

NUOVO CONSUMO

Il mensile per i soci Unicoop Tirreno • euro 1,50 • anno XVII • numero 177 • giugno 2008

STOP ALLA POVERTÀ

L'impegno di Coop nei paesi
in via di sviluppo
e per il commercio equo e solidale.

**il comune senso
del sudore**
quando sudare
diventa un problema

palestra di vita
gli italiani e il fitness

camera con video
guida all'acquisto
delle videocamere

Inserto speciale
La Coop
vista da vicino



INSERTO CARRELLO

pagg. 33, 34, 35, 36



SOLO PER TE

RACCOLTA PUNTI 2008 - 2009
PUNTI SPESI BENE: SCOPRI COME.



CON UN VANTAGGIO IN PIÙ:
SU TANTE OFFERTE IL VALORE RADDOPPIA.

CARTA SOCIO COOP. PIENA DI VALORI, PIENA DI VANTAGGI.



SOLO PER TE
Raccolta punti
2008-2009



LE OFFERTE

IN QUESTE OFFERTE I PUNTI VALGONO DOPPIO

OGNI 100 PUNTI 2 EURO ANZICHÈ 1 EURO

DAL 1 AL 30 GIUGNO 2008

OFFERTE DISPONIBILI NEI SUPERMERCATI **coop** E NEGLI **ipercoop** DEL GRUPPO UNICOOP TIRRENO

TV LCD LG Mod. 19LS4D

Luminosità: 300; Contrasto: 3000:1;
Risoluzione: 1440 x 900;
Connessioni: scart, av, svideo, pc, 1 hdmi
Decoder digitale terrestre integrato

PREZZO PER I SOCI

299,00 euro

Oppure

269,00 euro + 1.500 punti



OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA IL CHIECINO

100% italiano - 3 litri

PREZZO PER I SOCI

12,00 euro

il litro 4,00 euro

Oppure

8,00 euro + 200 punti

disponibile anche negli

incoop

MASSIMO
4 pezzi
PER OGNI CARTA



BAULETTO CORREDO COORDINABILE

2 completi letto 2 piazze/
3 completi letto 1 piazza

PREZZO PER I SOCI

29,90 euro

Oppure

21,90 euro + 400 punti



PINOLI SGUSCIATI

LINEA CUCINA NOBERASCO

150 g

PREZZO PER I SOCI

7,20 euro

il kg 48,00 euro

Oppure

5,20 euro + 100 punti

disponibile anche negli

incoop



MASSIMO
10 pezzi
PER OGNI CARTA

CONDIZIONATORE PORTATILE

ARISTON 9000BTU

Resa frigorifera Btu/h: 8630;

Deumidificazione l/h: 1,6;

Portata d'aria m³/h: 400;

Rumorosità dB(A): 59.

classe
A

35,6 cm
37,5 cm
45,5 cm

PREZZO PER I SOCI

349,00 euro

Oppure

299,00 euro + 2.500 punti



OMBRELLONE IN TESSUTO

fusto in alluminio



Ø 200 cm

PREZZO PER I SOCI

13,50 euro

Oppure

9,50 euro + 200 punti

TELO MARE FILA

100% COTONE

colori e fantasie assortite



PREZZO PER I SOCI

9,00 euro

Oppure

6,00 euro + 150 punti



SOLO PER TE
RACCOLTA PUNTI
2008-2009



I PREMI

STAGIONE ESTIVA 2008-2009



ACROBATIC PARK

È un parco tematico realizzato per far provare a piccoli e grandi il divertimento e l'avventura dell'arrampicata sugli alberi. Composto da diversi percorsi sviluppati in altezza, in cui si attraversano, usando imbracatura e longe di sicurezza: ponti tibetani, teleferiche e "tirolesi", in un crescendo inarrestabile di emozioni, per tutta la famiglia.

SLITTINOVIA

Veicoli per una o due persone che corrono su una rotaia sollevata da terra; dotati di impianto frenante e sistema di sicurezza, mediante l'utilizzo di una semplice leva sarete voi a regolare la velocità con cui affrontare la pista.

Da utilizzare nei periodi di apertura del Park. Valido fino al 30 settembre 2009.

 **1.500 PUNTI**

INGRESSO ACROBATIC PARK

Buono valido per il ritiro gratuito di 1 biglietto di ingresso individuale all'Acrobatic Park per 3 ore di permanenza.

 **1.500 PUNTI**

SLITTINOVIA

Buono valido per l'acquisto gratuito di 5 corse.

CIMONE ADVENTURE PARK

Lago della Ninfa, Sestola (MO)

Tel e fax 0536/62968 - cell 3472762212

info@lagodellaninfa.it



VIVI IL DIVERTIMENTO A MIRABILANDIA, IL PARCO PIÙ GRANDE D'ITALIA.

Diventa anche tu protagonista di un universo incantato che affascina grandi e piccoli. Lasciati conquistare dall'allegria di Bimbopoli, la città dedicata ai bambini, affronta ottovolanti adrenalinici o "formato famiglia", sfida rapide impetuose e l'ira di un vulcano millenario. Scopri le insidie del villaggio fantasma ed i pericoli di una New York avvolta nel mistero. Lasciati stupire da coinvolgenti spettacoli dal vivo e rilassati in una verde oasi fiorita.

Mirabilandia è un magico mondo dove il divertimento raddoppia, grazie alla promozione "Il giorno dopo entri gratis!"

 **1.400 PUNTI**

BUONO VALIDO PER IL RITIRO GRATUITO DI 1 BIGLIETTO DI INGRESSO INDIVIDUALE AL PARCO DI MIRABILANDIA PER LA STAGIONE 2008 O 2009.

Il biglietto è valido per l'accesso al Parco per due giorni consecutivi (promozione "Il giorno dopo entri gratis!").

Ricorda di verificare il regolamento della promozione all'ingresso.

Non include l'ingresso all'area Mirabilandia Beach.

I bambini di statura inferiore a 100 cm entrano GRATIS.

Per scoprire ulteriori vantaggi

visita il sito: www.unicooptirreno.e-coop.it



SOLO PER TE
Raccolta punti
2008-2009



PROMOZIONE



NELLA SPESA DI OGGI, IL RISPARMIO DI DOMANI

DAL 1 AL 20 GIUGNO 2008, se sei Socio Unicoop Tirreno, facendo **almeno 6 spese*** nei nostri punti vendita **coop**, **ipercoop**, **incoop**, oppure raggiungendo la cifra complessiva di 250 euro (escluso farmacia), avrai diritto ad uno **SCONTO DEL 10%** da utilizzare **DAL 21 AL 30 GIUGNO 2008** in un'unica soluzione a tua scelta, per la spesa effettuata in un punto vendita **coop**, **ipercoop**, **incoop**, del gruppo Unicoop Tirreno.

Lo sconto è valido su tutti i prodotti in assortimento (escluso libri, edicola, latte in polvere, schede ricaricabili, schede telefoniche, schede prepagate digitale terrestre, farmacia) presentando la carta SocioCoop.

*Più spese giornaliere nello stesso punto vendita avranno valore di un'unica spesa.

Mensile per il consumatore

Spedito in abbonamento
ai soci di Unicoop Tirreno

Direttore responsabile

Aldo Bassoni

Redazione

Rita Nannelli

Beatrice Ramazzotti

Luca Rossi

Barbara Sordini

Cristina Vaiani

Hanno collaborato

Barbara Autuori

Francesca Baldereschi

Barbara Bernardini

Salvatore Calleri

Tito Cortese

Eleonora Cozzella

Claudia Cristarelli

Eugenio Del Toma

Daniele Fabris

Silvia Fabbri

Stefano Generali

Maria Carla Giugliano

Dario Guidi

Silvia Inghirami

Giovanni Manetti

Enrico Mannari

Chiara Milanese

Roberto Minniti

Giorgio Nebbia

Paola Ramagli

Anna Somenzi

Mariano Votta

Progetto grafico

Cinzia Capitanio

per Jack Blutharsky - Bologna

Impaginazione

Marco Formaioni

per Studiografico M - Piombino

Copertina

Foto di Paolo Carrara

Fondazione "Un raggio di luce"

Impianti e stampa

Coptip - Modena

Direzione e redazione

SS1 Aurelia Km 237

Frazione Riotorto

57025 Piombino (LI)

Tel. 0565/24720 - Fax 0565/24210

nuovoconsumo@unicooptirreno.coop.it

Editore

Vignale Comunicazioni srl

Pubblicità

Giemme Pubblicità

di Graziella Malfanti

via Pacinotti, 12 - 57025 Piombino (LI)

tel. 0565 49156 - 226433

fax 0565 39003

graziella.malfanti@tiscali.it

Responsabile pubblicità

Roberta Corridori

Registrazione del Tribunale di Livorno

n° 695 del 24/07/2001

Iscrizione ROC 1557

del 4/09/2001

Tiratura prevista: 401.359 copie

Chiuso in tipografia il 22/5/2008



Prodotto con carta premiata dalla
European Union Eco-label n. reg. FI/11/1,
fornita da UPM.

il punto di Aldo Bassoni

italiani brava gente



Esasperazione, intolleranza o crisi di civiltà? La vicenda dei campi Rom in Italia dove ce la prendiamo con il debole di turno.

Sono bastate poche scene di devastante intolleranza e di violenza razziale, sfociata perfino in balenanti accenni di pulizia etnica, a spazzare via agli occhi del mondo quel mito degli "italiani brava gente" che ci portiamo, forse abusivamente, appiccicato addosso. La bolla speculativa sulla sicurezza è scoppiata in un tumulto esasperato di cieca aggressività sociale, nella quale si è addirittura inserito strumentalmente il crimine organizzato nostrano. Illegale, sì, ma italiano. Dietro queste "ribellioni" che ricordano troppo da vicino la triste storia di un pezzo di Novecento, c'è forse chi pensa di trovare le risposte a un reale stato di angoscia dovuto più alle incertezze della vita quotidiana che alla paura di essere scippati. Negli stessi giorni, mentre i romani cacciavano i rom, un romano stuprava una romena. Magia della lingua: basta cambiare una vocale per perdere il diritto alle prime pagine dei giornali. Probabilmente essere stuprata da un italiano è un onore. Ma c'è una spiegazione. Tutti hanno contribuito ad alimentare il fuoco della paura. L'allarme sicurezza è stato il **leit motiv** della campagna elettorale. Eppure negli ultimi anni i reati sono diminuiti. Però fanno più notizia perché c'è come una gara a trasformare in assordante boato il più impercettibile scricchiolio di un extracomunitario cattivo o di un neocomunitario delinquente. Ieri erano gli africani, poi gli albanesi. Ora tocca ai romeni e, per assonanza, ai Rom. In questo clima orribile di paura e circospezione che si aggiunge alle difficoltà economiche di milioni di famiglie – queste si peggiorate davvero – e alla precarietà di molte vite appese alle incertezze di un'economia incapace di regolare equamente il sistema, rabbia e frustrazione trovano il più facile dei bersagli nel debole di turno. Essere diversi diventa una colpa, miseria ed emarginazione sono un marchio d'infamia. La ragione si smarrisce. Nessuno più sembra riuscire a distinguere tra il malfattore che va punito e il suo popolo di appartenenza, la sua nazionalità, l'etnia. E allora si tira nel mucchio. I pogrom contro i Rom, le spedizioni punitive nei campi, la cacciata di mamme sconcertate con i bambini impauriti in braccio, l'incendio di quelle miserabili casupole, sono agghiaccianti nella loro lugubre atrocità che odora di barbarie. Ma quelle scene di odio che tutti abbiamo visto in televisione ritraggono impietosamente anche la miseria di chi le compie e rappresentano lo specchio della nostra crisi di civiltà, il rischio incombente che il declino dell'Italia sia non solo sociale ed economico, ma anche civile e morale.



in questo numero

RUBRICHE

- 7 Il punto
Italiani brava gente
- 12 Lettere
- 13 Coop risponde
- 13 Previdenza
Maxi bonus
- 14 Chi protegge il cittadino
A fondo perduto
- 14 Ora legale
Criminal minds
- 16 Pace verde
L'ultimo orango
- 16 Evergreen
- 23 Controcanto
Non è tollerabile
- 39 Sani & salvi
- 39 ABCibo
Mangia meglio che ti passa
- 45 La merce muta
Contro foglia
- 49 Presidi Slow Food
Alla larga
- 49 Nel carrello
- 54 A tavola
Cucinare con la birra
- 57 Prodotto a marchio
Servizio da IsoTè
- 66 Consumi in scena
Stelle cadenti



- 59 **Fuori programma**
intervista a Carlo Freccero.
- 60 **Parato a festival**
il 54° Festival Puccini.
- 62 **Mi piaci a bestia**
amici a quattro zampe.
- 63 Le vite degli altri
- 65 Aria fresca
- 65 Tempi moderni



**INSERTO
COOP-ANCC
pag. 67**

ATTUALITÀ

coop info

- 24 L'Iper di Colombo
- 26 Cifre di merito
- 28 L'ago del bilancio
- 30 La vetrina dei soci
- 31 Sei piccoli grafici

33 INSERTO CARRELLO



- 37 salute
Il comune senso del sudore
la sudorazione.
- 40 prodotto Coop
A cura di Coop
il farmaco a marchio.
- 42 dossier
Palestra di vita
fitness.

prima pagina

stop alla povertà pag. 18



PRODOTTI

- Guida all'acquisto
- 46 Camera con video
videocamere.
Gli extra
- 48 L'ora del tek
ombrelloni da giardino.
Tipico
- 50 Fontamara
olive di Gaeta.
Dal fornitore
- 52 Regina di coppette
il sorbetto.
Cotti & crudi
- 56 In fetta e furia
sottilette.



imballa con me?

Ho letto con grande soddisfazione sul numero di marzo le dichiarazioni di Giuliana Giuggioli (resp. rete piccoli supermercati **Unicoop Tirreno**) riguardo agli imballaggi utilizzati per gli acquisti al banco della gastronomia: le confezioni spesso hanno una vita di almeno 100 anni e contengono cibi che magari dopo un'ora verranno consumati. L'altro problema sono le confezioni "matrioska", perché l'imballaggio non finisce con la scatola di plastica, ma questa viene messa in una busta di carta e in alcuni negozi addirittura nella stagnola! Questo è molto grave. A volte devo fare discussioni con gli addetti al banco, perché non voglio le vaschette di plastica per un etto di olive o di stracchino e a volte rinuncio a priori a questi alimenti proprio per non dover caricare me e l'ambiente di tutta questa plastica. (...) Penso che da un lato dipenda dagli addetti che sono stati formati sul tipo di confezione da offrire ai clienti, altre volte sono i consumatori stessi che richiedono queste confezioni perché hanno talmente le idee confuse su igiene, conservazione, comodità di trasporto, smaltimento e riciclaggio dei contenitori in plastica, che non si rendono proprio conto dell'assurdità e dell'impatto ambientale di un gesto così banale come



comprare un etto di ricotta! Una volta in un negozio della SMA ho dovuto quasi litigare con un addetto che per un etto di prosciutto voleva darmi la pellicola, la stagnola, più il sacchetto di carta. Cercava di convincermi che si trattava di un servizio esclusivo della SMA, facendo una confezione che potesse resistere a qualsiasi "evento catastrofico" nel tragitto fino a casa - 100 metri -. (...) Bisognerà fare un'opera di formazione per il personale e informazione per i consumatori, responsabilizzando sia gli uni che gli altri sul ruolo che ciascuno di noi può svolgere nella riduzione dei rifiuti e de-

gli imballaggi inutili.

Paola Nobili, via e-mail

► Gentile Paola Nobili, la ringrazio per il sostegno direi piuttosto convinto ad una politica di riduzione degli imballaggi che dovrebbe attraversare ben più in profondità tutta l'attività di preparazione e confezionamento delle merci. Non c'è dubbio che è molto importante accompagnare ogni iniziativa con adeguate campagne di informazione e sensibilizzazione dei consumatori, cose che la nostra Cooperativa e il nostro giornale fanno da tempo.

Aldo Bassoni

bei tempi

Su **Nuovo Consumo** di aprile ho letto di molti soci favorevoli all'impiego dei distributori alla spina: stiamo tornando indietro di 40 anni! Mi ricordo infatti che da bambina mi recavo a fare la spesa nel negozio sotto casa con la mia borsetta di cotone, la bottiglia del latte... pasta, farina, zucchero erano in contenitori a cassetto con la facciata di vetro che li rendeva visibili e il negoziante li confezionava a richiesta in cartocci di carta paglia nella quantità desiderata. I legumi erano in bellavista in sacchi aperti davanti al banco coperti, qualche volta, con una zanzaniera. Sono proprio contenta di sapere che avevano ragione i nostri nonni: torniamo pure ai distributori e smettiamola con tutte quelle panzanate che ci impongono per il nostro bene, dicono, ma che fanno tanto male alla natura.

via e-mail

a caro prezzo

Perché Coop che si dichiara da sempre così attenta ai bisogni dei consumatori non cerca di mantenere un po' più controllato il prezzo di beni di prima necessità? Il prezzo del pane è arrivato alle stelle. lettera

► In questo momento i prezzi all'acquisto delle materie prime alimentari, soprattutto grano e latte, risentono di forti tensioni. A ciò si somma la crisi del mercato del



petrolio e delle materie prime energetiche. Gli impatti di entrambi i fenomeni sul costo dei prodotti è assolutamente senza precedenti. Proprio a questo proposito Coop sta cercando di mantenere bassi i prezzi almeno per quanto riguarda alcuni beni di prima necessità. Per farle alcuni esempi, può trovare in tutti i nostri punti vendita il pane ad 1 euro al Kg, il latte fresco **Alta qualità Coop** a euro 1,15 e il **latte microfiltrato** a euro 1,05.

Coop dalle uova d'oro

Vorrei sapere come vengono allevate le galline da cui provengono le uova a marchio Coop?

► Le uova a marchio Coop provengono esclusivamente da allevamenti alternativi alla batteria, in linea con le politiche del benessere animale che ci contraddistinguono. La scelta di vendere con il marchio Coop solo uova provenienti da galline allevate a terra rientra, infatti,

nella politica più complessiva di Coop verso la tutela degli animali che ha visto, per esempio, l'eliminazione dalla vendita di pellicce sui capi tessili, l'adesione all'iniziativa **Non testato su animali** per i cosmetici a marchio e la definizione di **standard** di benessere in allevamento migliorativi rispetto alla legge, nonché l'adesione a sistemi di pesca ecologicamente sostenibili come il **Dolphine Safe** e il **Friend of the sea**.

previdenza a cura di LiberEtà
LiberEtà: e-mail redazione@libereta.it

maxi bonus

Come funziona la maxi detrazione sulla prima casa? lettera

► Da quest'anno i proprietari della casa in cui abitano potranno pagare meno **Ici** o in molti casi non pagarla più: dipenderà dal valore della rendita catastale. La detrazione consentita dalla Finanziaria consente di usufruire di un **bonus** fino a 303,29 euro. Se la rendita abitativa è inferiore a questa cifra non si paga più **Ici**.

Dalla **maxi** detrazione sono escluse le unità immobiliari iscritte (o iscrivibili) in catasto alle categorie A/1 (abitazioni di tipo signorile), A/8 (abitazioni in ville) e A/9 (castelli, palazzi di eminenti pregi artistici o storici).

Il merito di questo ulteriore sconto sull'**Ici** è dovuto al governo Prodi. Il nuovo **bonus** è stato infatti previsto e regolamentato dalla Finanziaria 2008 (art. 1, comma 5, l. 244/2007) la quale prevede che allo sconto minimo

già previsto dalla legge precedente (103,29 euro) se ne possa aggiungere un altro fino a 200 euro. È per questo che si parla di **maxi** detrazione che può raggiungere la cifra massima di 303,29 euro.

Lo sconto può inoltre aumentare se è il Comune di residenza a deciderlo. I singoli Comuni possono stabilire, con apposite delibere, di ridurre fino alla metà l'importo dell'**Ici** o, in alternativa, consentire una detrazione maggiorata fino a 258,23 euro. In questi casi il contribuente dovrà applicare la detrazione che il Comune gli riconosce di fatto. Mettiamo che il Comune abbia deliberato una detrazione maggiorata di 258,23 euro o una detrazione supplementare di 154,94 euro. Il contribuente potrà applicare la detrazione pari a 258,23 euro – formata da quella ordinaria (103,29 euro) e da quella comunale (154,94 euro) – cui il contribuente potrà aggiungere l'importo dell'ulteriore detrazione deliberata dalla Finanziaria di quest'anno che può arrivare fino a 200 euro detrando fino a 458,23 euro.



a fondo perduto

Ho saputo che c'è una speranza di rimborso per tutti i clienti ex **Gruppo Sanpaolo Imi** che avevano acquistato **bond Parmalat**. Potrei saperne di più?
lettera



► La procedura di conciliazione sottoscritta di recente fra **Intesa-Sanpaolo** e le associazioni dei consumatori riconosciute a livello nazionale offre un'opportunità di tutela ai risparmiatori che potranno tentare di riavere i propri soldi attraverso una modalità semplice e gratuita. Alla procedura possono accedere quei clienti delle banche del **Gruppo Intesa Sanpaolo** che hanno acquistato, prima del 24 dicembre 2003, titoli obbligazionari **Parmalat** attraverso il **Gruppo Sanpaolo Imi**. È necessario compilare apposita domanda (su www.cittadinanzattiva.it, dove è presente anche il regolamento di conciliazione) da consegnare presso le filiali delle banche del Gruppo entro e non oltre il 30 giugno 2008. Il risparmiatore può presentare domanda di conciliazione anche attraverso un'associazione dei consumatori fra quelle firmatarie. La controversia in sede conciliativa verrà discussa all'interno di apposite Commissioni di Conciliazione composte – in modo paritetico – da rappre-

sentanti delle banche del **Gruppo Intesa Sanpaolo** e le associazioni dei consumatori. L'esame da parte della Commissione avviene caso per caso e, laddove sussistano le condizioni, verrà formulata una proposta transattiva. Nel caso in cui la proposta venga accettata dal risparmiatore, la conciliazione ha esito positivo e la controversia si intende risolta definitivamente con conseguente rinuncia a ogni azione legale. In caso di esito negativo il risparmiatore rimarrà libero di ricorrere a tutte le iniziative che riterrà più opportune per tutelare i propri

interessi. Laddove sussistano le condizioni per il rimborso, al risparmiatore verrà riconosciuto fino a un massimo del 60 per cento dell'importo.

Info: Ufficio conciliazione CittadinanzAttiva
e-mail: conciliamo@cittadinanzattiva.it
Numero verde **Intesa-San Paolo**: 800.303.306
(da lun. a ven.: orario 8-22; sab.: orario 9-15).

Mariano Votta, Ufficio stampa **CittadinanzAttiva**
CittadinAttiva-Pit Servizi: tel. 0636718555
(da lun. a ven.: ore 9-13.30) fax 0636718333
e-mail: pit.servizi@cittadinanzattiva.it

ora legale a cura di Salvatore Calleri presidente Fondazione Caponnetto

criminal minds

Molto spesso quando si parla di mafia si pensa: tanto non ci riguarda. Niente di più sbagliato.

