(4.490)	(+690)
Terziario	(1.180)	(1.340)	(1.580)	(+240)
Pensionati (di previdenza sociale, di guerra e di amministr. pubbliche)	1.350	1.550	1.830	+280
TOTALE	6.850	8.000	9.450	+1.450

Nella tabella dell'Unione nazionale consumatori il «viaggio» della tredicesima negli ultimi tre anni in miliardi. Da 6.850 miliardi del 1979 (tra parziali e dati scomposti del settore privato) siamo passati a 9.450 miliardi di tredicesime. Buste più gonfie ma redditi più poveri.

Ecco i prosciutti «senza polifosfati»

Un prodotto perfettamente in regola con la normativa vigente e non sofisticato

La prima cosa che un visitatore esterno vede, entrando negli stabilimenti di Reggio Emilia dell'Azienda Cooperativa Macellazione, è un'enorme struttura prefabbricata che costeggia a sinistra il viale di accesso a tutti gli altri reparti di lavorazione, uffici compresi. Si tratta del nuovo stabilimento di lavorazione e produzione dei prosciutti e spalle cotte entrato in funzione nell'aprile del 1981. La particolarità del reparto, che ad una superficie di oltre 10.000 metri quadrati, appare un normale edificio prefabbricato, consiste nell'essere stato progettato innanzitutto in funzione di che cosa doveva essere prodotto, di come e in quale quantità, e solo successivamente di essere stato racchiuso in un contenitore: l'edificio appunto.

L'importanza di una tale procedura è evidente se si pensa alla necessità di rendere la lavorazione la più razionale possibile. Le diverse fasi di lavorazione procedono così da sinistra verso destra e in nessun caso si può verificare un ingorgo derivante da una movimentazione incrociata. La materia prima infatti (cosce e spalle di suino) entra nella cella di refrigerazione attraverso un ingresso apposito prospiciente il viale di ingresso aziendale; in corrispondenza allo stesso, ma internamente allo stabilimento, avviene invece il prelievo.

Successivamente ad una fase di scongelamento, necessaria per la materia prima proveniente dall'esterno, le cosce e le spalle vengono disossate e rifilate in funzione del tipo di prodotto che si vuole ottenere. È questa un'operazione molto importante, perché da essa dipende in buona misura la possibilità di ottenere un prodotto finito realmente corrispondente alle caratteristiche di qualità predeterminate.

Disossata e rifilata, la co-



La sede dell'ACM-ASSO.

scia o la spalla può subire due diversi processi di lavorazione. Per i prodotti di tipo tradizionale, la materia prima viene avviata su un nastro alla fase di siringatura; qui la carne viene arricchita di sapone iniettando una particolare salamoia composta in prevalenza di sale, marsala, spezie e contenente l'additivo necessario alla conservazione.

Per i prodotti più pregiati invece non vengono utilizzati i polifosfati che hanno il pregio di stabilizzare il prodotto in fase di cottura. Successivamente le cosce e le spalle vengono poste in appositi barili contenenti lo stesso tipo di salamoia precedentemente usata in fase di siringatura; inizia qui un processo di macerazione della carne che, per alcuni prodotti di qualità più elevata, si protrae per più giorni. Il locale dove questo avviene è permanentemente tenuto ad una temperatura molto pre-

fornire invece un prodotto perfettamente in regola non solo con la normativa vigente, ma allineato con i gusti e la richiesta di non sofisticazione espressa dai consumatori. Sono state pertanto privilegiate le produzioni senza aggiunta di polifosfati, e le produzioni che utilizzano una materia prima nazionale.

L'Azienda Cooperativa Macellazione ASSO infatti utilizza per il proprio prodotto di punta, il prosciutto cotto SUI, le cosce dei maiali conferiti dagli oltre 7800 zoccoli. Per quanto riguarda poi l'uso dei polifosfati, esso avviene in limiti ampiamente al di sotto dai massimi consentiti dalla legge. A tal proposito è forse utile ricordare che i polifosfati sono contenuti in natura da quasi tutti i prodotti alimentari; ciò significa che l'assorbimento che avviene (o avveniva) attraverso una normale dieta non produce alcun effetto dannoso all'organismo umano. Le moderne produzioni, individuate le proprietà stabilizzanti dei polifosfati, vi hanno fatto un sempre maggior ricorso, complicando una legislazione quanto meno arretrata che fra l'altro ignora quasi completamente che produzioni provenienti dall'estero hanno stravolto completamente l'originario rapporto fra polifosfati e prodotto che li contiene.

L'aver scelto una diversa via ha comunque fornito risultati lusinghieri. Attualmente su oltre un milione di kg. di prosciutti cotti commercializzati le referenze di maggio prestigio e cioè il prosciutto cotto SUI e il prosciutto cotto MAI, entrambi senza aggiunta di polifosfati, rappresentano più del 60% delle vendite con una tendenza ad aumentare. È questo, come si diceva prima, un risultato positivo ottenuto non per caso ma costantemente ricercato.

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
- suggerimenti

Ampiezza della gamma

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

- pasta di semola e all'uovo, biscottaria e prodotti da forno (77 tipi)
- verdure, conserve, frutta sciropata, 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)

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%

La Coop in cifre

La Cooperazione di consumatori dell'Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori è una delle maggiori organizzazioni di distribuzione e la più grande associazione di consumatori

Cooperative	Numero	Punti di vendita	Superficie in mq.	Giro di affari (in milioni di lire)	Soci
Grandi e medie	17	574	216.709	939.500	618.735
Piccole	529	1.379	102.000	340.000	286.151
Totale	546	1.953	318.709	1.279.500	904.886

(dati riferiti al 31/12/80)

La Coop svolge un'azione costante di tutela del consumatore. La sua politica commerciale, il suo moderno servizio distributivo, le sue proposte politiche servono tutti i consumatori. La Coop è consapevole che fra i consumatori si vanno affermando nuove esigenze. Il consumatore richiede più garanzie sulla qualità dei prodotti, più trasparenza nel rapporto qualità/prezzo, un'informazione più ampia e più precisa. Sono tendenze da incoraggiare e da promuovere perché rappresentino un rinnovamento nel modo di consumare e di produrre.

Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori
Legna Nazionale Cooperative
Via Guastaldi 9, Roma, Telefono (06) 841371