

Sindacati e associazioni degli utenti bocciano le proposte avanzate a sostegno della domanda

Consumi, il governo fa solo spot

Cgil, Cisl e Uil denunciano la «mancanza di una strategia di sviluppo»

Laura Matteucci

MILANO Ha sollevato un coro di proteste l'annuncio del pacchetto di proposte a sostegno della domanda da parte del ministero dell'Economia. E tra governo e sindacati è di nuovo scontro.

La Cgil boccia il pacchetto definendolo «l'ennesimo spot pubblicitario del premier Berlusconi, che pensa di risolvere mediaticamente i problemi del Paese». Ma anche Cisl e Uil denunciano la «mancanza di una strategia complessiva di sviluppo». Spiega il segretario confederale Cgil Mariglia Maulucci: «Non servono le misure tampone di cui si parla, ma interventi anticiclici strutturali, a partire da investimenti forti in ricerca e innovazione». «Ci auguriamo - afferma Maulucci - che queste misure di cui si parla non siano presenti nel Dpef e nella Finanziaria, magari come secondo atto della finanza creativa o, ancora peggio, finanziate dal taglio delle pensioni». Maulucci respinge anche le ipotesi sulla rottamazione di alcuni beni al fine di rilanciare i consumi: «Piuttosto - sostiene - si pensi a concludere i rinnovi contrattuali ancora aperti, a cominciare da quelli che riguardano i dipendenti pubblici di cui il governo è datore di lavoro».

Le contromisure del governo, dopo l'annuncio di un ulteriore calo degli acquisti nel mese di marzo dello 0,2%, dovrebbero arrivare entro una decina di giorni, e comprendere, oltre alla rottamazione di vecchi mobili ed elettrodomestici, incrementi che incentivino il turismo, da approntare d'intesa con Fs, Alitalia ed Autostrade. Ma, prima ancora della presentazione ufficiale, è arrivata la bocciatura delle parti sociali. Senza appello anche quella dell'Intesa dei consumatori: «Le proposte del governo - si legge in una nota - sono inutili palliativi». Per l'Intesa servirebbe, piuttosto, eliminare i ticket sui medicinali, perché la spesa sulla salute è aumentata del 35% negli ultimi due anni, e introdurre un bonus fiscale di 1.500 euro da spendere subito per chi ha redditi inferiori a 15mila euro. Bisogna, poi, difendere i risparmi «sanzionando le banche che hanno appioppato titoli spazzatura ai

risparmiatori». È necessario, inoltre, ridurre immediatamente «i prezzi e le tariffe fuori controllo come l'Rc auto», ridurre dal 20 al 10% l'Iva sul gas, portare i mutui agevolati sotto il tasso di usura (circa l'8%), recuperare il potere d'acquisto attraverso l'adeguamento di salari, stipendi e pensioni.

Interviene Sergio Billè, presidente di Confcommercio: «L'export non tira e sappiamo tutti quali sono le condizioni dell'economia mondiale. L'unica valvola che può far ripartire l'economia è il rilancio della domanda interna». Un richiamo alle responsabilità dell'esecutivo arriva anche dal presidente di Confesercenti, Marco Venturi: «Il problema - dice infatti - va affrontato con un siste-

ma di incentivi esteso e non con semplici interventi di facciata». Venturi si attende «risposte serie, che ancora non si vedono» invece di continuare a «subire continui tira e molla». C'è bisogno di un sostegno deciso «per fornire uno stimolo ad acquistare e tornare a dare fiducia ai consumatori» spiega Venturi, con incentivi estesi anche all'abbigliamento e ai beni durevoli, quindi, ma anche una politica fiscale coerente. Non ha dubbi Venturi: se l'idea di Palazzo Chigi è quella di «tagliare l'Irap, che pagano soprattutto le banche, le compagnie assicurative e le grandi imprese, e di scaricarla sulla tassa sulla salute, che pagano i consumatori e i piccoli imprenditori», allora, «siamo alla beffa».