L'ultima inchiesta coordinata dalla **Direzione Nazionale Antimafia** guidata dall'ottimo Piero Grasso ci dimostra che una parte della camorra, quella che aveva scelto di non combattere un'inutile guerra di mafia, si era trasferita armi e bagagli in Versilia, facendo affari. A questo punto il pensiero di molti potrebbe essere quello di ritenerla cosa risaputa in quanto la Versilia è terra in cui le mafie da anni sono presenti. È vero, ma il Procuratore Grasso ha parlato di radicamento nel territorio, ossia di un primo passo verso il suo controllo. Un fatto grave e inaudito per una terra quale la Toscana, solitamente così attenta e impegnata da un punto di vista sociale contro tutte le mafie. La Toscana non è in mano alla mafia, ma un problema c'è. Dalla Versilia ci arriva un campanello d'allarme che trilla più forte del solito, dalla zona di Montecatini arrivano gli stessi segnali, per non parlare

dell'Isola d'Elba. Ormai i beni confiscati ammontano nella nostra Regione ad oltre 12 milioni di euro, circa 24 miliardi delle vecchie lire. Sempre pochi rispetto al Sud, ma siamo agli inizi e tale somma è destinata ad aumentare in modo considerevole. Dalla nostra terra ci arriva anche un segnale positivo: quando le autorità intervengono smontano rapidamente le organizzazioni criminali, ma non dobbiamo stancarci di continuare a segnalare il problema ai politici competenti sul territorio. È arrivata l'ora di rilevare la presenza sempre più costante della mafia nell'economia e nel territorio dell'Italia Centrale e la prossima Commissione Parlamentare Antimafia se ne dovrà occupare. Dal rapporto annuale della **Fondazione Caponnetto** sulla presenza delle organizzazioni criminali emerge, infatti, che queste sono in grado di prepararsi a fare il salto di qualità. In Toscana siamo in grado di fermare tale processo a patto che la politica, nel suo insieme, abbia a cuore il problema.

L'ultimo orango

L'olio di palma per produrre saponette, merendine e biodiesel sta distruggendo le torbiere e le foreste pluviali in Indonesia. Con il rapporto **Borneo in fiamme** Greenpeace ha dimostrato come i fornitori di olio di palma di **Unilever**, la multinazionale proprietaria del marchio **Dove**, siano i principali complici di questa distruzione. **Unilever** utilizza



per i suoi prodotti 1.3 milioni di tonnellate di olio di palma all'anno, proveniente da aree recentemente deforestate in Indonesia. Per di più la multinazionale presiede la **RSPO (Tavola Rotonda per l'Olio di Palma Sostenibile)**, un organismo che dovrebbe assicurare la sostenibilità dell'olio di palma. Nonostante la **RSPO** esista dal 2002, non c'è ancora sul mercato un olio di palma certificato mentre la distruzione delle foreste continua a ritmo serrato. Ciò determina l'immissione di enormi quantità di CO2 nell'atmosfera: le torbiere indonesiane vengono degradate e bruciate per fare spazio alle palme da olio. L'effetto è devastante anche sulla biodiversità: il numero degli oranghi è diminuito così drasticamente che la specie

potrebbe estinguersi entro vent'anni. Gli attivisti di **Greenpeace** – travestiti proprio da oranghi – hanno denunciato **Unilever** con azioni simultanee a Roma, Londra e Amsterdam. E **Unilever** ha deciso di cambiare rotta: l'amministratore delegato, Patrick Cescau, ha annunciato di accogliere la moratoria sulla distruzione della foresta

pluviale in Indonesia per l'olio di palma, promossa da **Greenpeace**. Cescau ha anche promesso che tutto l'olio di palma utilizzato da **Unilever** deriverà da produzione sostenibile entro il 2015. Si tratta di un importante passo avanti. Gli oranghi di **Greenpeace** hanno convinto **Unilever** ma, per bloccare la distruzione in corso, anche **Procter&Gamble**, **Kraft**, **Nestle** e **Ferrero** devono chiedere ai propri fornitori di olio di palma di sostenere la moratoria. **Greenpeace** va avanti con la sua campagna fino a quando le foreste indonesiane saranno protette. Non solo a parole ma con i fatti.

Maria Carla Giugliano, Ufficio Stampa **Greenpeace**

mare nero

Cinque anni dopo il naufragio della petroliera **Prestige** al largo delle coste della Galizia, nel nord-ovest della Spagna, lo Stato spagnolo ha quantificato il danno provocato dalla catastrofe ecologica in 938 milioni di euro

destinati a risarcimenti, bonifiche e indennizzi. Ancora oggi, però, non è stato accertato se le responsabilità siano dei proprietari della petroliera o della società che emise il certificato di navigabilità.

giochi proibiti

Nonostante le rassicurazioni del governo cinese tra gli organizzatori delle Olimpiadi resta forte la preoccupazione per l'eccessivo inquinamento di Pechino, che potrebbe mettere a rischio alcuni eventi come la

maratona e il ciclismo su strada. Per combattere lo **smog** le autorità imporranno per due mesi a tutte le industrie della Capitale una drastica riduzione della produzione.

a cavalluccio

Colonie di cavallucci marini, che di solito vivono e si riproducono nei mari italiani o alle Canarie, da alcuni mesi si sono stabilite nel Tamigi, alla periferia di Londra. Una presenza

curiosa che conferma il forte miglioramento della qualità dell'acqua del fiume. La Gran Bretagna ha subito approvato una legge che considera i cavallucci una specie protetta.

stop alla povertà

Coop lancia una grande campagna contro la povertà. 14 progetti per aiutare le popolazioni di tre continenti e per portare nei supermercati Coop sempre più prodotti equi e solidali. Mentre crescono i poveri, aumentano i prezzi dei generi di prima necessità e le grandi multinazionali aumentano i loro profitti sulla pelle degli affamati del mondo, c'è chi si impegna per contrastare la povertà.
di Aldo Bassoni

prima pagina

Nel **business** della fame c'è chi strappa affari d'oro. Sono le grandi multinazionali del cibo e delle sementi come **Nestlé**, **Unilever**, **Monsanto** che hanno incrementato i loro profitti del 40 e più per cento. Quello dei fertilizzanti poi è un vero **boom** con il 140 per cento di crescita degli utili. Intanto la crisi alimentare globale comincia a diventare un grave problema sociale e politico. Al punto che il relatore dell'**Onu** per il diritto al cibo, **Jean Ziegler**, ha parlato di "omicidio di massa silenzioso". Secondo stime delle Nazioni Unite i prezzi dei principali prodotti agricoli sono aumentati in un anno del 55 per cento. Colpa dei sussidi che spingono gli agricoltori ad abbandonare terreni produttivi per evitare le eccedenze di latte, carne, cereali, e per sostenere i prezzi. Colpa anche del **business** dei biocarburanti che sottrae cereali al consumo alimentare per bruciarlo nei **SUV**. Ma le cause sono più complesse. Di certo, se continua così, nei prossimi tre anni ci saranno 100 milioni di poveri in più. Eppure centinaia di organizzazioni, a cominciare dalla **Fao**, operano da decenni per cercare di ridurre disagio, fame, sottosviluppo e povertà. Coop è tra queste.

contro miseria

Un cammino iniziato dieci anni fa e proseguito fino ad oggi con l'attuazione di una campagna contro la povertà di cui Coop



è protagonista insieme alle più importanti organizzazioni non governative, scese in campo per portare aiuti concreti allo sviluppo nei tanti, troppi paesi, ancora schiavi del bisogno e della sottomissione alle regole di un mercato internazionale dominato dalla finanza carnivora.

«La campagna è articolata in due parti – spiega **Roberto Cavallini**, responsabile dei progetti di solidarietà Coop –: l'aiuto alle persone attraverso interventi diretti nella sanità, nella scuola, nell'alimentazione gestiti dalle varie cooperative alcune delle quali sono già in atto da tempo come il **Progetto Matteo** e le adozioni a distanza di **Unicoop Tirreno**; il sostegno allo sviluppo economico di ben precise aree in Asia, Africa, America Latina».

Quattordici progetti di sviluppo sostenibile e durevole delle attività economiche locali basate sul modello cooperativo e finalizzate alla creazione di un'occupazione stabile e allo sviluppo di imprese autogestite. «Per raggiungere questi obiettivi – spiega Cavallini – abbiamo scelto dei progetti che prevedono lo sviluppo di produzioni capaci di avere uno sbocco innanzitutto nel mercato italiano, senza tuttavia trascurare il mercato locale».

valore aggiunto

Le Organizzazioni non governative (Ong) che affiancano Coop in ognuno di questi progetti si muovono in stretto rapporto con le comunità locali ed operano per prestare un'adeguata assistenza tecnica. «Coop va al cuore dei problemi affrontandoli con metodo e serietà – dice **Marta Arias**, presidente di **Oxam International**,

una confederazione di ben 13 grandi Ong attive in ogni parte del mondo –. Coop ha capito che non si tratta di fare beneficenza, ma occorre dare alle persone il potere di esercitare un proprio diritto per andare alle radici della povertà». «Passare dalla beneficenza ai progetti significa far crescere le comunità e le economie nel rispetto dell'ambiente, del lavoro e delle culture locali», aggiunge **Aldo Soldi**, Presidente di **Ancc-Coop**. La testimonianza vivente di come gli sforzi delle associazioni nate dall'impegno delle persone possono coniugarsi proficuamente con quelli di chi si prefigge lo scopo di aiutarle si chiama **Kamal Upreti**. Kamal è una donna dolce e combattiva che presiede le cooperative Maheela del Nepal a cui si rivolgono le donne che hanno subito violenza e sono state emarginate da una società dominata da una cultura oppressiva. «La nostra Fondazione cerca di operare

per ridurre la povertà e l'ignoranza che sono alla base della subalternità delle donne ad un dominio patriarcale di cui sono vittime indifese», dice Kamal. Ed è in questo contesto che è nato il progetto per la produzione delle sciarpe a cui lavorano circa 300 donne. Il 25 per cento dei profitti andranno a loro, il resto a favore della casa famiglia. In Senegal invece è un'intera comunità di pescatori a trarre benefici dall'incontro con Coop. «Il progetto è nato dal desiderio di un giovane ingegnere senegalese di esportare i prodotti della pesca artigianale del suo oceano dove a farla da padrone sono le grandi flotte di pescherecci che depremono il mare e distruggono l'ambiente», racconta **Marco Guerrieri**, di **Coop Italia**. La pesca verrà praticata con le piroghe a motore e occuperà ben 700 pescatori. E i consumatori della Coop, dopo i fagiolini del Burkina, potranno apprezzare anche il pesce del Senegal.

Ma questi sono solo due dei progetti nati in seguito a una presenza storica della Coop in alcune aree del sottosviluppo: dal Burkina Faso al Nepal, dal Nicaragua al Brasile dove negli ultimi anni sono state costruite scuole, scavati pozzi per l'acqua, inaugurate sale parto, sostenuti migliaia di bambini con le adozioni a distanza, incentivate le produzioni di prodotti autoctoni come il caffè, il cacao, il miele, il cotone per l'abbigliamento. In pochi anni la quota di prodotti del commercio equo e solidale è cresciuta di pari passo con la sensibilità dei consumatori che sempre più spesso cercano questi prodotti non solo per il loro alto valore etico ma anche perché qualitativamente ottimi.

«In Coop i prodotti del commercio equosolidale sono ormai una realtà – dice **Vladimiro Adelmi**, responsabile **Prodotto Solidal Coop Italia**». I 21 milioni di fatturato dei prodotti equosolidali nel 2007 testimoniano di una crescita costante che passa soprattutto attraverso l'inserimento di sempre nuovi prodotti. Siamo leader nello zucchero di canna. La crema spalmabile **Solidal** ha raggiunto elevate percentuali di vendita». Dal 2002, Coop ha creato una vera e propria linea a marchio. I prodotti **Solidal** oggi raccolgono 89 articoli (di cui ben 65 di solo abbigliamento), che spaziano dall'ananas alle magliette polo. «Con **Solidal**, Coop promuove progetti d'imprenditorialità responsabile, in grado di generare valore percepito per

I 14 progetti di solidarietà della campagna Stop World Poverty, avranno la durata di 18-36 mesi. Alcuni sono già in pieno svolgimento. Altri partiranno entro l'anno. Tutti i soci possono contribuire al successo dell'iniziativa devolvendo i punti della raccolta a favore di quei progetti che ricadono sotto la diretta responsabilità della cooperative di appartenenza. Infatti, ogni cooperativa curerà la realizzazione di uno o più progetti specifici.

per i consumatori di oggi e sviluppo sostenibile per le future generazioni», precisa Adelmi. Per Coop insomma, il prodotto equosolidale, oltre a rispondere ad una richiesta di eticità sempre più diffusa nei consumatori, deve essere sano, genuino, lavorato con cura e attenzione, nel rispetto delle comunità dei produttori e del loro ambiente. Inoltre deve avere un prezzo accessibile ai consumatori. Obiettivi finora centrati in pieno. «Il commercio equo e solidale sta crescendo e **Solidal** è un marchio che attrae, ma ora è importante che ci sia una legislazione più efficace in grado di intervenire nei tanti campi dove opera chi intende fare seriamente commercio equo e solidale», avverte Aldo Soldi. A partire dall'Europa, probabilmente, dove l'attenzione al commercio equo e solidale non manca. «Ma non mancano nemmeno le contraddizioni – dice **Luisa Morgantini**, presidente italiana della Commissione Sviluppo del Parlamento europeo – come quella tra le politiche di cooperazione allo sviluppo e le politiche commerciali, specie quelle agricole. E poi – aggiunge Morgantini – l'Europa deve sostenere anche con finanziamenti specifici il commercio equo e solidale». Ma speriamo di avere presto una buona legge anche in Italia dove le proposte e le buone pratiche non mancano. «Però c'è da mettere ordine tra le varie legislazioni regionali non sempre tra loro coerenti – sostiene **Ermete Realacci**, presidente della commissione interparlamentare sul commercio equo e solidale –, ma soprattutto bisogna potenziare il commercio equo e solidale perché svolge una funzione preziosa nello stimolare in tutti gli attori del mercato una maggiore responsabilità sociale che fa bene anche ai consumatori italiani».

un mondo di solidarietà

Frutta, caffè, scarpe e le altre “cose buone” dal mondo.

Frutta fresca e turismo responsabile dal Brasile

Il progetto rafforzerà le capacità produttive, agroindustriali e commerciali di due cooperative di produttori di frutta amazzonica. Sarà inoltre realizzato uno studio di fattibilità per una cooperativa di agrumicoltori del sud del paese per valutare l'aumento di capacità di trasformazione della frutta e l'inserimento del prodotto nel mercato interno e internazionale. Altra componente significativa sarà l'appoggio al progetto **Madre Terra**, una fattoria didattica a Foz do Iguacu che svolge una azione di recupero di bambini e ragazzi difficili attraverso l'implementazione di attività agricole e di turismo responsabile, indirizzato ai soci e consumatori Coop. I partners: **Ucodep** e **Associazione Oreundici**.

Filiera caffè

Si prevede la messa a regime della produzione di caffè robusta in Nicaragua, già inserito nella linea **Solidal** di Coop. A questa produzione si affiancherà quella di alcune associazioni di produttori di caffè dell'Uganda, necessaria per incrementare la produzione di miscele “robusta”, che hanno grande vendibilità sul mercato italiano. Il partner è **GVC**.

Oli essenziali e scarpe dall'Equador

20 comunità indigene nella provincia ecuadoriana di Morona-Santiago potranno migliorare le loro condizioni di vita grazie all'incremento di redditi provenienti dallo sviluppo della produzione di specie medicinali,

cosmetiche ed erboristiche per l'autoconsumo e la commercializzazione nel mercato equo e solidale. C'è una cooperativa in Equador, la **Vinicio Calzado**, che produce scarpe di ottima qualità e dà lavoro a 50 addetti, di cui 26 disabili e 15 donne. Dal 2005 la cooperativa ha avviato un proficuo rapporto con Coop per la realizzazione di una scarpa tipo **Clark**. Questo progetto ne permetterà lo sviluppo e la commercializzazione anche nel mercato internazionale del commercio equo. I partners sono **Fundación Chankuap**, **VIS**, **Comunità internazionale Capodarco**.

Miele dall'America latina

Nicaragua, Brasile, Bolivia e Colombia sono accomunate dal progetto per il rafforzamento produttivo e sociale di una rete panamericana dei piccoli produttori. Il miele è un prodotto la cui domanda è in continua crescita e rappresenta una opportunità a bassa intensità tecnologica in un contesto agro ecologico che permette produzioni di qualità e quantità medio-alte. Il miglioramento qualitativo e quantitativo delle produzioni permetterebbe un loro inserimento anche nel mercato italiano, oltre che rafforzare le capacità produttive, gestionali e di **marketing** di centinaia di piccoli produttori svantaggiati. Il partner è **Cooperativa Sin Fronteras**.

Ortaggi dal Burkina Faso

Per poter avviare le colture di fagiolini verdi, patate, cipolle e aglio, 300 ha di superficie coltivabile saran-

IN APERTA CAMPAGNA

I 14 progetti della **Campagna Stop World Poverty** si innervano su un rapporto tra comunità locali, Coop e Ong a partire dall'individuazione di produzioni tipiche che possano trovare sviluppo nel mercato locale e mondiale. La **Ong** mette a disposizione l'assistenza tecnica e le risorse necessarie a cominciare dai finanziamenti mentre Coop è presente fin dall'inizio con interventi di formazione imprenditoriale cooperativa, costruzione di filiere ecc.

«Quello che Coop mette in più è un supporto alla formazione cooperativa da un punto di vista sociale e tutti gli aiuti necessari alla qualità e alla sicurezza del prodotto – precisa Cavallini -. Insieme a noi intervengono anche il



fair-trade per il controllo degli standard previsti dai protocolli del commercio equo e solidale come il rispetto dei diritti umani, la libertà religiosa, la parità tra i sessi».

Il fair-trade collabora al raggiungimento di questi standard e li certifica.

Poi c'è **Banca etica** che interviene con il microcredito ad aziende e famiglie di piccoli contadini.

«Per esempio – spiega Roberto Cavallini – in Brasile potrebbe essere necessario finanziare

la produzione di concentrato di frutta amazzonica se un soggetto, nell'ambito del progetto, vuole incrementare la sua produzione. Ecco allora che interviene **Banca etica**». Ma **Banca etica** può intervenire anche sulle piccole ma necessarie infrastrutture familiari tipo una cisterna dell'acqua o un macchinario agricolo.

no messi a coltura in prossimità dei punti d'acqua accessibili. I progetti potranno utilizzare i canali di commercializzazione già sperimentati, per i fagiolini del Burkina, da Coop Italia con il marchio **TerraEqua**. I **partners** sono **CISV** e **Movimento Shalom**.

Maftoul e frutta secca dalla Palestina

Il progetto si concentra sul miglioramento della produzione di **maftoul**, un prodotto tradizionale della regione del Mashrek (Palestina, Siria, Libano e Giordania), attraverso interventi di rafforzamento e sostegno di due comitati di donne nel distretto di Hebron. In Cisgiordania e nella striscia di Gaza oltre 600 donne, suddivise in circa 40 gruppi nelle diverse comunità rurali, stanno producendo frutta essiccata, con criteri di agricoltura biologica, e i prodotti saranno presto certificati secondo i regolamenti europei grazie alla creazione e all'accreditamento internazionale dell'ente di certificazione palestinese **Center of Organic Agriculture in Palestine (COAP)**, in collaborazione con **Icea** e **Aiab**. I **partners** dei due progetti sono **Ucodep** e **ACS**.

Mango e pesce dal Senegal

Nel 1987, un gruppo di agricoltori dell'**Arrondissement** di Diouloulou ha voluto specializzarsi nella coltivazione degli alberi da frutto e migliorarne le produzioni già esistenti. È nata così l'**Association des Planteurs de l'Arrondissement de Diouloulou (APAD)** che dispone attualmente di varietà migliona-

te di agrumi e di mango. Nel 2004, l'**APAD** è stata abilitata dal Ministero del Commercio senegalese come soggetto idoneo alla commercializzazione ed esportazione e nello stesso anno è stata certificata dal commercio equo e solidale. Il progetto intende rafforzare le produzioni di mango, già in vendita presso alcune cooperative con il marchio **FairTrade**. Il **partner** è **COSPE**. Un secondo progetto riguarda la comunità di pescatori di Dakar, per sviluppare le produzioni di pesce fresco o essiccato, garantendo la sicurezza nel lavoro e la qualità del prodotto.

Sciarpe dal Nepal

Rafforzamento e messa a regime della produzione di sciarpe da parte di una cooperativa di donne nepalesi vittime di abusi e violenze a causa dei quali la comunità le ha emarginate. Verranno loro messi a disposizione 80 telai, per garantire le necessità produttive derivanti anche dall'accordo con **Coop Italia** per la vendita con il marchio **Solidal**. Il progetto ha come **partners** **Women's Foundation** e **Fondazione Un Raggio di Luce**.

Spezie e tè dello Sri Lanka

La proposta, rivolta alle categorie più povere e marginalizzate del Distretto di Kandy in Sri Lanka, include una strategia di sviluppo sostenibile a lungo termine che punta sulle produzioni di qualità, in particolare spezie e tè. I **partners** dei due progetti sono **GVC**, **Ucodep**, **ICEI**, **A.R. Overseas**.

PRODOTTI DEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE IN VENDITA ALLA COOP

Caffè, creme spalmabili, infusi, miele, prima colazione, preparati per dolci, prodotti a base di cioccolato, uova di Pasqua fondente e al latte, riso, succhi di frutta, zucchero di canna, frutta esotica, banane, noci brasiliane, rose, pallone etico, abbigliamento (primavera-estate: 33 referenze; autunno-inverno: 32 referenze).

I PAESI INTERESSATI

DALL'ALLARME ALIMENTARE

Bolivia, Repubblica Dominicana, Ecuador, Haiti, Nicaragua, Lesotho, Somalia, Swaziland, Zimbabwe, Eritrea, Liberia, Mauritania, Sierra Leone, Burundi, Repubblica di Centro Africa, Chad, Congo, Costa d'Avorio, Etiopia, Ghana, Nuova Guinea, Guinea-Bissau, Kenya, Sudan, Uganda, Moldavia, Iraq, Afghanistan, Corea, Bangladesh, Cina, Nepal, Sri Lanka, Tajikistan, Timor Est, Vietnam.



LE CAUSE DEL CARO CIBO

- 1 Aumento dei cereali per la produzione di biocarburanti;**
- 2 Aumento dei costi del gasolio e dei fertilizzanti;**
- 3 Siccità;**
- 4 Aumento del consumo di carne e di mangimi;**
- 5 Speculazione sui future di alimenti come grano e riso;**
- 6 Sussidi agli agricoltori per disincentivare l'aumento della produzione.**

coltura generale

Un'alternativa a un modello di sviluppo basato sulle coltivazioni ogm c'è. Il punto di vista di Roberto Burdese, presidente di Slow Food e coordinatore della Coalizione Italia-Europa Liberi da ogm.

Quando si dicono le coincidenze: il prezzo dei cereali, dal grano al riso al mais cresce vertiginosamente sui mercati mondiali, in parallelo scatta l'allarme per il rischio fame in tanta parte del mondo e subito rispuntano articoli e prese di posizione volte a spiegare che per dare da mangiare a tutti l'unica strada è far spazio alle colture **ogm**, quelle con organismi geneticamente modificati. Ma stanno davvero così le cose? E quali sono cause



e possibili soluzioni di questa impennata di prezzi? Lo abbiamo chiesto a **Roberto Burdese**, presidente di **Slow Food** e coordinatore della **Coalizione Italia-Europa Liberi da ogm** (che raggruppa 32 enti e associazioni tra cui Coop). «Per prima cosa – spiega Burdese – è bene dire che negli ultimi 5 anni, durante i quali si sono costruite le condizioni per gli aumenti di prezzo di oggi, i profitti delle grandi multinazionali, quelle che controllano il mercato degli **ogm** e delle sementi, hanno registrato aumenti dei profitti enormi. Questo rende evidente che i produttori di **ogm** sono la causa e non la soluzione della crisi. Sono quelli che da questo stato di cose ci guadagnano».

