

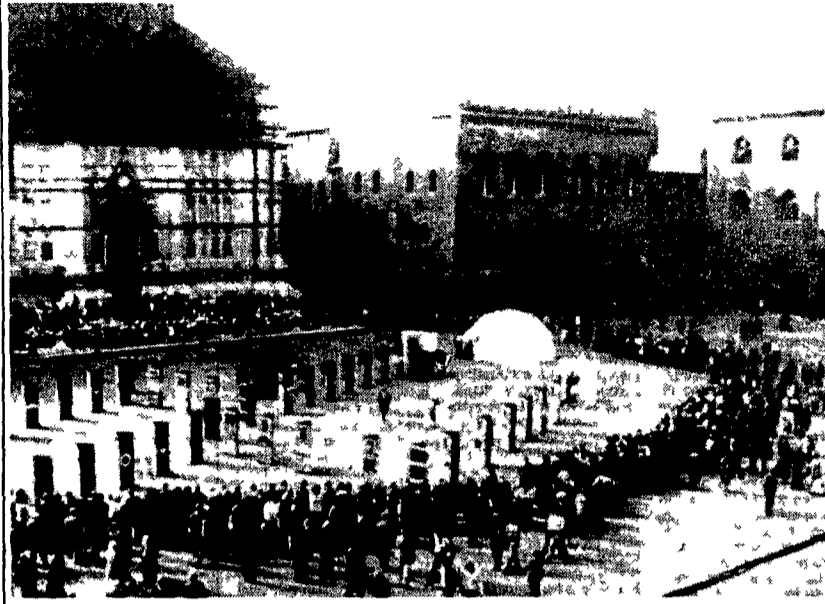
I vantaggi riservati ai soci della Coop

Tanti risparmi nell'attivo delle famiglie

Contro una quota associativa di 10 mila lire chi entra nella cooperativa ha in cambio sconti del 10% sulla spesa una volta all'anno e offerte speciali riservate. L'anno scorso nella sola Emilia Romagna per ogni socio che aderiva a tutte le promozioni la Coop ha speso oltre 200 mila lire, pari allo 0,45% del fatturato commerciale. Inoltre col ritorno si risparmia lo 0,50% annuo

Le donne sono la metà del cielo anche per la Coop nelle aree più sviluppate dal punto di vista dell'adesione alla cooperativa esse rappresentano il 49,4% del totale soci. Hanno smesso di delegare sono sempre andate loro a fare la spesa, però quando c'era da presentarsi allo sportello della cooperativa magari solo per le semplici operazioni del ritorno era il marito che figurava. Oggi la parità è reale. La coscienza di contare, almeno un po', il desiderio di esprimere attraverso l'adesione alla Coop la propria volontà di acquistare prodotti più sani e garantiti. Poi pragmaticamente di approfittare dei vantaggi dell'essere socio. Un calcolo così benefico è presto fatto (chi va a fare la spesa si compra ogni giorno da un imprenditore di famiglia) iscrizione alla cooperativa una volta per tutte (lire diecimila busta per conservare gli sconti) lire zero perché la manda a casa l'amministrazione Coop in sede al libretto sociale contro una serie di benefici che vanno dallo sconto 10% sulla spesa una volta all'anno alle offerte speciali. Già perché quelle delle offerte speciali riservate ai soci rappresenta una promozione mica piccola per la cooperativa e un bel risparmio per chi ne approfitta se si fossero messi in fila tutti i prosciutti interi venduti praticamente sottocosto ai soci nella sola provincia di Bologna si sarebbe formata una coda di quattro chilometri. Insomma la lezione del marketing moderno l'hanno imparata bene: basta con la promozione indifferenziata la società oggi è diversificata la gente compra se sollecitata nei propri personali interessi e bisogni. Il risparmio fine a se stesso attrae meno di un risparmio mirato così la famiglia dove c'è un bambino in età di scuola elementare acquisterà lo zainetto tipo invi-