Una donna davanti alla vetrina di un negozio

il bonus Maroni

La famiglia trattata come un ipermercato

Mario Centorrino

Nell'ambito delle misure che il governo intende adottare quali agevolazioni per il rilancio della spesa familiare, sembra assai probabile la concessione di 800 euro annuali (per un numero di anni ancora indeterminato, da uno a tre si prospetta) ad ogni famiglia con un neonato. Misura ben diversa dal cosiddetto «baby bond», una politica sociale inglese, in via comunque di ridefinizione, che prevede l'instestazione a ciascun nascituro di un fondo alimentato da risorse pubbliche e da versamenti familiari, i cui prelievi, necessari per l'allevamento, la formazione, l'avvio all'occupazione dei figli, vengono poi restituiti nell'arco successivo della vita lavorativa dei figli stessi. Il bonus Maroni si propone, invece, con meno ambizioni, di incentivare le nascite e contemporaneamente anche i consumi di beni durevoli, ivi comprese culle e carrozzine, consumi spinti ulteriormente da sussidi alla rottamazione oltre che delle stesse culle e delle carrozzine, dei mobili e degli elettrodomestici. L'ipotesi si lega ad una precisa opzione

ideologica: la scelta cioè della famiglia, e non più del singolo, come soggetto cui dedicare forme di protezione. Senza entrare nel merito del meccanismo teorizzato, in cui una maggior spesa della famiglia viene collegata all'estensione del suo nucleo, val la pena di affrontare l'agevolazione prevista con i materiali di conoscenza disponibili sul cosiddetto «costo dei figli». Composto - è noto - da almeno due elementi: il costo del mantenimento appunto dei figli stessi ed il costo-opportunità del tempo che deve essere loro dedicato. Costi tendenti ad aumentare via via che i figli crescono. Intanto, perché i beni tangibili ed intangibili (l'istruzione) da fornire a un figlio adolescente sono maggiori e più costosi di quelli occorrenti per un figlio piccolo. In secondo luogo, perché quanto più a lungo una donna (la madre, cioè, sulla quale grava, in quota maggiore, il costo-opportunità del tempo dedicato al figlio) sta fuori dal mercato del lavoro per dedicarsi alla cura del figlio stesso, tanto più difficile per lei ne risulterà il rientro.

Chiara Saraceno (ved. lavoce.info) riprendendo gli studi di esperti (Drudi e Filippucci) ricorda come, nel 1995, una famiglia con un bambino

fino a sei anni, per mantenere lo stesso tenore di vita di una famiglia senza figli con una spesa mensile pari alla media di quell'anno (3.900.000), avrebbe dovuto sostenere una spesa aggiuntiva mensile pari, all'incirca, a 1.600.000 lire. A parte possibili aggiustamenti, in relazione ai diversi stili di vita che la presenza o meno di figli comportano, resta questo un ordine di grandezza significativo per farci comprendere la sostanziale sproporzione tra il costo effettivo di un figlio rispetto all'entità del bonus previsto dal governo che ne dovrebbe incoraggiare la procreazione. Così come lascia perplessi, siamo su un altro versante di ragionamento, l'attenzione alla famiglia non tanto quale cellula sociale di coesione quanto come istituzione generatrice di spesa. Più che dedicare cure alla famiglia ed ai suoi bisogni, costruendo un sistema di protezione più adeguato alle nuove circostanze del lavoro flessibile e meno residuale rispetto a forme di solidarietà prescritte e attese. Ma l'idea di favorire la natalità, innanzi tutto, per aumentare la domanda di nuove culle e carrozzine ci sembra più marketing da ipermercato che modello di stato sociale.