Burdese fa esempi concreti: «In India ogni anno 20mila contadini che coltivano cotone si suicidano per debiti, perché non riescono a pagare diserbanti e pesticidi, perché sono stati convinti a usare gli **ogm** e dopo qualche buon risultato iniziale hanno visto i prezzi di mercato scendere e ora sono alla disperazione. Lo stesso è successo in Mali. Qui la **Banca Mondiale** ha convinto a piantare cotone e la gente, pensando a un guadagno immediato, ha puntato su questo. Ora che i prezzi sono crollati, la gente non riesce più a comprare le sementi, non ha più di che mangiare ed emigra clandestinamente magari proprio verso l'Italia».

Ma allora come si esce da questo stato di cose, in cui comunque è certo che centinaia di milioni di persone vedono ancor di più messo in discussione il proprio diritto al cibo?

«L'unica strada è sviluppare in tutto il mondo dei sistemi di agricoltura familiare, consolidando le economie rurali secondo logiche equilibrate e di lungo periodo. In questo modello le sementi devono essere gratuite come è sempre stato nell'agricoltura. Invece il modello legato agli **ogm** propone dei contadini prigionieri di un sistema in cui il problema diventa presto quello di non riuscire a pagare i semi, i diserbanti e tutto quanto la multinazionale di turno propone loro».

Ci può fare qualche esempio concreto?

«La storia di questi anni ci insegna che laddove si usano gli **ogm** si assiste a processi di adattamento della natura all'uso di questi prodotti. Per cui dopo i successi iniziali, pian piano le coltivazioni diventano resistenti ai prodotti e agli erbicidi utilizzati. Così i problemi si ripresentano e occorre cambiare prodotto. La logica dell'agricoltura è una logica di lungo periodo, una logica

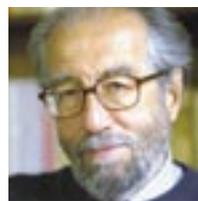
che si fonda sul bisogno di cibo dell'uomo. E in questa logica gli **ogm** non sono mai convenienti. La realtà delle colture **ogm** è una realtà in cui chi è costretto a comprare tutto da una multinazionale, non è più un contadino, ma solo un operaio di quella multinazionale, proprietario di nulla. Ricordiamoci invece che la natura alla fine è sempre più forte. Chi presenta gli **ogm** come una sorta di soluzione definitiva dei problemi dice una bugia. Si disse la stessa cosa coi pesticidi. Ma non è stato così: la natura reagisce, ci sono degli adattamenti».

Ma l'analisi degli aumenti di prezzo cui stiamo assistendo non ha anche altre inquietanti cause, tutte legate a meccanismi economici soprattutto di speculazione finanziaria?

«Non si può far funzionare l'agricoltura secondo le leggi della finanza tutta volta a trovare un profitto immediato senza preoccuparsi di ciò che succede domani. È esattamente questo il meccanismo alla base della odierna crisi dei prezzi. Si sceglie per massimizzare il profitto, non per dare da mangiare all'umanità. Oggi assistiamo, come noi di **Slow Food** denunciavamo da tempo, ad una drastica riduzione delle biodiversità. Il 95 per cento del genere umano si alimenta con 30 piante. È come se i risparmi di tutti fossero concentrati solo su 30 azioni. È chiaro che così, poche persone si trovano a decidere del destino di tutti. Anche sui prodotti alimentari si sono innescati meccanismi speculativi, decisi da anonimi operatori di Borsa. Il prezzo del grano è cresciuto a dismisura, ma produrre grano, salvo l'incidenza del petrolio, costa come 12 mesi fa. E invece siamo dentro a una spirale perversa di aumenti, alimentata anche dalle scelte dei governi Usa e brasiliano di sviluppare le produzioni destinate ai biocarburanti. Occorre invertire la rotta, chiamando in causa il ruolo di organismi internazionali come il **Wto** (l'organismo che regola i commerci tra gli stati, ndr), dei governi nazionali, delle comunità locali. E la battaglia sugli **ogm** è centrale proprio perché siamo a un bivio tra due logiche di sviluppo del pianeta. Per questo dico convinto che gli **ogm** non risolvono il problema della fame, anzi lo peggiorano».

UN ANNO DI AUMENTI

Mais	31%
Riso	74%
Soia	87%
Grano	130%



non è tollerabile

La cattiva pratica della "tolleranza zero".

Non mi persuade questo **slogan** della "tolleranza zero", esaltata come rimedio di ogni male della moderna società. La si invoca a gran voce nei confronti degli immigrati, la si esige da ogni tipo di autorità, dai presidi per garantire l'ordine nelle scuole, perfino dagli arbitri delle partite di calcio, e via discorrendo. Manca poco che si pretenda di applicarla nelle assemblee di condominio.

Ma la tolleranza, dovremmo saperlo, è un bene, una virtù personale e civile, frutto di saggezza, quindi qualcosa da salvaguardare, non un disvalore da azzerare. Senza la pratica della tolleranza non c'è vita sociale possibile, non c'è ipotesi di relazione al di fuori della sopraffazione reciproca, nelle grandi come nelle piccole comunità. Si pensi a quanto accade nelle famiglie dove si attua, ahimè, il principio della "tolleranza zero": e non a caso cito la famiglia, poiché è l'ambito in cui si commettono la maggior parte delle violenze sulle persone.

Andiamoci dunque piano con questa "tolleranza zero", su cui politici e di scarsi scrupoli e di corte vedute puntano per rafforzare le proprie fortune, qui da noi come altrove. Fa impressione sentire evocare sui giornali e in televisione comportamenti di tal genere come fosse scontato che si tratti di pratiche virtuose, accettate in quanto tali dalla coscienza collettiva. Qui si scherza col fuoco: insegnamo ai nostri ragazzi che non si deve essere tolleranti né nell'ambito personale né nella sfera pubblica e vediamo i frutti che se ne ricavano.

C'entrano poco il rigore nell'applicazione della legge e l'esigenza che tutti la osservino. Non a caso l'uomo che in questi anni aveva ripristinato l'imperio della legge in una delle zone d'ombra più preoccupanti della nostra vita collettiva – quella dell'evasione fiscale, cioè della sottrazione delle risorse alla comunità – è stato attaccato con un accanimento senza precedenti proprio da coloro che a ogni piè sospinto invocano la "tolleranza zero". Che evidentemente non deve valere per gli evasori, coi quali Visco avrebbe ben potuto chiudere un occhio...

Sì, tira un'aria strana, tra l'intolleranza predicata a sproposito e certa tolleranza che sa tanto di connivenza.



nuove aperture

L'Iper di Colombo

Il decimo Ipercoop apre a Roma, sulla Cristoforo Colombo – quartiere Eur – inserito in un centro commerciale all'avanguardia.

Tanti servizi e attenzione all'ambiente.

di Beatrice Ramazzotti

Ipercoop Tirreno fa il bis nella Capitale. A far compagnia al Casilino, aperto nell'ottobre 2002, il decimo Iper del Gruppo è stato inaugurato il 9 giugno in zona Eur, sulla Cristoforo Colombo. Una superficie di vendita di circa 5mila mq inseriti nel prestigioso centro commerciale **Euroma2**, un gigantesco polo d'attrazione che ricorda i **mall** americani. Più di 50mila mq distribuiti su tre piani in stile neoclassico, marmi e colonne, per 240 negozi, 20 ristoranti e circa 4mila posti auto. L'Ipercoop si trova al primo piano e rappresenta l'unica insegna di **GDO** presente, nonché l'unica offerta **food**. Nell'area vendita il reparto freschi, il banco ortofrutta, la gastronomia con cucina, la forneria, i banchi macelleria e pescheria. I prodotti **no food** spaziano dai tessili ai prodotti per la casa e l'igiene personale al reparto multimediale. Fanno parte dei **Servizi Accoglienza** il piano bilancia ribassato per disabili, le ricariche telefoniche, lo sportello del **Prestito Sociale** e il prelievo automatico di contanti

per i soci. Dedicati ai clienti il **Corner Salute Coop** per la vendita dei farmaci da banco, il servizio di consegna a domicilio, i servizi finanziari e i pagamenti rateali, il servizio di stampa e consegna foto e il **Punto assistenza post vendita**. Modernissimi gli impianti frigo, a bassa temperatura con circuito secondario R 404 a espansione diretta contribuiscono all'effetto serra minimo; i banchi surgelati sono invece dotati di coperture per consentire una notevole riduzione dei consumi energetici (circa 150mila kwh annui). Anche le insegne luminose **LED** riducono i consumi, mentre i carrelli e i cestini della spesa **Eko Logic** sono prodotti con plastica riciclata (il Keorex) proveniente dalle bottiglie **PET**. L'Iper resterà aperto dal martedì al sabato dalle 9 alle 21 mentre il lunedì aprirà alle 12. Il direttore è **Stefano Saglietti**.

Il centro commerciale **Euroma2** è all'interno della circoscrizione della città in prossimità delle uscite 26 e 27 del Grande Raccordo Anulare.



w la libertà

Il 64° InCoop della Cooperativa apre a Scansano, il paese in provincia di Grosseto rinomato nel mondo per il vino Morellino. Il negozio (240 mq di area vendita, 6 dipendenti e 2 casse) è in via Orbetellana, nei locali dello storico spaccio della Cooperativa **La Libertà**. Dal 3 luglio 2008 il punto vendita ha cambiato insegna in InCoop ed è passato a **Gestiscoop** tramite fitto

d'azienda. I circa mille soci de **La Libertà** passano a **Unicoop Tirreno** e usufruiscono di tutti i conseguenti vantaggi: raccolta punti, sconti e promozioni, circolarità della carta socio ecc. La fusione vera e propria tra le due Cooperative avverrà nel corso del 2009, mentre già nel prossimo autunno l'InCoop verrà ampliato di 86 mq e ristrutturato.

di nuovo InCoop

Marina di Campo (Isola d'Elba) ha festeggiato, lo scorso 9 maggio, la riapertura dei due negozi InCoop, la macelleria di Via Roma e il vicino supermercato di piazza Gentili. «La macelleria è stata completamente rinnovata – spiega **Giuliana Giuggioli**, responsabile del canale **Gestiscoop** di **Unicoop Tirreno** –: oltre alle carni, vi si potranno acquistare anche salumi,

formaggi e i vini del territorio». Il supermercato di fronte al mare, invece, ha un nuovo punto d'ascolto, un reparto ortofrutta più ricco e una maggiore offerta di piatti pronti. In totale sono stati ristrutturati 180 mq di area vendita (60 mq la macelleria e 120 il negozio) per un costo complessivo di circa 420mila euro.

rotta verso sud

Unicoop Tirreno si avvale dal 3 giugno di un nuovo centro distribuzione merci ad Anagni, in provincia di Frosinone, dove ha affittato un magazzino di oltre 30mila mq. Questa scelta ha portato alla rivisitazione del piano di sviluppo della **Tirreno Logistica** che condensa l'attività su due magazzini: Vignale e Anagni, mentre Ariccia cesserà la sua attività nel 2009. «Il vantaggio di quest'operazione sta nella multicanalità – commenta **Alessandro Bernini**, dirigente responsabile della **Tirreno Logistica** –. I due magazzini serviranno sia il canale Supermercati che il canale Iper, permettendo di cogliere in pieno tutte le potenzialità economiche conseguenti (volumi più alti in unico luogo, maggiori opportunità commerciali, sconti e promozioni)». Si conferma così anche la presenza a Sud della Cooperativa e si dà un importante contributo al recupero di efficienza in particolare nel canale Iper. Vignale servirà i supermercati toscani e l'IperCoop di Livorno, Anagni i super laziali e gli iper laziali e campani.



cifre di merito

I progetti di solidarietà di Unicoop Tirreno in cifre. Merito delle campagne di informazione ai soci. di Cristina Vaiani

Alle campagne di informazione sui progetti di solidarietà i soci hanno risposto in massa grazie anche alla possibilità di fare la donazione dei punti direttamente alle casse. Dall'inizio del catalogo **Fidelity** (2 aprile 2007) al 30 novembre 2007 i punti destinati ai progetti di solidarietà di **Unicoop Tirreno** sono stati 1.371.795 e i soci donanti 686.

Dal lancio della campagna natalizia, 8 dicembre 2007-6 gennaio 2008 i punti donati per gli stessi progetti sono svettati a quota 2.573.398 e 1.927 sono stati i soci coinvolti. La campagna pasquale dal 13 al 23 marzo 2008 ha poi fruttato 475.713 punti donati da 1.134 soci. Nel giro di tre mesi sono praticamente raddoppiate le cifre rispetto ai risultati ottenuti nei primi 8 mesi. Alla chiusura del catalogo **Fidelity**, 31 marzo 2008, i risultati totali sono stati: 6.346.000 punti donati e oltre 5.000 soci che si sono avvicinati ai progetti di solidarietà.

A far "lievitare" i numeri sono stati da una parte le campagne di informazione sotto Natale e a Pasqua e dall'altra la possibilità di donare i punti direttamente alle



casse. Grazie all'impegno di tanti soci attivi e dipendenti nei punti vendita è stato possibile informare i soci sui progetti di solidarietà che Coop porta avanti da anni facendo conoscere le condizioni di vita di tanti bambini che hanno ricevuto o di quelli che ancora sperano nel sostegno a distanza di **Cuore di Coop**; o dei settanta orfani di **Casa Matteo**; o ancora

degli ospiti dei centri di recupero in Mozambico o delle scuole nate in Guatemala da un progetto di affidamento educativo a distanza promosso dall'**Arciragazzi** di Narni e Amelia.

Un grazie particolare va agli oltre 5.000 soci che con i punti donati hanno assicurato un altro anno di sostegno ai 740 bambini di **Cuore di Coop** e ai 70 orfani di **Casa Matteo**, e hanno permesso ai bambini del Mozambico e del Guatemala di continuare il percorso educativo e formativo.

Ma c'è ancora tanto da fare. **Unicoop Tirreno** rinnova l'invito a sostenere questi importanti progetti che hanno acceso una luce di speranza in alcuni dei paesi più poveri del mondo.

romania mia

Tutti a casa a Bucarest, l'occasione per tanti minori romeni di trovare un futuro in patria.

La partecipazione di **Unicoop Tirreno** alla **Notte Bianca** di Roma 2007 ha dato i suoi frutti: un contributo di 50mila euro a sostegno del progetto di solidarietà **Casa di Seconda Accoglienza** a Bucarest. Nato dalla volontà dell'amministrazione capitolina e, in particolare dell'ex sindaco Walter Veltroni, di affrontare il problema della massiccia presenza di cittadini romeni nella Capitale come effetto dell'ingresso della Romania nella Comunità Europea a inizio 2007, il progetto **Ulisse** intende sostenere chi desidera ritornare o restare in Romania offrendo percorsi di inserimento in aziende che garantiscano una formazione sul campo e l'acquisizione di una professionalità. La Casa, aperta a novembre 2007 nel quartiere Baneasa, accoglie minori in difficoltà giunti in Italia senza famiglia o soli in patria, spesso fragili e facili vittime di violenze e sfruttamento.



Finora vi sono transitati una ventina di ragazzi per i quali rappresenta non solo un luogo, sia pur di passaggio, dove essere ospitati in attesa di destinazioni definitive, ma anche la possibilità di intravedere un futuro nella propria terra. Organizzazioni non governative di Bucarest e imprese italiane in loco offriranno, infatti, tirocini professionali

per l'inserimento lavorativo.

A prendersi cura dei ragazzi nella casa personale specializzato (educatori, assistenti sociali, psicologi) italiano e romeno mentre della gestione della Casa si occupa l'Assessorato alle Politiche Sociali del Comune di Roma che già offre accoglienza e sostegno ai romeni di Roma attraverso un circuito di centri dedicati e case di accoglienza attive sul territorio romano con cui la **Casa** di Bucarest sarà in rete.

dove lavorano mamma e papà

Giunge all'ottava edizione uno degli appuntamenti più apprezzati dai dipendenti della Cooperativa: la **Festa della Mamma e del Papà che lavora**. Quest'anno è stata organizzata **venerdì 23 maggio** presso la sede di Vignale e in sei punti vendita del Gruppo: l'Ipercoop romano di Via Casilina, i supermercati di Piombino-Salivoli, Viareggio e Velletri (Roma) e i due Incoop di Pieve Fosciana (Lucca) e Montefiascone (Viterbo). L'iniziativa,



ideata e promossa diciotto anni fa dal **Corriere della Sera**, nasce dal desiderio di far visitare ai bambini il luogo di lavoro dei genitori, avvicinare le famiglie e "umanizzare" l'ambiente lavorativo. A livello nazionale le adesioni da parte di aziende che decidono di aprire le porte ai figli dei dipendenti sono cresciute nel tempo. **Unicoop Tirreno** lo fa da otto anni con grande partecipazione sia dei genitori che dei piccoli ospiti.

amelia liberi noi

Il 23 aprile scorso al Teatro Comunale di Amelia (Terni) un'intera giornata dedicata alla lotta contro la mafia e al percorso verso il riscatto sociale e la legalità di terreni e beni confiscati a Cosa Nostra. Tra il pubblico gli studenti dell'Istituto Tecnico Commerciale "Einaudi" hanno assistito alla proiezione del film di Roberto Faenza **Alla luce del sole** e agli interventi, tra gli altri, di **Giuseppe Lumia** Vicepresidente della **Commissione Parlamentare Antimafia**, **Marco Caravella** della Cooperativa Placido Rizzotto (una delle cooperative siciliane che lavora sui terreni confiscati alla mafia) e **Massimo Lenzi** Direttore Politiche Sociali **Unicoop**



Tirreno. L'iniziativa ha avuto un seguito anche la sera con lo spettacolo teatrale **Il sole dietro le montagne** di Roberto Risica e Daniele Aristarco. Simile iniziativa a Velletri con "Pasta Libera per uomini liberi: La storia bella del grano, del vino, dell'olio e degli ortaggi del riscatto sociale: la giustizia che si fa economia", scritto e interpretato dall'attrice Marina Viganelli. Un toccante racconto e una mostra di foto e di prodotti provenienti dalle terre confiscate alla mafia per far conoscere la realtà di **Liberaterra**. L'iniziativa è stata organizzata dal Comitato Soci di Velletri. Le foto della mostra sono state concesse dall'**Arci** e da **Libera**.

Un toccante racconto e una mostra di foto e di prodotti provenienti dalle terre confiscate alla mafia per far conoscere la realtà di **Liberaterra**. L'iniziativa è stata organizzata dal Comitato Soci di Velletri. Le foto della mostra sono state concesse dall'**Arci** e da **Libera**.

roma per gioco

Si sono scervellati e non poco i soci che hanno partecipato all'incontro "giocosissimo" con Ennio Peres, uno dei più noti matematici e enigmisti italiani. Ovviamente non sono riusciti a "vincere" i giochi con i numeri che un Peres che ci tiene a definirsi "giocologo" ha sottoposto



alla loro attenzione, ma si sono comunque divertiti a scoprire i "trucchi" del mestiere di matematico. Alla realizzazione dell'incontro, svoltosi presso il Centro Soci e Consumatori di Roma, ha collaborato il Comitato soci di Colli Aniene.

roma, civitavecchia, quarto porta a porta

La raccolta differenziata dei rifiuti fatta porta a porta nella Capitale funziona, grazie anche all'impegno dei cittadini. Il confortante risultato è emerso dall'analisi dell'**Ama** (Azienda Municipalizzata Ambiente cui sono affidate a Roma la raccolta differenziata e quella indifferenziata) nel corso dell'iniziativa **Differenziati!**, organizzata dal Comitato soci di via Bettini per sensibilizzare i cittadini sul tema della raccolta differenziata e del riciclaggio. Intervenuti cinque Consorzi nazionali per il

riciclaggio: **Comieco** (carta e cartone), **Corepla** (plastica), **Cobat** (batterie al piombo), **Cial** (allumonio) e **Coou** (oli esausti). Anche a Civitavecchia (RM) e a Quarto (NA) si sono "differenziati" con incontri a tema sui vantaggi della raccolta differenziata e sullo smaltimento domestico dei rifiuti organizzati dai soci Coop e dal Comitato piazza Pulita di Civitavecchia e con un'esposizione di quadri a tema degli allievi della scuola media "De Filippo" promossa dal Comitato soci di Quarto.

civita castellana è qui la festa

Dal centro storico di Civita Castellana al forte Sangallo, sede del museo cittadino, fino al Castellaccio, sulle tracce delle tombe etrusche. Queste le tappe dell'itinerario che l'**8 giugno** compiranno i soci di Civita Castellana per celebrare la **Festa del socio** organizzata dalla Sezione soci Agro-Falisco (Comitato di Civita) che inizia alle 10 con la visita della

Città; alle 13 il pranzo in località Castellaccio, la cui quota di partecipazione sarà devoluta a un'associazione locale che si occupa di assistenza ai malati oncologici. Musica, animazione per bambini e buffet, invece, il **14 giugno** nel parcheggio del supermercato di Rignano Flaminio che festeggia il suo 25° anniversario.

l'ago del bilancio

Nonostante un bilancio non del tutto positivo, Unicoop Tirreno conferma la sua politica di convenienza e di contenimento dei prezzi.

Sempre dalla parte di soci e consumatori.

di Luca Rossi

«Il risultato di bilancio 2007 della Cooperativa testimonia le difficoltà di una parte del Paese per una situazione economica caratterizzata da fenomeni inflazionistici inusitati con una significativa crescita dei prezzi delle materie prime – dichiara **Marco Lami**, presidente di **Unicoop Tirreno** –. È stato un anno all'insegna di perduranti difficoltà per il mantenimento del potere d'acquisto dei consumatori e di un persistente clima di sfiducia nelle prospettive future del Paese. In questo contesto la scelta di **Unicoop Tirreno** è stata quella di difendere al massimo i soci e consumatori e ciò è testimoniato dal bassissimo livello di inflazione interna prodotta dalla Coop e dagli altri benefici corrisposti ai soci sia nella gestione commerciale che nel Prestito sociale. Oltre alla convenienza, inoltre, la scelta è stata quella di mantenere elevata la qualità dei prodotti venduti».

L'utile d'esercizio 2007 di **Unicoop Tirreno** è stato di 1 milione di euro mentre il risultato complessivo del Gruppo (supermercati, InCoop e IperCoop) è in perdita a causa essenzialmente delle maggiori difficoltà registrate nel canale IperCoop. Il risultato è stato conseguito nel corso di un altro anno difficile per la Grande Distribuzione. I consumi alimentari si sono ridotti per il terzo anno consecutivo ed è cresciuta ulteriormente l'attenzione ai prezzi. «L'obiettivo della Cooperativa nel 2007 – afferma **Leonardo Caporioni**, direttore pianificazione, amministrazione e controllo – è stato quello di potenziare le iniziative per offrire la maggiore convenienza possibile nei prezzi di tutti i giorni. È iniziata nei primi mesi del 2007 la politica del **Carrello della spesa** con la quale abbiamo rivisto il prezzo di migliaia di prodotti apportandovi, nella maggioranza dei casi, significative riduzioni».