Educazione alimentare e controllo qualità per tutelare i diritti del consumatore



Bologna Piazza Maggiore «teatro» di una delle giornate dei giovani consumatori

Nasce una banca dati dei prodotti nocivi

Un mercato maturo così ormai da anni nei Paesi occidentali viene definito dagli economisti quello relativo ai beni alimentari. Superata la fase della fame la smania di riempire i frigoriferi il relativo contraccolpo critico degli anni settanta, quelli del consumo di assalto, la banalità di un centro di documentazione e banca dati per lo studio delle sostanze tossiche e nocive presenti nei prodotti alimentari e non. Si tratta di un investimento consistente teso a creare una struttura che tramite tecnologie informatiche permetta di fornire in tempo reale documentazione scientifica in merito alle questioni via via al centro del dibattito. Il progetto prevede di collegare il centro con i principali banche dati internazionali del settore così da fornire supporto e fondati alle argomentazioni che la Coop produce in difesa del consumatore. Sebbene oggi il progetto sia stato promosso dalle sole Coop di consumo emiliane l'idea è quella di coinvolgere tutto il

movimento cooperativo a livello nazionale, in particolare per quanto riguarda il settore dell'agricoltura e delle cooperative di produzione e lavoro. Inoltre una struttura di questo tipo ha buone chances per operare sul mercato per rispondere alle esigenze di operatori privati che ne facesero richiesta. Ma la domanda di qualità che viene dal mercato e in misura forse maggiore dalla stessa base sociale delle cooperative di consumatori trova oggi ulteriori forme di risposta. Si tratta in questo caso di un particolare tipo di offerta commerciale relativa a prodotti ortofruttili provenienti da colture a lotta integrata o biologica. Cominciata in sordina un anno e mezzo fa, l'esperienza di proporre con una collocazione particolare all'interno del punto vendita questo tipo di prodotto oggi la quota di fatturato all'interno del segmento ortofrutta ammonta a quasi il tre per cento. Non è certo una percentuale molto elevata

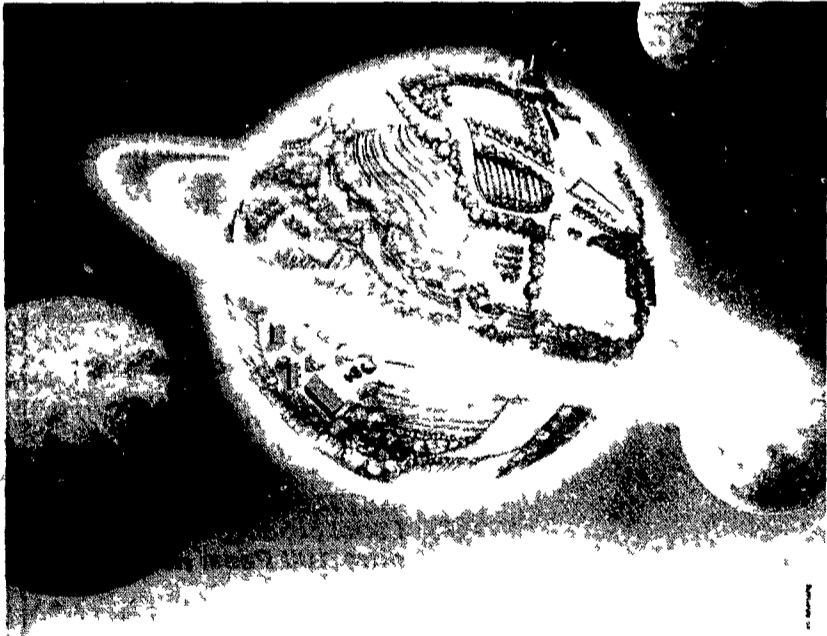
Igiene, una regola fondamentale per fare prodotti di qualità garantita

Quel salame è controllato dall'allevamento ai banchi del supermarket



Riformare le coop significa rispondere a richieste qualitative precise. E questo il caso di un'azienda cooperativa per la produzione di salumi e insaccati. La Ciam di Modena che fornisce una quota importante dell'assortimento del settore nei supermarket. «La nostra immagine di qualità è supportata dal fatto che abbiamo alle spalle una produzione gestita e controllata da noi», dice il presidente Natalini. Nella Ciam sono i soci che conferiscono le carni che poi passano alla nostra lavorazione. Operando nell'ambito del progetto Arca salute e ambiente siamo impegnati a far osservare ai nostri soci precise regole nell'allevamento: cosicché le carni corrispondano ai migliori requisiti di qualità. Uno degli aspetti che nella lavorazione viene talvolta trascurato è quello dell'igiene. Nel nostro stabilimento di Modena ogni giorno il personale è impegnato nella pulizia accurata degli impianti e il venerdì pomeriggio