Approvato il bilancio del 2002

Coop Estense in crescita La scommessa pugliese ha dato i suoi frutti

Alberto Mazzotti

LIDO DEGLI ESTENSI (Fe) Innanzitutto i numeri: 423mila soci, 5.200 addetti, un fatturato di 1.138 miliardi di euro (più 5,7% rispetto all'anno precedente) e un utile netto di oltre 29 milioni di euro. Cifre che fanno di Coop Estense - che ha approvato ieri il bilancio 2002 - la terza cooperativa di consumo in Italia. Se una fetta consistente di questi successi viene dalle nati province emiliane, Modena e Ferrara, un terzo dell'attività è oggi concentrato in Puglia: terra nella quale l'azienda è sbarcata una decina d'anni fa, diventando un interlocutore importantissimo nel tessuto economico e sociale. Un soggetto a volte «scomodo» - lo dimostrano le lusinghe e i problemi avuti dai sei ipermercati costruiti negli anni - ma che si è ritagliato uno spazio importante, puntando sulla valorizzazione delle produzioni e delle competenze locali. «Se oggi annoveriamo 140mila soci in Puglia, se a Bari a un mese e mezzo dall'apertura del nuovo iper abbiamo già 7mila soci, evidentemente è perché sul territorio esisteva già una domanda di cooperazione, a cui noi abbiamo dato una risposta positiva - commenta il presidente Mario Zucchelli - Nonostante i molti ostacoli in parte riferiti all'«antagonismo» politico e in parte alla «litigiosità sociale» presente sul territorio, per cui inizialmente si tende più a contrastare le novità esterne che non a capirne le opportunità».

Nella regione sono 140mila i soci della terza cooperativa di consumo italiana

«La grande vittoria in Puglia è stata la fiducia della gente», spiega Gino Urbano, pugliese, coordinatore delle Zone Soci nella sua regione: «Coop Estense se l'è conquistata grazie a politiche di tutela reale dei soci - sia sul portafoglio che sulla salute - e a una indiscutibile superiorità nelle garanzie dei rapporti di lavoro. E la scuola, il volontariato, hanno capito la possibilità di crescere, rapportandosi con la Coop: insomma, il tessuto sociale della Puglia sta scoprendo i valori in più portati dalla cooperazione».

Dal fronte pugliese a quello modenese. Nei giorni scorsi, la cooperazione è stata tirata in ballo dal ministro Giovanardi come una delle cause della presunta «anomalia» delle regioni rosse, della loro «vischiosità di voto». Ma Zucchelli non ci sta: «Intanto le parole di Giovanardi suonano strumentali alla campagna elettorale: il convegno sulla cooperazione a Modena segue quello che l'Udc organizzò a Firenze nel 2000, guarda caso sempre prima delle elezioni. Quando invece, nei lavori preparatori della legge sulla cooperazione, è merito anche di Giovanardi se la legge non è diventata troppo punitiva nei confronti del nostro settore». Se a Modena la cooperazione è forte, insomma, non c'è nulla di anomalo. «Al contrario: se oltre il 50% dei cittadini maggiorenni è socio di Coop Estense, se i soci sono l'86% degli utenti, è evidentemente per un rapporto di estrema fiducia nella nostra azienda, e di grande radicamento. Giovanardi si permette di giudicare l'Emilia, la regione più ricca d'Europa, resa tale da sessant'anni di duro lavoro dei suoi abitanti: ma prima di distruggerne il modello, di giudicarlo anomalo, ci spiega cosa vorrebbe metterci al suo posto?».

La tessera di abbonamento alla Tangenziale di Torino va in rottamazione.



Arriva l'abbonamento con Telepass Family.



Offerta riservata ai nuovi contratti Telepass Family.

ADESSO O MAI PIÙ.

Hai in programma di viaggiare meglio spendendo meno? Ativa ti dà una mano, perché ha in programma di dotare tutti gli abbonati alla Tangenziale di Torino di Telepass Family. Così potrai mantenere i vantaggi dell'abbonamento con un vantaggio in più: il canone Telepass Family in regalo per sei mesi. Tutto nel modo più semplice e rapido: basta andare entro il 31 luglio al Punto Blu Ativa di Settimo Torinese o all'Ufficio Abbonati di Bruere con CartaSi o Bancomat convenzionato per ritirare immediatamente Telepass Family al costo del solo abbonamento. L'abbonamento con Telepass Family conviene, meglio prima che poi.

Pieghevole informativo presso Punto Blu Ativa di Settimo Torinese, Ufficio Abbonati di Bruere o sul sito www.ativa.it

Informazioni da lunedì a venerdì dalle ore 9 alle ore 12 al ☎ 011 4811766

ATIVA

Autostrada Torino-Ivrea-Valle d'Aosta
Società per Azioni