La politica di convenienza non riguarda solo i prodotti industriali, ma anche e soprattutto i freschi (carni, ortofrutta, salumi e latticini, pane e latte) mentre si conferma

fondamentale il ruolo della qualità e della sicurezza alimentare. Il calo dei prezzi è peraltro ampiamente confermato dalla significativa riduzione (di oltre l'1 per cento) del margine lordo realizzato sulle vendite. «Coop non è rimasta inerte – continua Caporioni – perché ciò avrebbe significato trasferire interamente sui soci e consumatori gli effetti dei rincari. Abbiamo bloccato da settembre fino alla fine dell'anno i prezzi dei prodotti Coop pur in presenza di aumenti dei costi di acquisto. E, a fronte di significativi incrementi di prezzo da parte dei fornitori, abbiamo contenuto gli incrementi dei prezzi alla vendita di tante altre merceologie».

patrimonio di famiglia

La politica commerciale applicata, assicurando ai soci significativi vantaggi economici per la convenienza che ne è derivata, ha però inevitabilmente prodotto un calo dei margini conseguiti dai tre canali commerciali con un conseguente peggioramento del risultato di conto economico della gestione commerciale. La situazione finanziaria della Cooperativa si mantiene ancora su buoni livelli di liquidità dovuti alla solidità patrimoniale e all'elevata fiducia da parte dei soci. Gli utili finanziari conseguiti nel 2007 concorrono in modo significativo alla formazione del risultato di bilancio e derivano dall'impiego della liquidità eccedente che proviene dal Prestito sociale, realizzando interessanti rendimenti con costi di gestione contenuti. Nel primo quadrimestre del 2008 la Cooperativa ha confermato la politica di convenienza e contenimento dei prezzi e avviato il piano di miglioramento e di rilancio degli Iper. Bene la gestione finanziaria. «A fronte di risultati non positivi nel bilancio 2007 – conclude Marco Lami – deve dunque rimanere forte l'impegno al miglioramento di tutte le strutture del **Gruppo Unicoop Tirreno** come evidenziato negli obiettivi di preventivo 2008». ■

I VANTAGGI PER I SOCI

44,1 milioni di euro
da maggiore convenienza rispetto inflazione Istat e da più offerte promozionali

17,2 milioni di euro
da interessi corrisposti ai soci prestatori comparati con quelli offerti da altri operatori finanziari

4,3 milioni di euro
dalle attività sociali

GRUPPO UNICOOP TIRRENO AL 31 DICEMBRE

773.600 soci (+3,4%)

6.045 dipendenti

110 punti vendita

67,55% vendite a soci

1.412 milioni di euro
di Prestito sociale

1.163 milioni di euro di vendite

assemblee separate soci Unicoop Tirreno dal 3 al 27 giugno

n.	Sezione soci	giorno	data ora	città	luogo
1	Carrara	mercoledì	11 16,30	Avenza	Parrocchia Maria S.S. Mediatrice, via Villafranca
2	Versilia	giovedì	12 17	Viareggio	Sala Barsanti, Croce verde
3	Livorno	giovedì	5 17	Livorno	Circolo Arci "La rosa", via Ardenza, 99 (ingr. piazzale Coop)
4	Rosignano	lunedì	16 16,30	Rosignano	Sala Comunale conferenze, p.zza del Mercato
5	Cecina-Donoratico	mercoledì	18 17	Donoratico	Sala Arci, via Mazzini
6	S.Vincenzo-Venturina	mercoledì	4 16	Venturina	Sala CeValCO, via della Fiera, 3
7	Piombino	lunedì	9 16,30	Piombino	Teatro Metropolitan
8	Elba	martedì	10 16	Portoferraio	Sala della Provincia, viale Manzoni, 11
9	Follonica-Castiglione d.P.	mercoledì	11 16,30	Follonica	Centro Auser "I tre Saggi", via Nenni
10	Colline Metallifere	mercoledì	18 16,30	Scarlino Scalo	Sala Auser, via Matteotti, 25
11	Grosseto	lunedì	16 16,30	Grosseto	Sala Eden, Bastione Garibaldi - Mura Medicee
12	Civitavecchia	mercoledì	11 17	Civitavecchia	Sala Compagnia Portuale, via XXIV Maggio, 2
13	Viterbo	mercoledì	18 17,30	Viterbo	Teatro San Leonardo, via Cavour
14	Roma Largo Agosta	lunedì	16 17	Roma	Sala Parrocchia S.S. Sacramento, largo Agosta, 10
15	Roma-Colli Aniene	giovedì	5 17	Roma	Parrocchia Sacro Cuore, via Battista Bardanzellu
16	Roma-Laurentino	martedì	3 17	Roma	Sala Parrocchia S. Mauro, via Saponi, 10
18	Roma Nord	giovedì	12 17	Roma	Sala Parrocchia S. Maria d. Speranza, p.zza A. Fradeletto, 15
19	Casilina	giovedì	5 17,30	Frosinone	Hotel Henry, via Piave
20	Pontina	mercoledì	18 17,30	Terracina	Ristorante pizzeria "Paradiso", via Calcatore
21	Etruria	venerdì	6 17	Tarquinia	Sala Centro Socio Riabilit.vo "L.Capotorti", via delle Torri
22	Irpinia	lunedì	9 17,30	Avellino	Centro Samantha della Porta, via Morelli e Silvati
23	Area Vesuviana	lunedì	16 17	Castellammare d.S.	Salone delle terme, viale delle Terme, 3/5
24	Castelli romani	venerdì	6 17	Pomezia	Centro Comm. "Sedici Pini", via del Mare, Km 18,6
25	Valnerina	venerdì	6 17,30	Amelia	Sala Boccarini
26	Paglia-Vulsinia	mercoledì	11 21	Allerona	Sala Polivalente Allerona Scalo
27	Agro Falisco	giovedì	12 17,30	Fonte Nuova	Sala Parrocchia Gesù Maestro, via Nomentana
28	Cimini	mercoledì	4 17,30	Soriano nel Cimino	Sala Consiliare, c/o Comune
29	Est Maremma	mercoledì	4 17	Roccatederighi	Centro Civico, via Roma
30	Costa d'Argento	giovedì	5 17	Porto S. Stefano	Sala "Gasparrini", Parrocchia Immacolata al Valle
	Ass. Gen. Delegati	venerdì	27 10	Vignale Riotorto	Sede Unicoop Tirreno

Ordine del Giorno:

1. Approvazione del bilancio chiuso al 31 dicembre 2007: deliberazioni relative;
2. Conferimento incarico di certificazione del bilancio e revisione contabile per il triennio 2008-2010: determinazione delle condizioni economiche;
3. Determinazione in ordine alla composizione del Consiglio di Amministrazione, ai sensi dell'articolo 43 dello Statuto Sociale.

Alle assemblee hanno diritto di voto i soci iscritti nel libro soci da almeno 3 mesi.

Il programma è riferito alla 2.a convocazione, poiché per rendere valida la 1.a (prevista per il giorno precedente, stesso luogo alle ore 7,30) è necessaria la presenza in assemblea della metà più uno dei soci della Sezione.

Ogni assemblea separata elegge il proprio delegato per l'assemblea generale.

la vetrina dei soci in forma con Coop

SPETTACOLI

Massa Marittima

**Lirica in Piazza
(XXIII edizione)**



Sconto soci del 10% sui biglietti di ogni ordine ad esclusione dei posti ridotti.

Prevendita presso le biglietterie Box Office nei supermercati di Viareggio, Avenza, Livorno v. Settembrini, Chiosco Livorno (Fonti del Corallo), Rosignano, Cecina, Follonica.

3 e 5 agosto ore 21,15

TURANDOT

Dramma lirico in 3 atti. Libretto di Simoni-Adami, Musica di G. Puccini
Nuovo allestimento

4 e 6 agosto ore 21,15

NABUCCO

Dramma lirico in 4 parti. Libretto di Solera, Musica di G. Verdi
Nuovo allestimento

Info

0566913714-913736-902289-902010

lirica@comune.massamarittima.gr.it

www.comune.massamarittima.gr.it

VACANZE

Firenze - Campi estivi

A giugno, luglio o agosto

Villaggio Il Mastio a Diacceto (FI)

Gioco e scoperta full immersion nella natura (Avventura); corso di lingua inglese tra giochi e attività nella natura (English); approfondimento della conoscenza della lingua tra gioco e natura (Special English) per ragazzi dagli 8 ai 14 anni.

Avventura (8-13 anni): 15-28/6; 29/6-12/7; 13-26/7; 27/7-9/8. Costo per i soci Coop: euro 770 anziché 920.

English (8-11 anni): 15-28/6; 27/7-9/8. Costo per i soci Coop: euro 830 anziché 980.

English (8-14 anni): 29/6-12/7; 13-26/7. Costo per i soci Coop: euro 830 anziché 980.

Special English (11-14 anni): 15-28/6; 29/6-12/7; 13-26/7; 27/7-9/8. Costo per i soci Coop: euro 880 anziché 1.040.

In collaborazione con LEGAMBIENTE Lombardia, WWF Svizzero e British Institutes.

Nel periodo 27/7-9/8 la struttura potrà ospitare ragazzi celiaci: il personale di cucina ha seguito un corso tenuto dall'Associazione Italiana Celiachia.

È possibile raggiungere la struttura per proprio conto o in alternativa utilizzare un servizio in treno da Roma Termini con accompagnatore per un gruppo minimo di 5 partecipanti al costo di 50 euro.

Info

Uffici 026100066-3356052898

Villaggio 0558326738

mastio@mastio.it - www.mastio.it



382 iscritti tra Follonica, Piombino, Massa Marittima, Campiglia e Cecina, quasi esclusivamente donne, età media 49,4 anni. È tutto in positivo il bilancio della prima stagione (2007-08) di **Coop in forma**, i corsi di fitness per i soci Coop che, alla luce di questo risultato, si ripropongono per la prossima stagione riconfermandosi nelle stesse località e in altre nuove, dalla provincia di Roma a quella di Viterbo, dalla zona costiera di Livorno alla provincia di Grosseto con un salto anche in Umbria. Almeno 10-15 ulteriori attivazioni nel 2008-09 tra Toscana e Lazio. Saranno incrementate le arti marziali e i corsi per bambini. I soci interessati possono chiamare il **Filo Diretto di Unicoop Tirreno 800-861081** e lasciare i loro dati per essere poi contattati al momento dell'apertura delle iscrizioni ai corsi.

a me gli occhi



Se hai bisogno di misurare la vista e sei socio di **Unicoop Tirreno** puoi risparmiare sulla visita oculistica. Per adesso è possibile solo a Venturina, Piombino e Follonica presso gli studi del dott. Diego Olzi*, medico chirurgo specialista in oftalmologia e microchirurgia oculare, che ha sottoscritto la convezione con **Unicoop Tirreno**. Lo sconto per i soci è tutt'altro che trascurabile: una visita medica oculistica così come l'esame del campo visivo e la topografia corneale costano al socio 64 euro anziché 80, una riduzione del 20 per cento su tutti gli approfondimenti diagnostici e i trattamenti specialistici. Ed è sufficiente presentare la carta **SocioCoop** al momento della prenotazione.

Gli studi del dott. Olzi:

VENTURINA - via Dante Alighieri, 6 - tel. 3474213874

PIOMBINO - via Antonio da Piombino, 13 - tel. 3474213874

FOLLONICA - Centro Medico Galileo - tel. 056645125

Sconti del 20 per cento anche sugli acquisti di occhiali da vista e da sole e articoli da regalo nei negozi **Ottica Olzi** di Piombino (c.so Italia 48 a/b, tel. 0565220393), Cecina (c.so Matteotti 137, tel. 0586635195), Venturina (v. Indipendenza 178, tel. 0565853111). Basta presentare la carta **Sociocoop** al momento del pagamento.

*Il dott. Olzi si è specializzato in Oftalmologia nel 2005 presso l'Università Campus Bio-Medico di Roma. È coautore di 8 pubblicazioni su riviste internazionali, 3 su riviste nazionali e di 14 presentazioni a congressi nazionali e internazionali. Dal gennaio 2006 collabora alle attività cliniche e scientifiche della Fondazione G.B. Bietti di Roma.

sei piccoli grafici

Dall'Istituto "Einaudi" di Grosseto a Unicoop Tirreno per uno stage nel Settore Comunicazione. L'esperienza "sul campo" di sei ragazzi che da grandi vogliono fare i grafici.
di Rita Nannelli

«Bella, costruttiva, nuova, divertente, all'altezza delle aspettative... La pratica dopo la teoria imparata a scuola che ci ha dimostrato che ciò che i professori ci insegnano serve». Così, all'unisono, hanno commentato le due settimane di **stage** presso il Settore Comunicazione istituzionale aziendale di **Unicoop Tirreno**, ad aprile, sei ragazzi della III A dell'Istituto grafico pubblicitario "L. Einaudi" di Grosseto. Obiettivo dello **stage** conoscere le attività di comunicazione di **Unicoop Tirreno** e, in particolare, elaborare un manifesto per un'iniziativa Coop, simulata, di beneficenza – vendita di magliette del commercio equo-solidale – durante il concerto del primo maggio a Roma. Otto ore di "lavoro" giornaliero tra lezioni, esercitazioni, attività di gruppo per conoscere gli elementi salienti di un manifesto e del linguaggio pubblicitario in generale, per elaborare un piano di comunicazione dell'iniziativa attraverso giornali, radio, affissioni (a cura del Marketing operativo di **Unicoop Tirreno**), per imparare a stampare un manifesto.

banco di prova

La presentazione finale del "prodotto" dei sei grafici in erba ha soddisfatto tutti, gli "insegnanti" di Coop e la scuola: **Tutti insieme solidalmente** scritto su tante mani colorate che rappresentano la solidarietà e insieme la folla del concerto. Ma durante lo **stage** i ragazzi dell'"Einaudi" hanno imparato anche che cos'è e come funziona l'Ufficio stampa di una grande azienda, le relazioni che tiene con giornali, televisioni, radio, agenzie di stampa e come si fa un invito stampa per un'occasione speciale.

«Un'esperienza senza dubbio positiva che rientra nel progetto del Ministero della Pubblica Istruzione di alternanza scuola-lavoro – dichiara **Antonio Scarduzio**, professore di Arte della fotografia e della grafica pubblicitaria dell'Istituto "Einaudi" –. Un progetto di grande valore che permette ai ragazzi di verificare "sul campo" le loro conoscenze mettendo insieme più materie e ambiti, la creatività che serve nel mestiere di grafico, ma anche la capacità di gestione economica di un progetto. È la prima volta che il nostro Istituto viene coinvolto e speriamo che l'esperienza si ripeta anche l'anno prossimo». Lo sperano anche i ragazzi che alla domanda "Ripetereste quest'esperienza e la consigliereste ad altri?" hanno risposto un sì corale aggiungendo che non sarebbero più voluti andare via.

E alla domanda di rito che cosa volete fare da grandi, altra risposta corale: "il grafico". Quando si dice avere le idee chiare.



giugno 2008



SCEGLI IL CARRELLO.

Risparmia ogni giorno sulla tua spesa di sempre.

Il Carrello della Spesa è una garanzia di risparmio quotidiano.

Ogni giorno, Unicoop Tirreno ti offre al miglior prezzo sul mercato una serie di prodotti necessari per la tua spesa: prodotti freschi, prodotti a marchio Coop e di marche leader. Tutti selezionati e tutti a qualità garantita. In questo modo la convenienza non viene limitata a poche offerte, ma comprende tutti i prodotti del Carrello. È un nuovo modo di risparmiare che solo Unicoop Tirreno sa darti, per venire davvero incontro alle tue esigenze di risparmio e di sicurezza.



OFFERTE VALIDE DAL 1 AL 15 GIUGNO

HAMBURGER DI TACCHINO
ALLE ERBETTE
AMADORI

480 g
il kg



MASSIMO
3 cont.
PER OGNI CARTA

€ 5,94

prezzo per i non soci € 9,90

POMODORO ROSSO A GRAPPOLO
2,5 kg

SCONTO
30%
ALLA CASSA

MASSIMO
12 cont.
PER OGNI CARTA



VERDESCA A FETTE
ALLOGEL

1 kg



MASSIMO
5 cont.
PER OGNI CARTA

€ 4,70

BARATTOLINO
SAMMONTANA
gusti assortiti
500 g

MASSIMO
10 cont.
PER OGNI CARTA
FRA I VARI GUSTI



€ 2,19

il kg € 4,38

NETTARE YOGA
albicocca/pera/pesca
1 litro x 6

MASSIMO
4 cont.
PER OGNI CARTA
FRA I VARI GUSTI



€ 4,90

il litro € 0,82

DASH LAVATRICE
profumazioni assortite
4 litri x 2

IN OMAGGIO
2 LAMPADINE
A BASSO CONSUMO
REGALATE DA ENEL



€ 11,80

il litro € 1,48

LETTINO MARE
PIEGHEVOLE CON PARASOLE
in alluminio
5 posizioni



€ 16,90

VIDEOCAMERA FLASH MEMORY CAM
SAMSUNG Mod. VP-MX10
800.000 pixel CCD - Monitor LCD 2,7" Wide
Zoom ottico 34x - Stabilizzatore digitale
di immagini (EIS)
Formato MPEG4 ASP
1GB SD card
SDHC/MMC+



€ 189,00

OFFERTE VALIDE DAL 16 AL 30 GIUGNO

**BOVINO ADULTO MACINATO SCELTO
CONFEZIONE FAMIGLIA**
il kg

MASSIMO
3 cont.
PER OGNI CARTA



€ 4,90

ALBICOCCHIE
2 kg

MASSIMO
12 cont.
PER OGNI CARTA

SCONTO
30%
ALLA CASSA



**MORTADELLA
GRANDI SAPORI TOSCANI
BEHELLI**
1,5 kg

MASSIMO
10 pezzi
PER OGNI CARTA



€ 5,39

il kg € 3,59

**MOZZARELLA FRESCA
VALLELATA GALBANI**
200 g x 4

MASSIMO
8 cont.
PER OGNI CARTA



€ 4,59

il kg € 5,74

**PASTA DI SEMOLA
DE CECCO**
5 kg

SCONTO
40%

MASSIMO
2 cont.
PER OGNI CARTA



€ 6,90

il kg € 1,38

prezzo per i non soci € 11,50

CONDI RÌ NERI
in olio di girasole
1 kg

MASSIMO
6 pezzi
PER OGNI CARTA



€ 3,90

CIABATTA MARE UNISEX FILA
modelli e colori assortiti



€ 8,90

**SEDIA PIEGHEVOLE
IN METALLO**
colori assortiti



€ 5,50

ECCO IL NOSTRO CONTRIBUTO A UNA SANA ECONOMIA FAMILIARE.



COOP TAGLIA IL PREZZO DEL PANE:
DIAMO VALORE ALLE COSE BUONE.

coop
Unicoop Tirreno

il comune senso del sudore

Varia nel corso della vita, dipende da cause genetiche e ormonali, è indispensabile per regolare la temperatura corporea, ma quando è troppo è troppo. Il sudore, che per molti è un vero problema di convivenza.

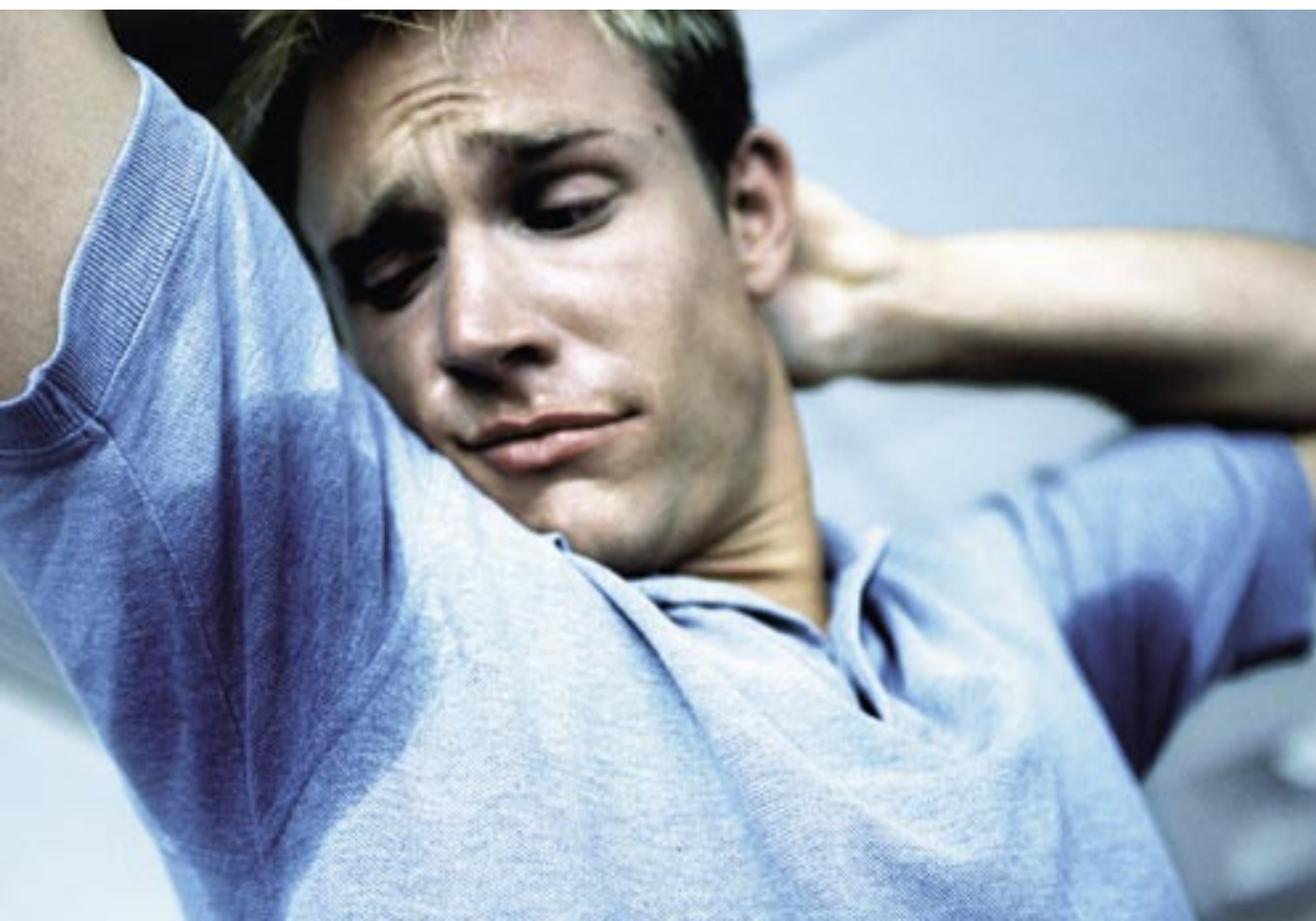
di Barbara Bernardini

In gergo tecnico si chiama **perspiratio sensibilis**, termine fin troppo gentile per il fenomeno molto terreno, concreto e spesso poco piacevole a cui si riferisce: la sudorazione, d'estate più attiva che mai per contrastare le temperature elevate. Le circa tre milioni di ghiandole sudoripare sparse sul nostro corpo, infatti, hanno essenzialmente la funzione di raffreddare la pelle e il sangue, mantenendo la temperatura corporea costante tra i 36 e i 37 gradi. Ma per chi suda già molto in inverno questo è senza dubbio il periodo dell'anno più terribile, perché la sudorazione di fatto non si può controllare e sono frequenti le condizioni in cui può creare disagio a cominciare, naturalmente, dal cattivo odore.

cattivi odori

«Questo fenomeno si chiama bromidrosi – spiega **Corinne Rigoni**, specialista in dermatologia e presidente dell'**Associazione Donne Dermatologhe Italiane** – ed è molto diffuso. Esiste una predisposizione soggettiva su base ormonale e genetica, ma il cattivo odore è causato principalmente dall'azione di alcuni batteri e miceti che colonizzano la pelle e che degradano il sudore in sostanze maleodoranti». È indispensabile, dunque, per controllare il problema mantenere la pelle più asciutta possibile utilizzando capi di abbigliamento leggeri e in fibra naturale, curare al massimo la propria igiene ed eventualmente utilizzare prodotti adeguati reperibili in commercio. «Ci sono, però, situazioni, fortunatamente piuttosto rare, in cui il problema della bromidrosi non si risolve

salute



– continua Rigoni – ed è bene rivolgersi a uno specialista in dermatologia che sarà in grado di stabilire anche se il problema può essere collegato ad altre patologie non diagnosticate». La tendenza alla bromidrosi varia sorprendentemente anche nel corso della vita: gli adolescenti, ad esempio, ne soffrono di più, a causa dello sconvolgimento ormonale in atto durante la pubertà, momento in cui si attivano anche le ghiandole sudoripare.

puzza via

Ma oltre al problema del cattivo odore la sudorazione può creare situazioni davvero imbarazzanti e insopportabili, soprattutto quando è eccessiva. «Tutti noi abbiamo zone specifiche in cui sudiamo di più, come le mani, le ascelle, la pianta del piede, la fronte, in queste aree la concentrazione delle ghiandole sudoripare è maggiore – afferma Rigoni –, ma ci sono persone con il sudore abbondante in tutto il corpo, in particolare in situazioni di temperature elevate o di stress emotivo. Questo problema si chiama iperidrosi». Un fenomeno relativamente comune che oltre a essere molto fastidioso e, diciamo, antiestetico, crea problemi in chi si dedica a lavori di precisione utilizzando le mani, come musicisti, orafi ecc. Il sudore nelle mani può ridurre, infatti, la prensilità delle dita, per non parlare dei problemi ai piedi per chi deve portare scarpe chiuse per lavoro. L'iperidrosi si può affrontare con gli stessi accorgimenti usati per la prevenzione del cattivo odore, coprendosi il meno possibile, rinfrescandosi spesso e usando fibre naturali: inoltre si possono usare prodotti a base di sali di alluminio con funzione astringente e anti-sudore.