tutte le macchine si fermano ed entrano in azione spazzole e acqua. Oltre a fare arrivare solo materia prima controllata la Ciam ha preso una serie di accorgimenti che garantiscono l'igiene del prodotto non che il rispetto per l'ambiente come i deipuratori per lo scarico delle acque negli allevamenti. Naturalmente esiste un costo derivante dagli impianti e dalle fermate nella lavorazione, ma esso viene compensato dal riconoscimento dei consumatori al prodotto. D'altronde è la stessa distribuzione cooperativa a richiedere grande attenzione alla salute e quindi a tutto ciò che riguarda additivi alimentari come coloranti e conservanti. Molti ricorderanno le battaglie contro i nitriti e i nitratati nella carne. Tra l'altro gli insaccati Ciam sono senza polifosfati. L'attenzione alla salute da parte della clientela Coop è dimostrata anche dalla trasformazione nei consumi di carne suina. Sul fresco si assiste a una crescita della richiesta di suino magro allevato con particolari accorgimenti che evitano l'accumulo di grasso nella carne. L'accento che la Ciam pone sull'igiene è dovuto al fatto che vi sono carenze diffuse non tutti i produttori infatti rispettano le regole una volta che le merci escono dai magazzini. Le deficienze possono avvenire nel corso del trasporto e nei piccoli negozi dove il giro di clientela è scarso e le attrezzature per la conservazione sono insufficienti. «Tra i vantaggi della grande distribuzione c'è proprio il fatto che al consumatore è assicurata una corretta gestione dei merci», prosegue Natalini. Il controllo costante delle scorte permette di verificare le eventuali date di scadenza e così via. E poi non dimentiti chiamocelo a fare le cose fatte male le cooperative rischiano solo di mandare in galera il presidente che dal malaffare non ci ha guadagnato nulla.



SISTEMA IN EVOLUZIONE NELL'UNIVERSO DELL'AGROINDUSTRIA

AICA e oltre 1000 cooperative di piccole e grandi dimensioni un sistema di imprese come punto di forza nell'agroindustria italiana. Un sistema che opera sul mercato nazionale ed estero attuando strategie commerciali di gruppo nel quale AICA interviene in due precise aree: concentra gli acquisti di prodotti per l'agricoltura (fertilizzanti, fitofarmaci, mangimi, bestiame, sementi...) e con il marchio "Agricoop" valorizza quelli di origine cooperativa, organizza la vendita dei prodotti agroindustriali

(carni fresche, salumi, olio, latte, formaggi...) con preferenza verso le grandi centrali distributive. Con il marchio "Fogli e Sali" evidenzia i prodotti cooperativi e garantisce la genuinità dei prodotti. In un contesto così organizzato il sistema trova una più forte identità di gruppo che determina un rapporto più equilibrato e incisivo con il mercato. AICA le cooperative e i loro consorzi sistema integrato di attività in continua evoluzione nell'universo dell'agroindustria.

AICA
INSIEME PER CRESCERE

AICA Via Cavour 11 00187 Roma Tel. 06/478111

Dalle uve di 470 soci produttori attraverso la

Cantina Cooperativa Canneto Pavese

I vini migliori sulle vostre tavole

BUTTAFUOCO

Vino ottenuto con le migliori uve rosse della zona di Canneto Pavese. Stradella. Rosso rubino, colore rosso rubino, aroma leggermente pastoso. Grado alcolico 12/12,5.

PINOT Oltrepò Pavese D.O.C.

BONARDA

Ottenuto dal vitigno omonimo della zona di Fivessalca e S. Damiano al Colle. Colore rubino carico, sapore pieno, amabile. Gradazione complessiva 12/12,5.

RIESLING

Ottenuto dalla mescolanza di Riesling Italico e Renano. Colore paglierino, profumo spiccato, decisamente secco. Grado 12/12,5. Un class. co. v. no. dei Colli di S. Maria della Versa e Montalto Pavese.

ADERENTE AL



Cantina Cooperativa Canneto Pavese
CANNETO PAVESE (Pavia) Telefono 0385/60 078

BIRRA CECOSLOVACCA BUDWEISER BUDVAR

In vendita nei negozi e supermercati

CONAD • COOP ITALIA

VITALBA

dal 1907

Prodotti per la cura e l'alimentazione delle piante.

Via Siena 2 50040 La Bagnola Firenze / Tel. 0574 984267