Fortunatamente dalla scienza arriva qualche soluzione più incisiva per arginare la sudorazione. «Si va dalla ionoforesi all'agopuntura, utile soprattutto per l'iperidrosi scatenata dall'emotività, ma la vera rivoluzione è data oggi dall'impiego in questo campo della tossina botulinica, la stessa sostanza utilizzata contro le rughe», chiarisce Rigoni.

goccia a goccia

Ebbene sì, la tossina botulinica, iniettata localmente nelle aree maggiormente interessate dal fenomeno della sudorazione, induce la paralisi temporanea delle ghiandole sudoripare, un effetto che può durare fino a un anno. In questo modo il sudore

si riduce drasticamente. Esiste anche un approccio deciso all'eccessiva sudorazione che viene normalmente riservato ai rari casi in cui l'iperidrosi sia davvero insopportabile: con un bisturi o un laser vengono praticate minuscole incisioni nella zona da trattare e attraverso una sottile cannula vengono asportate le ghiandole sudoripare, così ci si libera per sempre del problema sudore in alcune zone. Ma non va dimenticato che la sudorazione è una funzione essenziale del nostro corpo e che può anche diventare estremamente benefica. «Il corpo è anche una modalità di escrezione di sostanze di scarto del metabolismo, oltre che un mezzo di raffreddamento – conclude Rigoni –. Ecco allora il ruolo benefico attribuito alla sauna e al bagno turco per "disintossicare" l'organismo, a patto però che il ricorso al sudore benefico sia fatto con cognizione di causa e con attenzione alle possibili patologie per le quali la sauna è controindicata come l'ipotensione o i problemi vascolari».

ACQUA E SALE

Il sudore viene secreto da piccole ghiandole cosparse su tutto il corpo umano – in tutto circa 3 milioni distribuite in modo eterogeneo – ed è composto per il 99 per cento da acqua mista a sali minerali come il sodio, il potassio, lo ione fosfato. È indispensabile per regolare la temperatura del corpo ed ecco perché durante l'attività fisica si suda moltissimo. La sudorazione giornaliera va da circa 0,5 ad un massimo di 10 litri di sudore in condizioni estreme, e, dato che il sudore porta con sé preziosi minerali, è bene soprattutto d'estate e in caso di aumentata sudorazione integrare le perdite idriche con abbondante acqua e – se servono – con integratori salini.

DALLA TESTA AI PIEDI

I problemi legati alla sudorazione.

Alterazioni topografiche della sudorazione: sudore concentrato in determinate aree, generalmente le mani, le ascelle e la pianta del piede.

Alterazioni qualitative del sudore: bromidrosi, caratterizzata da sudorazione maleodorante; cromidrosi, fenomeno piuttosto raro in cui il sudore assume una colorazione bluastra dovuta alla presenza del pigmento lipofusina.

Alterazioni quantitative del sudore: iperidrosi, sudorazione profusa e incontrollabile, soprattutto in presenza di elevate temperature o stress emotivo; anidrosi, estrema scarsità di sudore.

PELO E CONTROPELO

L'evoluzione della specie in una ghiandola.

Incredibile ma vero, la comparsa delle ghiandole sudoripare è stato uno dei momenti cruciali nell'evoluzione umana. Quando lo sviluppo del cervello e delle abilità cognitive ha superato una certa soglia, gli antenati degli attuali esseri umani hanno iniziato a intraprendere attività complesse come la caccia e gli spostamenti. Ciò ha richiesto la perdita quasi completa della peluria corporea che faceva somigliare i nostri antenati alle attuali scimmie antropomorfe e l'evoluzione di una pelle liscia e cosparsa di ghiandole sudoripare in grado di mantenere la termoregolazione. La peluria ostacola la refrigerazione indotta dal sudore: anche oggi, infatti, le popolazioni dei climi tropicali ed equatoriali mostrano una pelle liscia e compatta mentre nei climi freddi e temperati gli esseri umani sono in media un po' più pelosi.

salute sani & salvi

male lingue

Imparare una lingua straniera è un'impresa difficile e anche quando ci riesce alla perfezione il nostro cervello continua a sapere esattamente quale sia la nostra lingua nativa. Uno studio, tutto italiano, ha scoperto che le aree del cervello che si attivano quando si parla la madrelingua sono in parte diverse e più estese di quelle usate per parlarne un'altra. Intorno ai cinque anni di età il cervello distingue la seconda lingua come non-propria, perciò è bene avviare i bambini allo studio delle lingue il più precocemente possibile.

fatto ad arto

Il prestigioso Karolinska Institute in Svezia ha stabilito che le persone affette da artrite reumatoide possono trarre vantaggio dal seguire una dieta vegana, una dieta senza glutine e proteine costituita esclusivamente da alimenti vegetali. Un'alimentazione – caldamente sconsigliata dai nutrizionisti perché sbilanciata – che può portare giovamento a chi soffre di artrite limitando il rischio di malattie cardiovascolari.

buon Prozac

Dopo anni di sperimentazione alcuni medicinali rivelano effetti disastrosi sull'organismo, altri invece regalano vere e proprie sorprese. È questo il caso del **Prozac**, una compressa utilizzata per il trattamento dei disturbi psichici. Secondo una ricerca della Scuola Normale Superiore di Pisa questo farmaco è in grado di ringiovanire il cervello, ristabilendo tra le cellule cerebrali le connessioni perse a causa di una malattia o dell'invecchiamento. Quest'effetto, riscontrato nei topi, promette in futuro nuove applicazioni del farmaco anche per gli esseri umani.

ABCibo di Eugenio Del Toma



mangia meglio che ti passa

O si cerca di mangiare e vivere meglio o ci toccherà ripiegare sugli integratori vitaminici.



L'eccessivo ricorso ai pasti pretrattati col calore e poi nuovamente riscaldati, l'uso di cibi raccolti prima della maturazione o conservati per mesi, la monotonia del monopiatto o degli **snack** reperibili in prossimità del posto di lavoro riducono l'apporto vitaminico a livelli non di rado inferiori alle raccomandazioni ufficiali.

Tutto ciò non provoca malattie ma è causa di carenze vitaminiche corresponsabili di un ridotto rendimento psico-fisico e della perdita di quel senso di benessere che è alla base del piacere di vivere. Senza contare che alcune vitamine (come la C, la E o gli stessi precursori della vitamina A) stanno riscuotendo grande interesse per le loro doti "antiossidanti", che difendono dai "radicali liberi" responsabili di aggravare l'usura delle cellule e attentare alla loro longevità.

Dunque, o si mangia e si vive meglio oppure i supplementi vitaminici diventano un ripiego coerente e opportuno. Non è da sottovalutare neppure l'allarme rilanciato poco tempo fa dall'autorevole quotidiano londinese **Daily Telegraph** e poi ingigantito dai **mass media**, sui pericoli di una continua supplementazione di integratori vitaminici non prescritti dai medici ma suggeriti da una pubblicità non proprio disinteressata.

Il **business** degli integratori e degli alimenti medicalizzati coinvolge un mercato enorme e tuttora in espansione, sul quale convergono gli interessi congiunti dell'industria farmaceutica e di quella alimentare. Raramente la stampa o la Tv informano i consumatori del fatto che un eccesso di vitamine liposolubili (A, D, E, K) non può essere smaltito con la stessa facilità con cui si elimina un'inutile superdose di vitamine idrosolubili (C, complesso B). Viceversa, le vitamine assunte con gli alimenti o da complessi polivitaminici completi ed equilibrati si sono dimostrate utili per il miglior funzionamento della nostra macchina metabolica. Ovviamente né le vitamine né i minerali possono controbilanciare i danni delle sigarette, della sedentarietà o degli errori dietetici: ad essere determinante è lo stile di vita, di cui la corretta alimentazione rappresenta un aspetto fondamentale.

a cura di Coop

Quando un farmaco (col marchio Coop) costa due euro mentre i prodotti equivalenti, se non proprio identici, costano più del doppio, i motivi per cui si parla tanto di questo farmaco sono semplici: i consumatori e le famiglie italiane trovano la convenienza senza rinunciare a nulla sul piano della sicurezza e della qualità. Detta in altro modo è semplicemente la Coop che fa il suo mestiere e ribadisce per l'ennesima volta quello che è il suo semplice obiettivo: tutelare il potere d'acquisto offrendo nel contempo qualità e sicurezza dei prodotti.
di Dario Guidi

Coop è stata la prima catena della Grande Distribuzione in Italia a entrare nel settore dei farmaci. Ora lancia una nuova sfida con il primo farmaco a marchio Coop. «Quanto è successo con la parziale liberalizzazione nella vendita dei farmaci da banco – spiega il presidente di **Ancc-Coop Aldo Soldi** – è sotto gli occhi di tutti. I prezzi sono calati per tutti i cittadini di almeno l'11 per cento senza che ci sia stato nessuno di quei fenomeni negativi che qualcuno aveva adombrato all'inizio: i consumatori hanno comprato solo ciò di cui avevano bisogno, senza nessuna corsa all'accaparramento e il sistema delle farmacie tradizionali non ha subito danni. Inoltre la professione di farmacista svolta nei supermercati non ha subito alcuno svilimento, e anzi l'apertura di 1.200 parafarmacie (di cui solo 80 sono quelle Coop) ha dato lavoro a tanti giovani. Ora, con il nostro primo farmaco a marchio, la sfida si sposta sul terreno della produzione e il beneficio per il consumatore può essere ancora più consistente come dimostra il prezzo con cui siamo usciti che, lo ricordo, è un prezzo che contiene anche la nostra percentuale di utile».

Da qui la proposta formalmente avanzata da Coop al Governo e al nuovo Parlamento per rilanciare le liberalizza-

prodotto Coop



zioni partendo proprio dal capitolo farmaci. «Quello che chiediamo – spiega ancora Soldi – è di aprire un tavolo di confronto per far sì che un numero sempre più ampio di consumatori possa beneficiare di risultati che, sui farmaci, sono sotto gli occhi di tutti e che in altri paesi sono realtà da anni. I consumatori in Italia stanno come stanno, e dunque crediamo che tutto ciò che si può fare per tutelare il loro potere d'acquisto vada fatto».

in buona salute

Coop non ha avanzato proposte precise, proprio per favorire un confronto aperto, che valuti soluzioni diverse anche sulla base delle esperienze degli altri paesi. Ricordiamo che in alcune situazioni la vendita dei farmaci avviene addirittura senza la presenza del farmacista. Altra strada potrebbe essere, invece, quella di ampliare la gamma dei farmaci vendibili. Esistono poi soluzioni intermedie come quella di un farmacista responsabile di più punti vendita. L'importante è che il confronto parta e finisca nell'agenda del governo.

Del resto anche le associazioni di consumatori insistono nel riproporre questi temi.

«L'iniziativa Coop sul farmaco a marchio – spiega il presidente di **Adiconsum Paolo Landi** – è una scelta giusta che conferma la caratterizzazione in termini sociali di una grande struttura commerciale, come già avvenne per il latte in polvere. Il problema è abbattere le rendite di posizione nei diversi settori, in questo caso affrontando il problema proprio sul piano della produzione. In generale sul tema delle liberalizzazioni c'è senz'altro da andare avanti, evitando però misure demagogiche, ma partendo dai dati di fatto e dall'esperienza di questi anni. Perché sicuramente sui farmaci le cose hanno funzionato meglio che in altri settori. Ad esempio sulla telefonia fissa la gente è nauseata dai comportamenti scorretti delle compagnie. Nella telefonia mobile i gestori hanno già recuperato dopo il taglio dei costi di ricarica. Anche nel campo dell'energia elettrica si stanno diffondendo pratiche sleali e scorrette. Dunque, liberalizzazione non sempre significa passi in avanti. Il tema delle regole e dei controlli è decisivo. E non sempre affidarsi al privato vuol dire andar meglio che col pubblico. Liberalizzazione vuol dire che ci deve essere davvero maggior concorrenza e dunque non bastano slogan».

effetti collaterali

Sullo specifico dei medicinali Landi, vista la presenza del farmacista nei punti vendita, propone la vendita dei farmaci con ricetta e auspica anche siano rivisti i vincoli sulla distribuzione delle farmacie sul territorio: «Se per le zone rurali o di montagna è comprensibile che ci siano criteri per garantire un servizio a tutti i cittadini – spiega Landi – nelle aree urbane e nelle grandi città credo che la concorrenza possa essere incentivata, superando vincoli legati a distanze e numero di abitanti».

Sulla stessa lunghezza d'onda è **Rosario Trefiletti**, presidente di **Federconsumatori**: «Una nostra indagine dimostra e conferma la riduzione dei prezzi che c'è stata tra i farmaci da banco, con un beneficio di 20 euro all'anno per famiglia. Ci sentiamo protagonisti nell'aver sostenuto quest'apertura del mercato che ora ha portato Coop a influire anche sulla produzione. L'auspicio è che il nuovo Governo prosegua sul cammino già avviato nella scorsa legislatura con i provvedimenti Bersani. Anche perché se si estendesse l'autorizzazione alla vendita dei farmaci di fascia C con obbligo di prescrizione nelle parafarmacie e nella Grande Distribuzione il vantaggio annuo per le famiglie arriverebbe a 40 euro. Noi poi chiediamo anche che si spinga per la promozione dei farmaci equivalenti, che in Italia rappresentano appena il 10 per cento della spesa complessiva contro il 30 per cento europeo, e per la messa in produzione dei farmaci monouso». ■

LA PRESA DELLA PASTIGLIA

Sin dai primi giorni di vendita è stato davvero notevole il successo dell'acido acetilsalicilico più acido ascorbico Coop, il primo farmaco a marchio Coop che serve a curare stati febbrili, raffreddamenti, dolori articolari, con una composizione identica a quella di più noti farmaci di marca come il Vivin C. Ricordiamo che il farmaco Coop viene venduto al prezzo di 2 euro la confezione da 20 pastiglie effervescenti. Questo successo conferma così l'attenzione e la sensibilità dei consumatori su un versante di spesa che tocca inevitabilmente tutte le famiglie.

Coop, intanto, ha già annunciato che intende proseguire su questa strada con una serie di nuovi prodotti e con l'obiettivo di avere disponibili entro il 2009 una decina di referenze. Sul piano strettamente farmaceutico il prossimo prodotto sarà il paracetamolo, ovvero lo stesso principio attivo presente in farmaci come Tachipirina o Efferalgan, cioè analgesici e antipiretici che servono a contrastare gli stati febbrili, cefalea, mal di denti, dolori muscolari, dolori osteo-articolari e dolori mestruali. Gli altri prodotti cui sta lavorando Coop sono invece integratori vitaminici, la cui diffusione e consumo stanno crescendo rapidamente negli ultimi anni.

palestra di vita

dossier



Siamo diventati un popolo di sportivi da palestra, di corridori da **tapis-roulant** e di ciclisti da **spinning**. Basta guardare qualche cifra: 7mila palestre, il più alto numero in Europa, almeno 40mila gli istruttori che ci lavorano, il numero delle persone che praticano ginnastica, aerobica e **fitness** in genere

ha raggiunto e superato i praticanti del calcio, passione italiana per eccellenza. Nel 2007 – con l'economia in frenata – il giro d'affari del cosiddetto **wellness** che comprende palestre private e centri benessere è cresciuto del 5 per cento.

costi quel che costi

Ma di quali cifre stiamo parlando? Il calcolo è difficile perché si va dalla pratica sportiva al benessere, dall'abbigliamento all'alimentazione: «Consideriamo solo il giro d'affari delle iscrizioni alle palestre – risponde **Gabriele Brustenghi**, patron del **Festival del fitness** che si è svolto a maggio a Firenze – partendo da una media di 500 euro all'anno per iscritto e moltiplichiamo questa cifra per 8 milioni di tessere». Insomma, parliamo di una cifra che si aggira intorno ai 3 miliardi di euro. Si calcola – aggiungendo le spese per attrezzature, abbigliamento, integratori, alimenti, cosmetici – che ciascun italiano coinvolto nel mercato del **fitness** “investa” sul proprio corpo 1.400 euro annui. «La palestra, infatti, non è più solo un luogo dove soffrire per bruciare calorie, ma un luogo di socialità e di incontro. L'aspetto della qualità della vita è diventato prioritario. Non si fa più attività fisica solo per essere belli o dimagrire, ma soprattutto per stare bene», spiega Brustenghi. In ogni palestra spuntano bar, sale **relax** in cui si ascolta musica e si sorseggiano tisane conversando.

a fin di bene

La situazione normativa, però, è insufficiente e ancora inadeguata ad affrontare un fenomeno così in espansione. «Non esistono leggi che impongano in modo restrittivo la presenza di personale qualificato all'interno di palestre private – afferma **Franco Biavati**, dirigente **Uisp** e presidente discipline orientali –. O meglio, le leggi che impongono la presenza costante

Palestra, abbigliamento e attrezzi, cosmetici, integratori.

Per essere belli, giovani e atletici gli italiani non badano a spese.

Ma perché lo sport sia un elisir di lunga vita va praticato con continuità e moderazione... e prima consultare il medico.

di Silvia Fabbri

all'interno delle strutture di un diplomato **Isef** ci sono anche a livello regionale, ma le scappatoie sono possibili: è sufficiente che una palestra si appoggi a un ente di promozione sportiva ed ecco che il problema del personale qualificato è superato. Il fatto è che i fondi pubblici in Italia vengono investiti soprattutto sullo sport competitivo e non sul settore – importantissimo e strategico – della prevenzione, della salute e dello sport come socialità, come diritto di cittadinanza». Tuttavia fare sport è necessario, migliora la qualità della vita, allontana le malattie, abbassa pressione arteriosa e colesterolo, è un **elisir** di lunga vita. Ma non bisogna strafare. «Attività sportiva moderata, costante e regolare – raccomanda **Duccio Tripi**, responsabile del Centro di medicina dello sport di Modena – e

soprattutto occorre evitare di darsi obiettivi eccessivi e irraggiungibili. È perfettamente inutile compiere sforzi esagerati per due mesi e poi non fare nulla nel resto dell'anno. O cercare di buttar giù i chili di troppo in qualche settimana per entrare nel **bikini** dell'anno prima». Conferma Biavati: «L'attività motoria va fatta con continuità, deve diventare regola di vita e deve anche essere un piacere».

per sport

Ma come si fa a scegliere l'attività che fa per noi? E a scegliere la palestra giusta, con personale competente? «Il colloquio con l'istruttore è fondamentale – risponde Brustenghi – anche più della struttura stessa o della dotazione di macchine che, in fondo, sono tutte uguali. Essere ben seguiti da un **personal trainer** che capisce le nostre esigenze e sa programmare la nostra attività fisica è fondamentale».

Comunque prima di iniziare una qualsiasi attività sportiva è bene farsi consigliare dal medico di base, anche se la visita di idoneità è obbligatoria solo per l'attività agonistica. «Noi consigliamo comunque una visita dal proprio medico – raccomanda Tripi – che conosce la storia della persona e del suo sistema cardiocircolatorio. Anche se non sempre i medici di base sono preparati su questi temi. Va creata una nuova cultura, anche tra noi medici, e a partire dal fatto che l'attività fisica rientra nel piano sanitario nazionale, per tutti e a tutte le età». Orientarsi tra le varie discipline sportive non è facile perché ogni anno spuntano nuove mode. «Quasi tutte vengono dagli Stati Uniti – afferma Brustenghi – che è la vera patria del **fitness**. Così dopo il **boom** del **Pilates**, ecco la ginnastica basata sul **bosu**, una specie di step. Questo, però, sarà l'anno della **macumba**, un'attività che unisce ginnastica e danza latina». Nonostante tutte queste novità, però, gli utenti delle palestre sono piuttosto tradizionalisti: gli uomini lavorano con le macchine, le donne continuano a privilegiare aerobica e danza. ■

IN PERFETTA FORMA

Per forza o per amore: gli italiani e lo sport.

Oltre 17 milioni gli italiani che svolgono attività motorie. Lo dice una recente indagine Istat secondo cui il 28 per cento della popolazione pratica esercizio fisico leggero come passeggiare o andare in bici, il 54 per cento degli sportivi si allena una o due volte a settimana, il 22 per cento meno di una volta a settimana e un altro 22 per cento più di due volte. Il gruppo più numeroso – pari al 41 per cento – è quello dei sedentari. Diminuiscono le differenze tra maschi e femmine: le donne – in particolare le bambine dai 3 ai 5 anni e le ultra 45enni – sono diventate più atletiche, anche se sempre meno dei maschi.

Più alta anche la quota delle sedentarie: 45 per cento contro il 36 dei maschi pigroni.

Il calcio, attività tra le più seguite e praticate in Italia (4 milioni e 152mila persone) è stato raggiunto e superato dal **fitness** (4 milioni e 320mila). Sorprendente la crescita del ballo – seguito per lo più dalle donne – che passa da 503mila praticanti del 2000 a oltre un milione. Tra le discipline in crescita anche il calcio a cinque, il ciclismo, l'atletica, il **jogging**. In diminuzione gli sport invernali, il tennis e la pallavolo, stabile il nuoto. Il 63,8 per cento degli intervistati afferma di praticare sport per passione o piacere, il 53,6 per cento per mantenersi in forma, il 50 per cento per puro svago. Non manca chi svolge attività sportiva perché ne apprezza i risultati **anti-stress** o per socializzare e conoscere nuove persone. Il 40 per cento dei casi sostiene di non fare sport per mancanza di tempo.

Tra i motivi addotti a giustificare la sedentarietà ci sono la mancanza di interesse (30 per cento), l'età (24 per cento), la stanchezza (16 per cento) e i problemi di salute (14,9 per cento).

Interessante la diversificazione territoriale. Le persone che fanno attività fisica al Sud non raggiungono il 25 per cento, al Centro il 31 per cento, al Nord-Ovest la quota sale al 33,7 per cento fino a raggiungere il 36 per cento al Nord-Est. La regione dove ci si muove di più è il Trentino Alto Adige, col 51 per cento di sportivi, seguita dalla Valle D'Aosta, dal Veneto e dal Friuli Venezia Giulia. La quota più bassa di praticanti si registra in Campania, ferma al 22 per cento. A influire sui livelli di pratica sportiva – oltre alla geografia – anche l'istruzione: più aumenta il titolo di studio, più ci si muove.

La maggior parte delle persone che fanno sport predilige gli impianti sportivi al chiuso (61 per cento), è tesserata o iscritta a qualche struttura (69 per cento) e si è fatta rilasciare un certificato medico (64 per cento).



MAL COSTUME

Meglio cibi sani di integratori e barrette. La ricetta del dottore.

Oltrepassare i propri limiti, tentare dimagrimenti rapidi, passare dalla totale sedentarietà a allenamenti estenuanti. Questi gli errori più comuni specie in vista della bella stagione e della cosiddetta prova costume. Talvolta si ricorre a sostanze che promettono l'incremento delle masse muscolari o a pillole miracolose che millantano dimagrimenti veloci. Il più delle volte si tratta di semplici integratori, ma in alcuni casi si rivelano vere e proprie sostanze dopanti che – a detta di **Duccio Tripi**, responsabile del centro di medicina dello sport di Modena – «si assumono con troppa leggerezza. Basti pensare che in certe palestre sono in vendita con i distributori automatici. Mentre dovrebbero essere prescritti dal medico dietista, non certo da un gestore di palestra». Anche in farmacia, ormai, gli integratori rappresentano circa il 10 per cento delle vendite: aminoacidi ramificati, creatina, vitamine in eccesso, barrette energetiche sono pressoché inutili, se non dannosi, nel migliore dei casi denaro buttato.

«Bastano – spiega Tripi – una spremuta d'arancia, una torta fatta in casa, un panino con la marmellata per affrontare qualsiasi prova sportiva, se non si fa agonismo». Le proteine? Meglio lasciar perdere i beveroni e mangiare un bel pezzo di parmigiano reggiano o una bistecca. Anche perché, come aggiunge il medico sportivo, «con questo genere di prodotti si perde completamente la socialità del mangiare e il gusto del cibo di qualità».

la merce muta di Giorgio Nebbia



contro foglia

L'altra faccia delle foglie dei vegetali, ricche di proteine. La scoperta di Pirie.

Sempre più spesso si parla di crisi alimentare dovuta non solo alla insufficiente disponibilità di sostanze energetiche, ma principalmente alla carenza di proteine ricche di aminoacidi essenziali, che l'organismo umano non è capace di sintetizzare e che devono essere apportati con la dieta. Gli aminoacidi essenziali sono più diffusi negli alimenti di origine animale (carne, latte, uova), ma si possono trovare anche nelle proteine di molti vegetali, specialmente nelle foglie. Del resto le insalate, gli spinaci, sono alimenti pregiati a base di foglie, anche se hanno l'inconveniente di avere una "vita utile" breve. In molti hanno allora pensato di estrarre le proteine dalle foglie in una forma facilmente conservabile. L'idea aveva attratto già i chimici del 1700, come Rouelle (il primo ad isolare l'urea dall'urina), Proust e altri. Nel 1942 N.W. Pirie (1907-1997), chimico inglese della stazione sperimentale di agricoltura di Rothamsted, cominciò a condurre ricerche sull'estrazione di proteine dalle foglie con un processo consistente nell'omogeneizzare le foglie, che hanno un elevato contenuto in acqua, nell'estrarre un succo e nel fare coagulare le proteine. Le ricerche di Pirie sono condensate nel libro **Leaf proteins and its by-products in human and animal nutrition** del 1978 (sul motore di ricerca www.books.google.it si trova il testo integrale della seconda edizione). Con l'estendersi del benessere e della disponibilità di alimenti di origine animale il processo è stato accantonato. Viene riscoperto adesso e vari studiosi hanno ripreso le ricerche i cui risultati potrebbero essere applicati alle foglie di piante esistenti nei paesi che più soffrono di carenze proteiche. Il processo di preparazione delle proteine è sostanzialmente quello di Pirie e consiste nel frantumare le foglie facendone una polpa che comprende la parte cellulosa insolubile in acqua e un succo nel quale sono disciolte e disperse le proteine, oltre a molte altre sostanze fra cui carotinoidi, importanti come vitamine, e clorofilla. Il succo viene filtrato dalla parte cellulosa che può essere utilizzata come mangime per animali; le proteine si separano dal succo modificandone l'acidità con adatti reagenti. Ogni proteina "precipita", cioè si insolubilizza, a un determinato pH (il noto indicatore di acidità); il coagulo che si ottiene contiene le proteine insieme alla clorofilla e ai carotinoidi e può essere essiccato in una polvere, stabile nel tempo, dal colore verdastro. Gli studi in corso sono rivolti da una parte ad identificare il contenuto in aminoacidi essenziali delle proteine, dall'altra a produrre forme accettabili da aggiungere agli alimenti, soprattutto cereali.



camera con video

Occhio alla telecamera digitale: è meglio una classica mini-dv o un apparecchio ad alta definizione?

di Roberto Minniti

Tra telefonini capaci di registrare immagini e video, macchine fotografiche che immagazzinano anche filmati, c'è ancora bisogno di una videocamera tra le dotazioni elettroniche di una famiglia? La domanda potrebbe anche sembrare ragionevole, ma i dati di mercato smentiscono ogni dubbio: la telecamera digitale non



solo sembra rimanere ben salda nei desideri degli italiani, ma si raffina e si arricchisce di nuovi modelli. Oltre alla classica e diffusissima **mini-dv** (la macchina che ospita le piccole e abbordabili cassette di registrazione), si sono ormai ben affermati gli apparecchi che consentono la memorizzazione su **Dvd**. E poi, le videocamere con scheda di memoria, quelle con **hard disk**. E, se non bastasse, a complicare la vita a chi si avvicina a questo acquisto ecco la nuova generazione di apparecchi ad alta definizione, che seguono a ruota la diffusione di televisori **Full Hd**.

non c'è altra risoluzione

È bene, dunque, fare un po' di chiarezza sul tipo di camera su cui puntare, tenendo presente tanto l'uso che se ne farà che il **budget** che si intende investire. Se puntare su un'alta definizione, infatti, ha un senso solo per chi pretende una qualità superiore alla media dai propri filmati e ha a disposizione anche un televisore in grado di rendere tanta risoluzione, è anche vero che per un acquisto di questo genere difficilmente si spenderanno meno di 800 euro. Una cifra enorme, se la si mette a confronto con quella di una telecamera digitale tradizionale, che a volte anche con meno di 200 euro consente di riprodurre degnamente i filmati delle proprie vacanze o dei compleanni dei propri figli. Chi non ha pretese di una fedeltà assoluta di colori e immagini, dunque, potrebbe aspettare tranquillamente prima di innamorarsi dell'alta definizione, contando sul fatto che i prezzi rapidamente crolleranno anche in questo settore (esattamente come è successo con le Tv a schermo piatto).

Diverso è il discorso sul tipo di supporto da preferire in una videocamera digitale. La classica **mini-dv**, per esempio, rimane l'apparecchio più economico e consente di registrare degnamente un'ora di filmato. Il difetto di questo tipo di modelli è legato solo al fatto che una volta riempita la cassetta non è possibile vederla se non collegando la telecamera alla Tv ed è molto macchinoso accedere a parti differenti di quanto si è filmato.

pro memoria

Un sistema che presenta praticamente tutti gli svantaggi delle **mini-dv**, senza grandissimi pregi, è quello che uti-

lizza le schede di memoria. Queste schede (esattamente come quelle delle macchine fotografiche digitali) sono ancora piuttosto care e possono avere l'unico vantaggio di essere lette direttamente dai **pc**, anche senza l'ausilio della videocamera. Più diffusi, ultimamente, sono i modelli con **Dvd** che cominciano a essere presentati

a prezzi abbordabili (sempre più vicini alle economiche **mini-dv**). Il difetto principale di queste macchine è nella capacità di registrazione (circa 20 minuti), i vantaggi, invece, sono tutti da cercare nella praticità. I **Dvd**, infatti, consentono agevolmente di saltare di capitolo in capitolo e di essere letti direttamente nei riproduttori di casa senza passaggi e senza fastidiosi collegamenti alla videocamera. In ogni caso, a prescindere dal formato scelto, alcune caratteristiche di queste camere debbono farci riflettere sulla qualità dell'acquisto.

Il primo particolare da cercare in confezione, per esempio, dovrebbe essere il numero di **pixel** del sensore **Ccd**. Vale la pena considerare che si tratta dei punti sensibili alla luce che trasformano l'impulso luminoso in impulso elettronico ed è fondamentale per capire la qualità delle immagini. Maggiore è il numero dei **pixel**, ovviamente, più fedeli saranno le **performance** dell'apparecchio.

bagno di luce

Il passo successivo è valutare le caratteristiche dell'obiettivo in dotazione con la macchina. Esattamente come avviene nelle macchine fotografiche, la qualità sarà data dall'apertura (la quantità di luce che raggiunge il sensore a parità di durata dell'esposizione) e dalla lunghezza focale (che determina il fattore d'ingrandimento). Come quelli delle macchine fotografiche e delle videocamere classiche, possono essere **Fish-Eye** (ossia quelli che coprono un angolo fino a 180 gradi), **Wide** (grandangolo), **Tele** (un moderato ingrandimento).

Altro particolare da non sottovalutare è la grandezza del **display**. Questi apparecchi sono ormai universalmente **Lcd** (ossia a cristalli liquidi) ed è difficile che vengano utilizzati guardando dal mirino ottico. Controllate, dunque, che lo schermo abbia una grandezza sufficiente per permettervi di vedere bene le riprese che effettuate.

Ultimo, ma non per importanza, il fattore peso. Le videocamere più economiche possono partire da un peso piuma di poco più di 300 grammi fino a sfiorare il chilogrammo. Se intendete utilizzare a lungo la macchina, scegliete senza timore i modelli più leggeri che alla lunga si riveleranno decisamente più comodi da utilizzare. ■

videocamere

marca e modello	formato	zoom ottico/digitale	monitor LCD	seniore	obiettivo	prezzo (euro)
Canon Md 150	mini-DV	1000x 35x	2,7"	1,07 Mpixel	F/2,0-5,0	250
JVC Gr-D815Ex	mini-DV	800x 33x	2,7"	800.000 pixel	nd	255
Panasonic Nv-Gs80	mini-DV	1000x 32x	2,7"	800.000 pixel	F/1,8-3,7	253
Samsung Vp-D375	mini-DV	1200x 34x	2,7"	800.000 pixel	nd	260
Sony Dcr-Hc53E	mini-DV	2000x 40x	2,5"	1 Mpixel	F/1,8-4,1	228
Canon Dc 201	DVD	8000x 30x	2,7"	800.000 pixel	F/2,0-4,4	300
Hitachi Dz-Gx5020E	DVD	1500x 30x	2,7"	800.000 pixel	F/2,0-4,1	270
Panasonic Vdr-D160	DVD	1000x 30x	2,5"	400.000 pixel	F/1,8-3,9	320
Samsung Vp-Dc171W	DVD	1200x 34x	2,7"	800.000 pixel	nd	280
Sony Dcr-Dvd310E	DVD + memory stick	2000x 25x	2,7"	1 Mpixel	F/1,8-3,2	380
Samsung Vp-Mx10	memory stick	1200x 34x	1,6"	nd	nd	215
Hitachi Dz-Hs300E	hard disk 8 Gb + DVD	1500x 30x	2,7"	800.000 pixel	F/1,8-3,2	390
Sony Dcr-Sr35E	hard disk 30 Gb	2000x 40x	2,7"	800.000 pixel	nd	430

Una delle caratteristiche più pubblicizzate nelle videocamere è la presenza di uno **zoom** che permetta di regolare l'ingrandimento in maniera fluida e graduale fino a scegliere quello desiderato senza doversi avvicinare e allontanare in continuazione dal soggetto ripreso. Ma attenti, qui non sempre i valori reclamizzati sono indicativi della qualità degli obiettivi. Per valutare bene, infatti, è importante distinguere lo zoom digitale da quello ottico. La differenza tra loro è nel metodo di ingrandimento dell'immagine. Lo **zoom** digitale indica un valore che non dipende dal movimento delle lenti ma da un processore che aumenta la risoluzione della porzione di immagine che si ingrandisce. In pratica, il processore "ricostruisce" buona parte dell'immagine, perdendo però di risoluzione.

Cosa diversa, invece, è lo **zoom** ottico che consente

un ingrandimento reale dell'immagine e non una sua simulazione. In questo caso con uno **zoom** ottico di buona qualità si ha una maggior definizione nella parte centrale della ripresa.

Altrettanto interessante è lo stabilizzatore d'immagine, indispensabile per non registrare immagini tremule con un apparecchio che pesa poche centinaia di grammi. Anche qui bisogna fare dei distinguo. La stabilizzazione delle immagini può essere ottenuta in modo digitale oppure attraverso lenti di stabilizzazione ottica. Lo stabilizzatore d'immagine digitale assicura un livello di stabilità soddisfacente per la maggior parte dei modelli, ma non è neppure minimamente paragonabile a un più sofisticato stabilizzatore d'immagine ottico. Che ha solo un piccolo difetto: fa lievitare rapidamente il prezzo della videocamera anche sopra i mille euro.

coop promozione

In tutti i punti vendita di Unicoop Tirreno dal 1° al 15 giugno.

Videocamera Flash Memory Cam SAMSUNG VP-MX10

800.000 pixel CCD, memoria interna

- Monitor LCD 2,7" Wide
- Zoom ottico 34x
- Stabilizzatore digitale di immagini (EIS)
- Formato MPEG4 ASP
- 1GB SD Card (rec. SF 30 min)
- SDHC/MMC+
- Dimensioni (LxAxP) cm 12,1 x 6,25 x 6 cm

● Prezzo per i soci: 189 euro (non soci 239)



l'ora del tek

**Vizi e virtù del tek, il legno più usato per gli ombrelloni da giardino.
di Daniele Fabris**

Ci siamo. Finalmente si torna a vivere all'aperto e a riarredare terrazzi o giardini per troppi mesi dimenticati. Per molti è il momento di fare l'inventario di quanto va sostituito o va comprato per la prima volta. Se a sedurvi è un ombrellone per il vostro spazio all'aperto non avrete che l'imbarazzo della scelta. Le nuove linee puntano su colori classici (beige, verde, panna, ma anche nero) e materiali in legno (soprattutto **tek**, mogano, pino). Se la forma più usata è tondeggiante, per i giardini ormai spopolano i modelli quadrangolari, meglio se forniti di un palo laterale pieghevole che consente di utilizzare tutto lo spazio d'ombra sotto l'ombrellone. Il vantaggio di questa soluzione è anche di essere versatile: in questo modo, per esempio, si può ruotare il parasole orientandolo nel modo migliore per ottenere l'ombra nei diversi momenti della giornata.

duro come il legno

Ma come scegliere il nostro ombrellone e cosa valutare prima dell'acquisto? Partiamo dal telaio, generalmente costituito in legni come il **tek** e il frassino o in alluminio. Se con l'alluminio si ha una buona tranquillità sulla durata del modello, sul legno bisogna fare un po' di attenzione. Il legno più usato è il **tek**, proveniente dall'Asia tropicale e resistente agli agenti atmosferici. Sull'utilizzo di questo materiale, però, si appuntano molte critiche: la sua diffusione, infatti, ha provocato molti danni ambientali. Per questo oggi si trova in commercio **tek** più giovane

proveniente da piantagioni che ha lo svantaggio di essere meno durevole e pregiato di quanto ci si aspetti. In ogni caso è bene controllare che si tratti di materiale impregnato, in grado di resistere all'acqua e al sole.

prima classe

Per esserne sicuri si deve cercare la classe del legno: un numero romano che dovrebbe essere indicato in etichetta, che identifica le fasce di qualità del materiale nei confronti degli agenti atmosferici. La I, per esempio, è quella che garantisce la maggior durata, ma anche una classe II è adatta a stazionare sotto le intemperie senza troppi danni. Tenete conto che dal 2006 tutti i prodotti in legno devono essere accompagnati da una scheda che ne identifichi le proprietà e le caratteristiche.

Il vero punto debole degli ombrelloni da giardino, però, è costituito dai materiali dei teli di copertura. Sono questi i primi a cedere alle insidie del tempo e dell'acqua. Per questo molti modelli scelgono il poliestere oppure l'acrilico idrorepellente resistente alle muffe e lavabile. I tessuti acrilici hanno il vantaggio di essere molto resistenti, tanto agli strappi che a muffa e acqua. Nel caso siano tinti, però, tendono allo scolorimento. Quelli in **teflon** hanno il vantaggio di un'ottima idrorepellenza e di una capacità di asciugatura rapida. E il cotone? È ancora il materiale più elegante per gli ombrelloni, ma deve essere trattato tanto per l'impermeabilizzazione che – e soprattutto – per resistere alle muffe. ■



presidi Slow Food

alla larga

Dalla Sicilia le fave larghe di Leonforte,
un tempo molto diffuse oggi una gustosa rarità.

di Francesca Baldereschi

Un tempo le **fave Larghe di Leonforte**, in Sicilia, erano diffusissime e si coltivavano in rotazione con il frumento. Servivano per arricchire il terreno di azoto e poi erano (e sono ancora) un ingrediente cardine della cucina leonfortese. La coltivazione è ancora oggi completamente manuale e molto laboriosa, così ogni anno i campi di fave si riducono. Per questo è nato un presidio, per valorizzare questa terra – un'oasi verde nel cuore della campagna arida ennese – attraverso i suoi due prodotti simbolo: le fave, appunto, e le pesche tardive. È in fase di realizzazione un disciplinare di produzione e l'obiettivo è la costituzione di un consorzio di produttori. Le **fave larghe** sono buone e "cucivuli", dicono in paese, ovvero cuociono facilmente e non vanno tenute a lungo in ammollo come gli altri legumi. A fine marzo ci sono quelle



verdi, appena raccolte: si bagnano nel sale con le cipollette e si mangiano con il formaggio pecorino oppure si cucina la **frittedda** facendole soffriggere in olio extravergine con pancetta e cipolle e cuocendole a fuoco lento. Quando sono secche si può preparare la pasta **ccu' i favi a du' munni**, la **frascatula**

(una polenta con finocchietti selvatici e farina di fave abbrustolite e di ceci). Chi fa ancora il pane in casa, dopo averlo sfornato, tosta un po' di fave secche finché la buccia diventa rossiccia: i favi calati si sgranocchiano di tanto in tanto, come le patatine. E poi tutti quanti mangiano fave lessate con erbe, aromi e spezie oppure cotte in umido a lungo e profumate con erbe selvatiche. A seconda della ricetta si chiamano **favi 'ngriddi**, **favi pizzicati**, **maccu**, **favi vugghiuti** e così via.

nel carrello a cura di Rita Nannelli

una Tv a pedali

Sono finiti i tempi in cui la Tv si guardava comodamente seduti in poltrona. Per seguire il programma preferito ora bisogna "montare in bici". L'idea è venuta agli alunni della V F dell'istituto tecnico "Vallari" di Roma: i **giovani "inventori" hanno progettato la Tv a pedali**, vincendo il **BMW**

Clean Energy Award 2006-2007. Il prototipo prevede la produzione di energia elettrica attraverso l'impiego di una **cyclette** che consente di alimentare la Tv; una **memory card** permette di contabilizzare l'energia prodotta e di poterla utilizzare a piacimento per guardare la Tv. (C.C.)

mani in pesto

Vada per le caramelle al basilico, ma pinoli, parmigiano o pecorino, aglio e olio "rincartati insieme" forse è troppo anche per gli amanti della sperimentazione culinaria più ardita. **Eppure la caramella al pesto esiste e come**. Realizzate a Genova – naturalmente –

in occasione del **Campionato mondiale di pesto genovese al mortaio**, non avranno forse un nome a effetto per colpire la curiosità dei consumatori? In ogni caso c'è da scommettere che non piaceranno come le trenette al pesto.

ricambio cellulare

Vecchio cellulare... ti riciclo. Dopo gli indumenti e le scarpe, oggi è possibile donare i cellulari, anche guasti. Si tratta di un'iniziativa sperimentale promossa dal **Consorzio Farsi Prossimo** e dalla **Caritas Ambrosiana** per riciclare o riutilizzare i vecchi cellulari. Il progetto servirà a creare un lavoro per disabili o ex detenuti, ma anche a finanziare – con i soldi ricavati dallo smaltimento dei telefonini – la realizzazione di una casa d'accoglienza per mamme e bambini. (C.C.)

49

fontamara

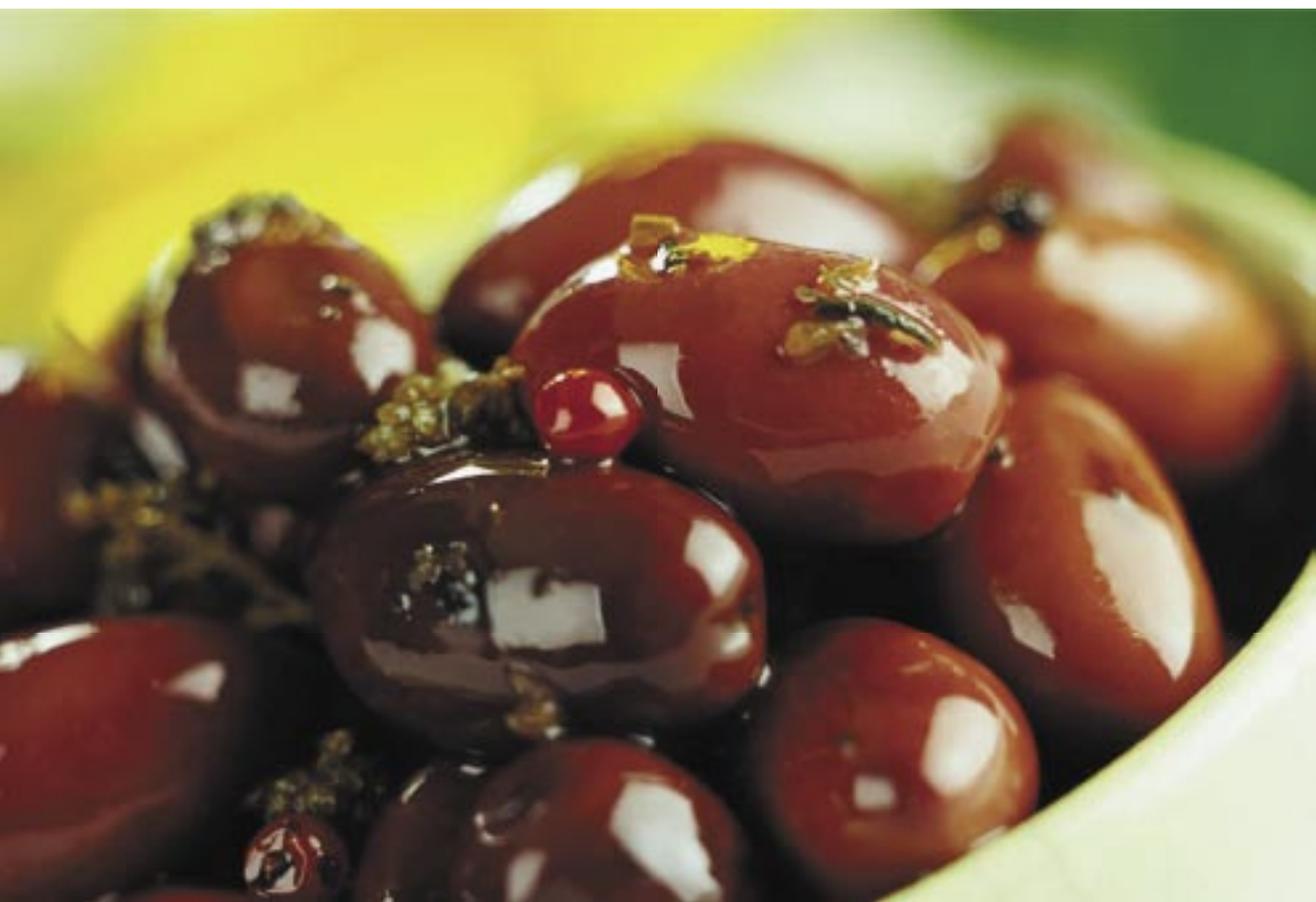
**Amare e antichissime
le olive viola di Gaeta.
di Eleonora Cozzella**

prodotti tipico

Chi non ne tiene un vasetto in casa? Tondeggianti un po' affusolate, dalla polpa colore rosa-intenso o violaceo e il sapore piacevolmente amarognolo: sono le olive di Gaeta. Molto apprezzate fin dall'antichità, addirittura fin dai tempi della mitologia. Infatti, secondo la leggenda, già i marinai del valoroso Enea (in viaggio verso la penisola italica, dopo la guerra di Troia) navigando lungo la costa di Gaeta videro dei minuscoli frutti scuri galleggiare sull'acqua. Decisero di raccogliarli e si accorsero che erano olive: dovevano essere cadute dagli alberi sui terreni a picco sul mare. Le trovarono squisite, forse proprio per quel gusto in più dato dalla permanenza in mare. Ecco quale sarebbe l'origine delle famose olive in salamoia.

sei un mito

Che il mito nasconda un fondo di verità oppure no, certo è che la cittadina affacciata sul Mar Tirreno era già un famoso luogo di villeggiatura nel periodo romano, dove trascorrevano le vacanze ricchi patrizi, senatori dell'epoca e addirittura imperatori. Questo sfarzo è testimoniato tutt'oggi da imponenti edifici come il mausoleo di Lucio



Munazio Planco, già console romano e prefetto dell'Urbe. E con le bellezze della città, i turisti, più o meno nobili, nei secoli hanno apprezzato anche le tipicità gastronomiche. In particolare le olive di Gaeta videro consolidare il loro florido mercato nel 1400, quando il territorio era un Ducato ed ebbe un importante sviluppo sia dell'agricoltura che della navigazione. Olio e olive erano quindi esportati via mare in buona parte del mondo allora conosciuto. Sono numerosi i documenti ufficiali che riguardano la produzione e il commercio di olive da tavola. L'espressione Oliva di Gaeta faceva, infatti, già parte del gergo comune di mercanti e olivicoltori per indicare l'oliva itrana nera da tavola ottenuta secondo il particolare sistema di trasformazione locale: nel 1498, per esempio, il duca Ercole I d'Este, chiese all'ambasciatore a Roma, Feltrino Manfredi, di procurargli le famose delizie, rinomate per la qualità.

una dop l'altra

È proprio per le salde radici storiche oltre che per le caratteristiche qualitative, che centinaia di produttori olivicoli della zona si sono riuniti per ottenere il riconoscimento della **Denominazione di origine protetta (Dop)** di questa specialità. Non un'oliva come tutte le altre, dunque. Le olive di Gaeta, della pregiata varietà di olivo "Itrana" (da Itri, paese vicino Gaeta sui Monti Aurunci), si distinguono da tutte le altre sia per l'aspetto che per la lavorazione. Come tutti i tipi di oliva, devono essere trattate prima di essere consumate: infatti contengono l'oleuropeina, sostanza amara che le rende immangiabili appena colte. A seconda di come si effettua il processo di "deamarificazione" si hanno risultati diversi. Quello delle olive di Gaeta è lungo e dispendioso, ma consente i risultati che tutti i **gourmet** conoscono.

Le drupe sono raccolte allo stadio di piena maturità. Quando la pelle (epicarpio) è scura, brillante e a volte ricoperto da una velatura pruinoso localmente definita «panno», mentre la polpa vira dal colore bianco verso il colore rosso vinoso (insanguinamento), a partire dalla periferia del frutto.

Dopo la raccolta vengono trasportate in contenitori inerti provvisti di aperture per la circolazione dell'aria. Il prodotto è poi sottoposto alla "calibratura" per eliminare drupe troppo piccole, e alla cernita manuale, per scartare le olive non sufficientemente mature, attaccate dai parassiti, danneggiate dal gelo o durante il trasporto.

sotto questo sale

Entro 24 ore dalla raccolta devono essere avviate al processo di lavorazione secondo il sistema alla «Itrana». Le drupe vengono poste in recipienti che saranno riempiti con acqua potabile dove restano da 10 a 30 giorni per permettere l'avvio e lo sviluppo naturale del processo di fermentazione, al termine del quale il pH diventa inferiore o uguale a 4,5. Poi si procede all'aggiunta del sale da cucina in quantità di circa 65-70 grammi per chilo e si ottiene così la salamoia. Questa si presenta di colore rosso vinoso brillante, odore lattico con leggero spunto acetico. Dopo non meno di 5 mesi dalla salatura, le olive sono pronte per essere confezionate e avviate al consumo. Un consumo di gusto ma anche di salute. Le olive sono, infatti, piccole sfere amiche del benessere: contengono grassi vegetali monoinsaturi e polinsaturi, ossia quelli più digeribili, preziosi per l'organismo, come l'acido linoleico (che le drupe contengono in percentuali simili al latte materno), vitamine (soprattutto A, D ed E) e quegli "alleati" naturali in funzione antiossidante che sono i polifenoli. Proprio per questo sono da sempre molto amate e arricchiscono la dieta dei popoli mediterranei. ■

L'INTERVISTA OLIVOLI OLIVOLÀ

Se è vero che le famose drupe in salamoia appaiono spesso sulle tavole degli italiani, sono addirittura immancabili su quelle dei romani, almeno stando a chi da anni lavora nel settore della distribuzione e ormai conosce gusti e abitudini dei clienti. **Emiliano Caboni**, dell'IperCoop Roma Casilino, vede passare ogni anno circa 900 chili di olive del tipo nera di Gaeta dal banco-frigo ai carrelli dei consumatori che fanno la spesa nel punto vendita.

Definirebbe questo un prodotto di nicchia o di largo consumo?

«La nera di Gaeta è un prodotto tipico del territorio e come tale ha una diffusione particolare, a cui la definizione farebbe torto a seconda delle zone. Perché un po' in tutta la provincia di Roma e Latina è di sicuro di largo consumo ed è da sempre nel nostro assortimento. Magari in altre regioni è meno conosciuta e richiesta solo dai consumatori più "esperti". Invece le olive di Gaeta verdi di certo sono più di nicchia.»

Come prodotto tipico, che tipo di acquirenti ha?

«Di solito i prodotti tipici sono apprezzati maggiormente dagli adulti e meno dalle generazioni più giovani. Le olive, invece, hanno un pubblico per così dire trasversale, piacciono a tutte le età: non è un caso che ne vendiamo 1.800 confezioni da 500 grammi l'anno (al prezzo di 2,99 euro). Forse a essere diverso è l'uso. Se i ragazzi le mangiano da sole, per accompagnare l'aperitivo, gli adulti – che cucinano di più – le utilizzano come ingrediente dei piatti tipici, come per esempio il coniglio alla cacciatora.»

GRAN DUOMO

A Gaeta merita una visita il Duomo dedicato a S. Erasmo. La sua costruzione iniziò nel 917 sui resti di una chiesa del VII secolo e terminò nel 1106 con la consacrazione di papa Pasquale II. La chiesa, sebbene abbia subito rifacimenti nel corso dei secoli, conserva intatto il suo fascino dovuto a una felice combinazione degli stili romanico e gotico, arricchiti con elementi moreschi. Le sette navate interne sono divise da colonne diverse tra loro, perché costruite riutilizzando frammenti di edifici di culto più antichi. Lo stesso discorso vale per il campanile a tre piani, che risale al XII-XIII secolo. Da ammirare all'interno del duomo il Candelabro pasquale (opera dell'arte duecentesca), alto tre metri e decorato con 46 riquadri in bassorilievo che raccontano episodi della vita di Gesù e di S. Erasmo.

regina di coppette

Non è propriamente un gelato ma uno Sharbat, polpa di frutta ghiacciata senza aggiunta di latte, panna, uova, aromi. Direttamente dal campo alla coppetta, come e quanto produce La Scapigliata di Fonteblanda, l'azienda del "sorbetto" maremmano di qualità. di Cristina Vaiani

Con la sola polpa della frutta, acqua, zucchero di canna e miele Guido e Aurelia ti confezionano uno **Sharbat**. Essenziali gli ingredienti, nove gli addetti, con il minimo indispensabile l'azienda agricola **La Scapigliata** di Fonteblanda, tra le storiche del comune di Orbetello, trasforma la frutta fresca di stagione in sorbetto. E lo **Sharbat** che ne risulta è un prodotto semplice, prodotto semplicemente e forse proprio per questo molto buono.

la macchina del sorbetto

Un rapido sguardo alle distese coltivate e al panorama mozzafiato che sconfinava tra la Maremma e il mare e subito entriamo negli "ingranaggi" del processo produttivo, il laboratorio dove la frutta viene trasformata in **Sharbat**.

Ci appare un serpentine metallico fatto di macchine, nastri, tubazioni, tini, una vera e propria catena di... stoccaggio. A un cenno del "padrone" l'impianto si mette in moto. La frutta entra nella stazione di lavaggio, viene lavata e passa al nastro di scorrimento, dove avviene la seconda selezione (la prima sul grado di maturazione si fa nel campo), per essere poi indirizzata alla pressatrice che sbuccia, snocciola, spezzetta e tritura rilasciando succo e/o purea che finisce in un primo tino dove resta in attesa di miscelarsi allo sciroppo di acqua, miele e zucchero di canna contenuto nel secondo tino. Alla temperatura di -4° C si formano così i sorbetti anzi

prodotti dal fornitore



gli **Sharbat** che, confezionati in coppette o vasetti, vengono infine etichettati e stoccati in vista della spedizione al punto vendita o della consegna a domicilio.

cuore di ghiaccio

E mentre la frutta scorre sul nastro incontro al suo destino di sorbetto **Guido Del Gizzo**, amministratore dell'azienda, ci parla di lei e dello **Sharbat**. E mette subito i puntini sulle i.

«Il prodotto non corrisponde esattamente a quello che in Italia si intende per sorbetto e nemmeno ad un gelato – precisa Del Gizzo –. Per questo lo abbiamo chiamato **Sharbat** che in arabo significa bevanda ghiacciata. In realtà si tratta di un gelato di frutta ma che a differenza del gelato non contiene farine, latte, uova né aromi, né antiossidanti». Solo polpa di frutta ghiacciata rigorosamente di stagione: a giugno lo **Sharbat** è alla pesca e all'albicocca, a luglio al melone, in agosto alla pera, a settembre al fico d'india e così via... Controllare per credere nei punti vendita toscani di **Unicoop Tirreno** dove sono assortiti: nei più grandi, nel primo weekend di ogni mese, c'è la vendita assistita dello **Sharbat** di stagione.

siamo alla frutta... di stagione

Insomma impossibile trovare a dicembre uno **Sharbat** alla fragola. «Il prodotto segue la stagionalità – conferma Del Gizzo –. Da adesso a fine agosto si lavora contemporaneamente sulla raccolta delle fragole, sulla messa in campo e raccolta del melone e sulla predisposizione delle nuove colture di fragola per l'anno successivo». Fragole e meloni sono gli unici frutti coltivati in azienda, dove maturano naturalmente.

Il resto della frutta proviene da circuiti **Apofruit**, la più grande cooperativa di produzione di ortofrutta aderente alla **Legge delle Cooperative**, che fornisce a **La Scapigliata** prodotto convenzionale e biologico, quest'ultimo certificato dal Consorzio per il controllo dei prodotti biologici dell'**Associazione italiana per l'agricoltura biologica**.

E per agosto, in virtù di un accordo stipulato con **Slow Food** Sicilia, è attesa in azienda la pera tabacchiera dell'Etna.

massima sicurezza

Frutta convenzionale o biologica gli ingredienti dello **Sharbat** non cambiano: frutta fresca di stagione (60%), zucchero di canna e miele da agricoltura biologica, acqua, farina di semi di carrube (0,3%). «Lo **Sharbat** non contiene uova né glutine e latte né loro derivati, è pertanto indicato per chi soffre di intolleranze alimentari

– assicura Del Gizzo –. Non c'è neanche il rischio di contaminazione accidentale in azienda perché certi ingredienti non entrano mai nel processo produttivo». Salubrità quindi uguale sicurezza, garantita anche dal rispetto del protocollo di certificazione biologica e dalla trafilatura di certificazioni – dai requisiti igienico sanitari in fase di trasformazione alla tracciabilità – richiesti da Coop a chiunque aspiri a diventarne fornitore. «Da febbraio 2007, cui risale l'accordo con **Unicoop Tirreno**, siamo entrati in assortimento all'inizio di agosto, dopo aver superato esami e indagini approfondite sia sulla struttura di produzione che sugli stoccaggi. Auspichiamo di poter estendere l'assortimento in Coop – conclude Del Gizzo –, abbiamo anche preso accordi con **Unicoop Firenze** e **Centro Italia**. Possiamo produrre tre tonnellate di sorbetto al giorno». Insomma ce n'è per tutti, anche per chi non vive in Toscana, che può fare l'ordine **on line** e riceverlo a domicilio fresco fresco di produzione. ■

Sharbat sorbetto di alta qualità prodotto e confezionato da La Scapigliata società agricola srl - Fonteblanda (GR)
tel. 0564885519 - www.lascapigliata.it

È IN ASSORTIMENTO

Nei punti vendita di Livorno (v. Settembrini, v. A. Frank, v. Mastacchi, v. Toscana) e in provincia di Livorno: Cecina (v. Pasubio e v. Matteotti), Rosignano Solvay, San Vincenzo, Venturina, Donoratico, Piombino (v. Gori e Salivoli), Portoferraio, Marina di Campo, Porto Azzurro (Mola e v.le Italia), Rio nell'Elba, Capoliveri (v. Australia e v. Mazzini), Riomaggiore, Vada

Massa e in provincia Avenza (MS)

In provincia di Lucca: Pietrasanta, Viareggio, Pieve Fosciana, Fornoli, Tonfano

Nei punti vendita di Grosseto (v. Inghilterra, v. Ximenes e v. Rovetta) e in provincia di Grosseto: Gavorrano, Grilli, Monterotondo Marittimo, Fonteblanda, Albinia, P. S. Stefano (v. Lambardi e v. Marconi), Porto Ercole, Ribolla, Scarlino Scalo, Civitella Paganico, Roccatederighi, Montieri, Sassofortino, Sticciano Scalo, Roccastrada, Caldana, Massa Marittima, Bagno di Gavorrano, Follonica (v. Chirici e v. Bovio), Castiglione della Pescaia, Orbetello

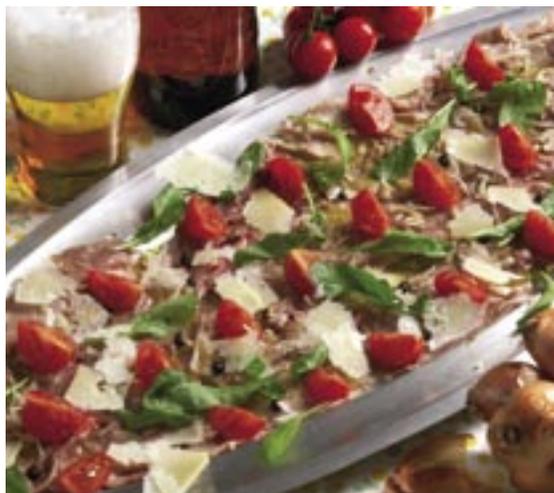
Monticiano (SI)

Punti vendita interessati dalla vendita assistita dello Sharbat Livorno La Rosa, Pietrasanta, Massa, Viareggio, Avenza, Cecina, Rosignano, Piombino v. Gori, San Vincenzo, Donoratico, Bagno di Gavorrano, Follonica, Orbetello, Grosseto v. Inghilterra.

53

cucinare con la birra

carpaccio alla birra



Ingredienti:
g 500 di carpaccio di manzo,
mezzo litro di birra,
1 cucchiaino di coriandolo,
1 cucchiaio di acqua di fiori d'arancio,
la buccia di un'arancia,
5 bacche di ginepro,
g 100 di scaglie di pecorino di fossa,
10 pomodorini pachino,
3 mazzetti di rucola,

5 scalogni,
olio extravergine d'oliva,
sale e pepe bianco macinato fresco

preparazione:



tempo:
25 min.

costo:



Marinare per un'ora la carne nella birra aggiungendo il ginepro e il coriandolo schiacciati, gli scalogni tritati, l'acqua di fiori d'arancio e la buccia tritata grossolanamente. Togliere le bucce d'arancia e scolare bene la birra. Salare, pepare e aggiungere l'olio, cospargere con i pomodorini tagliati in quattro parti, aggiungere la rucola e le scaglie del formaggio. Lasciare insaporire per 5 minuti e servire.

LA DIETISTA 290 Kcal a porzione

100 g di rucola contengono ben 160 mg di calcio: un record per un ortaggio. Abbinata al pecorino assicura la dose giornaliera raccomandata in poche calorie.



Si consiglia un buon "frizzante", un **Pignoletto** o un **Ortrugo**.

risotto di zucchine, spek e birra

Ingredienti:
g 500 di riso,
g 150 di spek a cubetti,
g 300 di zucchine a cubetti,
1 cipolla tritata,
1 dl di birra,
1 l e mezzo di brodo,
g 80 di burro,
g 60 di parmigiano grattugiato,
olio extravergine d'oliva

preparazione:



tempo:
30 min.

costo:



Rosolare la cipolla con l'olio, aggiungere il riso, tostare e bagnare con la birra. Lasciare evaporare, aggiungere le zucchine e coprire con il brodo. Aggiungere lo spek a metà cottura e cuocere aggiungendo il brodo mescolando fino a completare la cottura. Togliere dal fuoco e mantecare con burro e parmigiano.

LA DIETISTA 620 Kcal a porzione

Piatto completo. La luteina e la zeaxantina delle zucchine fanno bene alla vista.



Un **Trebbiano fresco** d'annata potrebbe essere un buon suggerimento.

pesce spada e patate alla birra

Ingredienti:

4 tranci di pesce spada,
1 cipolla,
1 birra chiara secca,
1 cucchiaio di
prezzemolo tritato,
1 cucchiaio di rosmarino
tritato,
3 foglie di salvia,
5 foglie di basilico,
3 foglie di menta,
origano,
timo e maggiorana,
olio extravergine d'oliva,
sale e pepe

Per le patate:

6 patate,
1 birra,
4 fette di spek,
mezza cipolla tritata,
1 gambo di sedano,
g 30 di burro,
2 cucchiaini di farina,
1 cucchiaino di senape,
1 cucchiaino di zucchero,
2 cucchiaini di prezzemolo
tritato,
olio extravergine d'oliva

preparazione:



tempo: costo:
50 min.

Preparare una marinata aggiungendo alla birra e all'olio la cipolla tritata, le erbe aromatiche, sale e pepe e aggiungere il pesce per almeno 40 minuti girandolo spesso. Cuocere quindi il pesce in una padella antiaderente molto calda o sulla griglia, spennellando di continuo con la marinata rimasta. Cuocere in poco olio la cipolla e il sedano tritati fini e friggere lo spek fino a farlo diventare croccante quindi lessare e pelare le patate. Sciogliere in una terrina il burro e unire la farina, la senape e lo zucchero. Versare la birra e far bollire mescolando continuamente. Condire le patate con il composto ottenuto, unire il prezzemolo, lo spek e le cipolle e servire insieme al pesce.

LA DIETISTA 410 Kcal a porzione

Perfetto per gli anziani con diabete di tipo 2: studi dimostrano che il pesce migliora la sensibilità agli ipoglicemizzanti; l'acido carnosico del rosmarino migliora, invece, la memoria.



Valido abbinamento un **Ansonico Doc**, siciliano o proveniente dalla Costa dell'Argentario.



sorbetto alla birra

Ingredienti:

g 400 di zucchero,
4 bicchieri di birra rossa,
4 albumi,
40 acini di uva,
zucchero a velo

preparazione:



tempo:
40 min.

costo:



Preparare uno sciroppo portando ad ebollizione lo zucchero in 4 bicchieri d'acqua, poi togliere dal fuoco e far raffreddare. Aggiungere la birra e incorporare dolcemente gli albumi montati a neve ferma con 25 grammi di zucchero a velo. Unire gli acini d'uva, metterlo in un recipiente nel freezer per circa un'ora poi rimescolare e rimettere nel freezer fino a quando sarà indurito.

LA DIETISTA 370 Kcal a porzione

Ricca di flavonoidi come lo xantumolo, la birra (in piccole quantità) è utile a preservarsi dal cancro e dalla leucemia.

in fetta e furia

Fatte a fette simmetriche, identiche le une alle altre, pratiche, buone. La soluzione sottile.

di Silvia Inghirami

Attenzione a chiamarle sottilette, il termine è un marchio registrato e solo la **Kraft** può utilizzarlo. L'azienda americana lo ha brevettato negli anni Trenta e da allora sono imperversate le imitazioni. Negli anni Cinquanta il salto di qualità, con il confezionamento in film plastici.

filano e fondono

Perfettamente simmetriche, separate le une dalle altre, identiche nell'aspetto e nel sapore, le fette di formaggio fuso sono uno dei risultati più emblematici dell'applicazione delle macchine nell'industria alimentare: grazie a un processo di fusione a caldo che rende il prodotto più stabile, tanto da rendere superfluo l'uso di additivi, si ottiene un formaggio ben conservabile anche fuori dal frigorifero. La loro ragion d'essere è stata però trovata nella praticità d'uso: sottili al punto giusto da evitare l'uso di tagliere e coltello, sigillate singolarmente per essere trasportate con comodità e garanzie igieniche, capacità di fondere e filare.

Altro elemento da non sottovalutare per comprendere le ragioni della diffusione delle "fette" è il fattore prezzi: il costo del formaggio fuso è decisamente competitivo rispetto, ad esempio, alla mozzarella e l'entrata sul mercato di prodotti a marca privata, come quelli delle grandi catene di distribuzione, ha fatto ulteriormente abbassare i listini.

Il consumo di formaggi fusi in Italia ammonta, secondo i dati forniti dall'associazione dei produttori **Assolatte**, a 60mila tonnellate, di cui le "fettine" rappresentano quasi un terzo. I "fusi" si posizionano al quinto/sesto posto tra i formaggi più venduti tra gli italiani, che sono i terzi consumatori di formaggio nel mondo (poco dietro Germania e Grecia) con una media di 29 kg l'anno pro-capite.

Parte cospicua di questa produzione finisce a farcire i **toast**, ma sono molto utilizzate anche nella preparazione di pizze, torte rustiche, rotoli di pasta, risotti, lasagne, involtini e persino minestre.

la valle dell'Edam

L'ingrediente base – riferisce **Assolatte** – è costituito da formaggi comuni, della categoria dei semiduri e dei duri: il tipo largamente prevalente è il **Cheddar**, seguito dal **Gouda** e dall'**Edam**, e più raramente da **Emmenthal** e **Gruyere**; nella ricetta troviamo poi burro, siero e proteine del latte. Se contengono grassi vegetali perdono il diritto di chiamarsi formaggi fusi. Fino a qualche anno fa era utilizzato anche il polifosfato, rimasto ora solo in un 10-15 per cento della produzione. Additivi e coloranti non dovrebbero essere presenti; in etichetta si possono invece trovare i sali da fusione, cioè citrato di sodio. La

"materia prima" sono forme di 20-25 chilogrammi per lo più importate dall'estero: i paesi di provenienza sono tipicamente Germania e Francia, e in quantitativi minori Austria e Olanda. Non mancano naturalmente imprese che adottano il formaggio italiano, prodotto soprattutto in Lombardia e nella Pianura Padana, o più raramente la fontina e il provolone. In ogni caso, formaggi che garantiscano un sapore delicato e un gusto omogeneo.

Anche se proprio quest'omologazione fa "storcere il naso" a **gourmet** e gastronomi: «La bellezza di un prodotto alimentare è la sorpresa, la possibilità di rintracciare sfumature diverse – afferma **Rosa Capece**, maestro assaggiatore di formaggio –. Qui siamo all'appiattimento del gusto. Il segno distintivo di valore comunicato dalla pubblicità è che le fette siano già tagliate e pronte all'uso, che permettano delle decorazioni geometricamente perfette. Oppure viene esaltata la capacità di filare, ma solo per un fatto estetico. Meglio sarebbe andare a riscoprire il sapore dei nostri formaggi freschi».



prodotto a marchio 

servizio da IsoTè

Senza conservanti e coloranti, antiossidante, testato dalla Federazione Italiana Canottaggio. L'IsoTè a marchio Coop, una bevanda pensata apposta per gli sportivi.
di Anna Somenzi

Bevande che ripristinano l'equilibrio dei sali minerali persi con la sudorazione, che favoriscono il recupero di un tasso glicemico adeguato (l'energia consumata), che aiutano a contrastare i radicali liberi che si formano durante l'attività fisica. Tra i cosiddetti isotonici dedicati a chi fa sport – 22 milioni di italiani praticano attività sportiva almeno in modo discontinuo, 12 milioni con regolarità – anche l'IsoTè a marchio Coop, nato dalla collaborazione con la **Federazione Italiana Canottaggio**, e consente il recupero di energia, di liquidi e sali minerali, e svolge un'azione antiossidante. Grande attenzione agli ingredienti: senza conservanti e tantomeno coloranti, solo sostanze naturali. Contiene fruttosio come dolcificante, zucchero semplice che con un indice glicemico basso non causa fluttuazioni della glicemia e dell'insulina e si digerisce bene e il tè verde che con la sua azione antiossidante aiuta a smaltire i radicali liberi che l'intensa attività sportiva porta con sé. Per dare aroma e colore sono impiegati solo ingredienti naturali, limone e arancia, il succo di limone come correttore di acidità naturale, a garanzia della conservazione il succo di acerola, molto ricca di vitamina C.

SU DI TONO

Intervista a **Antonio Spataro**, responsabile della commissione medica della **Federazione Italiana Canottaggio**.

Il professor **Antonio Spataro**, come responsabile della commissione medica della **Federazione Italiana Canottaggio**, ha seguito e coordinato i **test** della nuova bevanda isotonica Coop svolti sugli atleti della squadra di canottaggio che parteciperanno alle prossime Olimpiadi di Pechino.

A cosa serve una bevanda isotonica?

«Mantenere un buono stato di idratazione è essenziale per il nostro organismo costituito per il 60-70 per cento di acqua. Lo è ancora di più durante l'attività sportiva in cui si perdono più liquidi e sali per la sudorazione. Reidratare non vuol dire assumere soltanto acqua ma reintegrare la quota di sali minerali persi. Questo è possibile attraverso l'uso di bevande isotoniche».

Perché sono importanti gli antiossidanti, presenti nella bevanda Coop?

«Il nostro organismo cerca di difendersi dall'eccessiva produzione di radicali liberi e dallo **stress** ossidativo, causa di malattie degenerative, cancro e precoce invecchiamento, producendo naturalmente degli antiossidanti endogeni. Va tenuto presente che ciascun antiossidante ha un campo di azione limitato e quindi a seguito di un'attività fisica intensa o in caso di un'alimentazione



sbilanciata può determinarsi un **deficit** antiossidativo. Ecco perché si rende necessario un supplemento di sostanze antiossidanti, come per esempio il tè verde».

Veniamo all'impiego del fruttosio al posto di saccarosio o sciroppi di glucosio.

«Il problema dello sportivo prima, durante e dopo lo sforzo, è mantenere un buon livello di glucosio nel sangue per rifornire adeguatamente i muscoli e il cervello, prolungare la durata dello sforzo, migliorare la capacità di coordinazione neuro-muscolare, l'attenzione mentale e ritardare i sintomi di fatica. Il fruttosio in piccole quantità è un ottimo carburante, con indice glicemico inferiore a quello degli altri zuccheri».

Come si sono svolti i test?

«Sono stati effettuati su 44 atleti della squadra olimpica e nazionale di canottaggio una serie di **test** ematici e prelievi di urine prima e dopo lo sforzo, valutando le capacità reidratanti energetiche e antiossidanti della bevanda Coop. Ebbene non abbiamo osservato alterazioni della **performance** e non abbiamo rilevato metaboliti pericolosi per l'organismo. Inoltre i dati confermano il potere idratante energetico e antiossidante della bevanda».

In che misura i risultati e le raccomandazioni che valgono per atleti olimpici riguardano anche gli sportivi "della domenica"?

«Questa bevanda è raccomandabile a tutti coloro che praticano attività sportiva indipendentemente dal livello agonistico, dall'età e dal sesso».



CULTURA, TEMPO LIBERO, INNOVAZIONE

Fuori programma

La Tv pubblica
secondo Carlo Freccero.

Parato a festival

Quello pucciniano
per i 150 anni del maestro.

Mi piaci a bestia

Ci vorrebbe un amico...
a quattro zampe.



fuori programma

Per tutti, innovativa, che sappia coniugare cultura e spettacolo. Ecco come dovrebbe essere la Tv pubblica secondo Carlo Freccero, ex direttore televisivo e autore della trasmissione *Rockpolitik*, ospite della Biblioteca Liber del supermercato Coop Laurentino di Roma.
di Enrico Mannari

Identità e utilità del servizio pubblico televisivo. Ne ha parlato **Carlo Freccero**, da par suo, nel corso del primo di una serie di "incontri con l'autore" presso la biblioteca **Liber** del supermercato Coop Laurentino di Roma. Nei primi anni Ottanta Freccero è stato direttore dei palinsesti di **Canale 5** e **Italia 1**, direttore di **Raidue** dal 1996 al 2002. Nel 2003 è stato allontanato da ruoli di responsabilità in **RAI**, per tornarvi come autore di trasmissioni televisive **cult**. Attualmente è presidente di **Rai Sat**.

Che cosa contraddistingue il servizio pubblico nell'attuale contesto televisivo?

«Il servizio pubblico dovrebbe avere una sola missione: essere l'unica Tv libera, al servizio di tutto il pubblico, non solo del **marketing** e del sistema politico. Non è auspicabile ridurre la Tv pubblica a un clone di quella commerciale perché la sparizione del servizio pubblico implicherebbe un impoverimento del pluralismo culturale».

Allora a che tipo di televisione si può pensare?

«È chiaro che un limite della televisione attuale è la chiusura alla sperimentazione, l'assenza di ricerca di nuovi talenti, la ripetitività dei programmi, l'omologazione fra le reti e soprattutto fra i modelli televisivi. D'altronde l'appalto della produzione dei programmi a società esterne che forniscono prodotti indifferentemente alle Tv pubbliche e private ha fortemente standardizzato il gusto medio. Il "già visto", i soliti programmi e i soliti volti sono il limite della Tv di oggi. Occorrerebbe una Tv che sorprenda il suo pubblico con programmi innovativi e stimolanti, che faccia comunque i conti con l'**audience**,

misurandosi con i meccanismi di funzionamento della televisione e con quelli di interazione multimediale. La Tv generalista può trovare nello stesso digitale l'opportunità di moltiplicare la propria offerta».

Insomma qual è il futuro della Tv?

«Intanto va ricordato che lo specifico della Tv è la diretta con cui raggiunge le sue migliori **performance** nell'informazione e nell'intrattenimento. Ad esempio anche nel **talk show** e nel **reality** la diretta ha un posto centrale. Ma ciò che dovrebbe fare il servizio pubblico è riaprirsi al mondo col **reportage**, l'inchiesta, il dibattito».

C'è spazio per la cultura nella Tv pubblica?

«Fare cultura a livello di massa è oggi possibile. Si tratta di trasformare l'operazione culturale in evento, come nel caso di Paolini, Benigni, Celentano. Insomma si deve avere il coraggio di dare spazio alla televisione per eventi, creare l'attesa per i grandi appuntamenti che sappiano veramente appagare le aspettative del pubblico».

Come si concilia tutto questo con le esigenze della pubblicità?

«Abbiamo attribuito agli inserzionisti la ricerca dell'**audience** a tutti i costi e di conseguenza l'abbassamento del prodotto televisivo secondo gli **standard** del minimo comun denominatore. La Tv pubblica può contare sul canone ma ha bisogno anche degli investimenti pubblicitari. Una soluzione è quella di selezionare gli investitori rivolgendosi ad un pubblico "alto". Vorrei fare un esempio pratico. Il programma di Celentano, coniugando **audience** e qualità, ha permesso di ammortizzare gli alti costi con inserzioni pubblicitarie andate a ruba».





parato a festival

1858-2008, ricorrono i centocinquanta anni della nascita di Giacomo Puccini. E a Torre del Lago si aprono celebrazioni degne di un grande anniversario.
di Cristina Vaiani

150 anni e... sentirli. A Torre del Lago si festeggia l'anniversario della nascita di Giacomo Puccini con concerti, mostre, convegni e con il festival a lui dedicato da oltre mezzo secolo. Ma anche e soprattutto con una grandiosa inaugurazione. A un passo dai luoghi della sua ispirazione, a lui tanto cari, dove visse e compose per trent'anni, è nato il **Parco della Scultura e della Musica di Giacomo Puccini** con il nuovo Gran Teatro all'aperto realizzato nel giro di due anni che alza il sipario la prima volta proprio per l'occasione. In cemento, legno e cristallo, 3.200 posti l'anfiteatro e 495 l'**auditorium**, sofisticati impianti tecnologici e acustici, un grande **foyer** e immensi spazi nel verde dove sono raccolte le opere più significative degli allestimenti pucciniani firmati dai grandi artisti di **Scolpire l'opera.**

musica maestro!

Nientemeno che Riccardo Chailly e l'Orchestra Filarmonica della Scala per il concerto di inaugurazione (15 giugno) della nuova arena di Torre del Lago e del **Festival Puccini 2008**. Completano... l'opera, sul palco, il Coro Filarmonico della Scala e interpreti di primissimo piano tra cui Martina Serafin alle prese con arie da **Il Trittico** e **Turandot**. Toccherà invece a Yuri Temirkanov, tra i direttori

più applauditi nel mondo, salire sul podio, il **6 luglio**, per dirigere la **Bolshoi Theatre Orchestra**, fondata nel 1776 da Caterina II mettendo insieme trentacinque elementi selezionati tra la servitù e guidata negli anni 1904-1906 da Rachmaninov, oggi una delle più imponenti orchestre del mondo.

all'opera

L'incompiuta **Turandot** apre l'**11 luglio** la stagione operistica di Torre del Lago, costellata di stelle della lirica internazionale, di registi rinomati a livello mondiale come Maurizio Scaparro, e di scenografi del calibro di Roger Dean che negli anni Settanta firmò tra gli altri le copertine degli album dei Pink Floyd. Ma anche grandi nomi della storia del costume, da Ezio Frigerio che firma le scene di **Turandot** a Franca Squarciapino vincitrice nel 1991 del premio Oscar per i costumi di **Cyrano de Bergerac** ci "riprova" ora con **Turandot**, da Igor Mitoraj che vestirà **Tosca** a Ugo Nespolo autore di costumi e scene di **Madama Butterfly**. Tra le opere in cartellone la prima volta a Torre del Lago di **Edgar** che debutta il **9 agosto** con l'obiettivo, già perseguito l'anno scorso con **La Rondine**, di valorizzare le partiture poco rappresentate e ingiustamente relegate tra i titoli minori. ■

Puccini al cinema

Ci sarà anche un **dopofestival** con mostre, convegni e una rassegna di proiezioni cinematografiche dedicate al grande compositore con incontri fuori programma con attori e personalità. **Puccini al cinema - frame by frame** si articolerà in una mostra documentaria che ripercorre la storia del cinema attraverso le opere dedicate al compositore e in una retrospettiva cinematografica dove saranno riproposti, con proiezioni in dvd, 30 titoli tra i più significativi. Anche gli otto minuti di inedito **Una giornata con Puccini** che ritrae il maestro al pianoforte o mentre passeggia sul lago ritrovato dal regista Paolo Benvenuti durante le ricerche per il suo film **La fanciulla del lago**. **Puccini nel cinema** è anche l'argomento della terza sezione (29-30-31 agosto, Torre del Lago) del convegno a cura di Virgilio Bernardoni, Piermarco De Santi, Michele Girardi, Arthur Groos. Le altre sezioni il 5 e 6 luglio a Torre del Lago dal titolo "Mettere in scena Puccini, ieri e oggi" e il 28, 29 e 30 novembre a Milano con "La critica e la tradizione delle opere". Mostre e rappresentazioni anche all'estero: a novembre **Madama Butterfly** in mostra a Nagasaki e **Le donne di Giacomo Puccini** a Tokyo.



«Come Unicoop Tirreno abbiamo dato e continueremo a dare un contributo forte all'affermazione di un importante progetto culturale come quello di Puccini a Torre del Lago. Ci piace l'idea di essere tra i protagonisti della crescita culturale, della promozione e quindi della qualificazione di un territorio in Italia e all'estero. Un grande patrimonio culturale da condividere e sostenere».
Marco Lami
presidente di **Unicoop Tirreno**



INTERVISTA

Tre domande al presidente della Fondazione Festival Puccini, **Manrico Nicolai**.

Come ci si prepara e cosa ci si aspetta da un anniversario come questo?

«Sono due anni che stiamo lavorando alla preparazione di questo anniversario sia come **Fondazione** sia come **Comitato nazionale celebrazioni pucciniane** istituito dal Governo di cui sono vicepresidente. C'è una filosofia dietro questo 150°. Anniversari se ne celebrano tanti, di solito non resta niente dopo la festa. Noi vogliamo invece che questo anniversario lasci delle eredità sul territorio: un teatro nuovo che è anche **Parco della musica** dedicato a Puccini che lascerà un segno indelebile nel territorio e nel tempo, un metodo di lavoro ispirato alla collaborazione tra realtà locali, dalla provincia di Lucca alla regione Toscana, e infine la promozione del territorio sul piano internazionale. A questo proposito stiamo "esportando" all'estero non solo la musica di Puccini ma la sua terra d'origine con mostre e convegni. Persino il **Premio Puccini**, alla sua 38° edizione, varca i confini nazionali. La Statuetta, riproduzione in bronzo della scultura di Trubetzkoy raffigurante Puccini, sarà assegnata al personaggio, all'interprete, all'istituzione stranieri che si sono maggiormente distinti nel repertorio operistico o nell'attività di promozione e di valorizzazione dell'eredità del maestro nel proprio paese. Andrà tra gli altri al maestro Angelo Gobbato direttore della Scuola di Opera della University of Cape Town e a Petro Chupryna direttore artistico del Teatro Nazionale dell'Opera d'Ucraina. A Torre del Lago sarà "premiato" Plácido Domingo».

Cosa si augura per il futuro?

«Che lo straordinario diventi ordinario. Obiettivo delle celebrazioni 2008 è un rafforzamento della musica sul territorio. Tra Torre del Lago e Lucca saranno rappresentate da giugno a dicembre tutte le opere del maestro, una

sorta di rete musicale sul territorio. Ci auguriamo che lo "spirito" che ha animato il 2008 si ripeta anche nel futuro e non solo in occasione di anniversari come questo».

I rapporti della Fondazione con Coop.

«A Coop ci accomuna un'affinità politica, che è anche culturale, che consiste nel valorizzare le eccellenze del territorio e nel far crescere un pubblico consumatore di prodotti di qualità. Entrambe speriamo in un affinamento delle politiche di promozione della cultura e un prosieguo della collaborazione tra istituzioni per la diffusione e la divulgazione della cultura».

54° Festival Puccini

Inaugurazione del nuovo Teatro all'aperto

Domenica 15 giugno

Giacomo Puccini IV atto **Inquietudini moderniste**

Concerto inaugurale in collaborazione con il Comitato Nazionale Celebrazioni Pucciniane, Orchestra e Coro della Filarmonica della Scala. Direttore Riccardo Chailly

Domenica 6 luglio **Concerto Omaggio a Puccini**

Coproduzione con l'Accademia Chigiana in Siena, Orchestra del Bolshoi. Direttore Yuri Temirkanov

Opere liriche

TURANDOT 11, 19, 25 luglio; 3, 10, 23 agosto

TOSCA 12, 18, 27 luglio; 8, 22 agosto

MADAMA BUTTERFLY 20, 26 luglio; 2, 17 agosto

EDGAR 9, 16 agosto

Orario tutte le rappresentazioni iniziano alle 21.15

Sconto ai soci Coop del 10% su tutte le rappresentazioni ad eccezione dei due concerti di inaugurazione e di Edgar del 16 agosto che prevedono uno sconto del 20%

Info 0584353304-22, info@puccinifestival.it, www.puccinifestival.it
biglietteria 0584359322; ticketoffice@puccinifestival.it

I biglietti si possono acquistare anche nelle biglietterie Box office nei supermercati di Livorno La Rosa, Cecina, Rosignano, Avenza, Follonica, chiosco Fonti del Corallo di Livorno.

un vero artista

Giovanni Fattori tra epopea e vero è un omaggio che Livorno fa al suo artista più famoso nel centenario della morte. La più grande mostra dedicata al pittore macchiaiolo con 290 fra dipinti, disegni e incisioni, oltre a un numero analogo di fotografie, lettere, taccuini di schizzi, oggetti come il torchio delle prime acqueforti, le punte con cui incideva, la poltrona su cui è ritratta la terza moglie, la cassetta dei colori e molto altro ancora. In venti sezioni – diciotto ospitate nei Granai e due nei saloni di Villa Mimbelli – "tutto Fattori" dalle più vaste tele di battaglia ai ritratti, ai grandi quadri dei butteri. Nel segno del vero.

Info: **Giovanni Fattori tra epopea e vero**

Livorno - Museo Civico e Granai di Villa Mimbelli.

Fino al 6 luglio, tutti i giorni dalle 10 alle 13 e dalle 16 alle 19 (chiuso il lunedì). Museo Fattori, tel. 0586808001; Granai di Villa Mimbelli, tel. 0586811114





mi piaci a bestia

Rassicuranti, affettuose, senza complicazioni. Gli uomini preferiscono le bestie.
di Rita Nannelli

Un cucciolo ci salverà... Alla domanda perché il cane è tanto importante si risponde, infatti, "Mi fa compagnia" oppure si fa riferimento a quella tanto riconosciuta dote di fedeltà che sembra, tra tante, la più ambita. Ma oltre a Fido, tra le quattro mura degli italiani vivono gatti, pesci da acquario, uccelli, roditori e animali esotici "casalinghi" e la tendenza – circa 50 milioni di animali domestici – è tanto forte da costituire un costume sociale. Se è vero che è sempre più spiccata la sensibilità verso i cosiddetti animali d'affezione che entrano a far parte di molte famiglie, considerati e viziati quasi alla stregua di un membro a tutti gli effetti, secondo gli psicologi è lo stile di vita del mondo occidentale, ritmi frenetici e minuti contati, in cui si comunica poco e male e ci si arrabbia molto, a fare di un cucciolo un'ancora di salvataggio, un "surrogato affettivo".

mi Fido di te

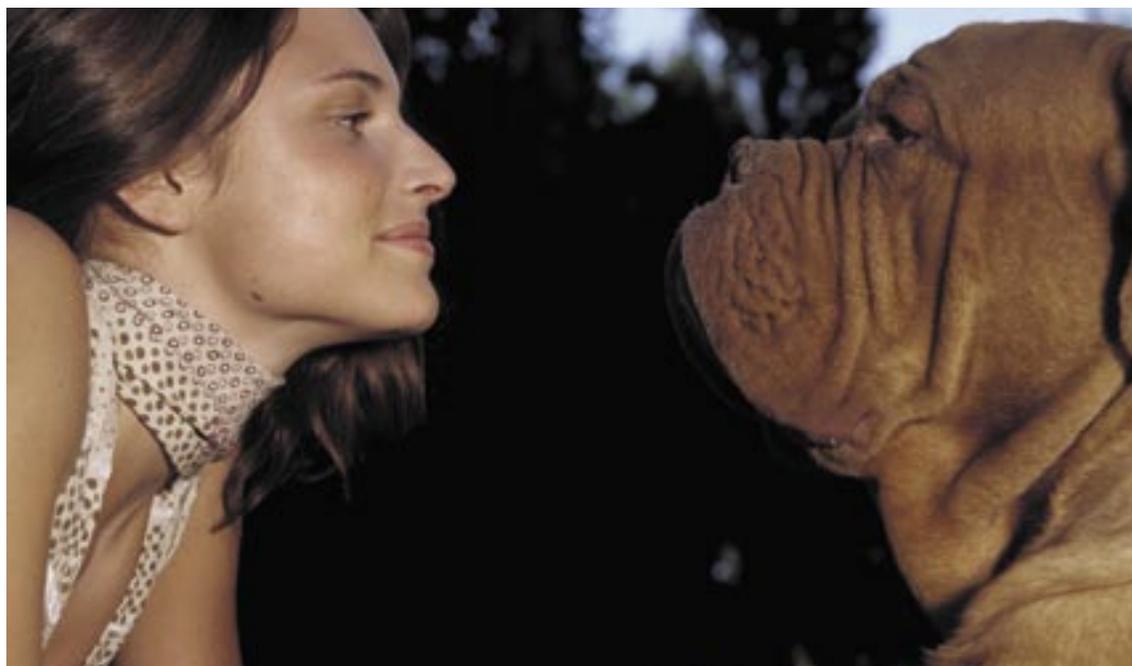
«Forse il rapporto con un amico a quattro zampe è più "sicuro" nel senso che è più semplice – spiega **Mariacandida Mazzilli**, psicologa e psicoterapeuta responsabile del sito www.psicologiadonna.it –, l'animale non ci tradisce, lui sceglie noi e noi scegliamo lui. Specialmente il cane vive solo per noi».

E oggi è più che mai vero. «Sì. Vivendo in città che non favoriscono i rapporti interpersonali, nelle quali le famiglie sono sempre meno numerose, la "vicinanza" di un animale domestico può diventare molto importante

– risponde Mazzilli –. Dove le emozioni sono soffocate da monotonia e aridità affettiva la presenza di un cagnolino può trasmettere vitalità e rappresentare il tramite per oltrepassare le barriere del silenzio. Si pensi, ad esempio, a un figlio adolescente che comunica poco in famiglia: i discorsi possono facilmente essere convogliati sull'amico a quattro zampe come pretesto per stimolare il dialogo. Anche nella vita di coppia un cane o un gatto hanno spesso una funzione molto delicata: possono compensare in parte la mancanza di un bambino o il vuoto che hanno lasciato i figli andati a vivere altrove».

gatta ci cova

Non che ci sia un nesso diretto tra la crisi di coppia, la difficoltà di capirsi e la crescita di animali in famiglia – basti pensare che molti giovani conviventi adottano cani e gatti e nell'accudirli consolidano il loro affiatamento –. Ma in una società in cui ci si saluta di corsa al mattino con la tazza di caffè in una mano e lo zaino del figlio nell'altra, assillati da una vocina interiore che ripete di continuo "non ho tempo", gli animali di casa diventano, secondo gli esperti, un punto di riferimento emotivo sicuro: accarezzare il nostro cane quando ci accoglie al rientro a casa come se fosse sempre la prima volta, giocare con lui o accudirlo quando è raffreddato, coccolare il gatto acciambellato sul divano, ci rilassa, ci rassicura, ci aiuta a liberare quelle emozioni spesso bloccate nei confronti dei nostri simili.





le vite degli altri a cura di Barbara Autuori

ben d'Africa

animal house

C'è un però che chiarisce Mazzilli: «Non dobbiamo commettere l'errore di considerare l'amico a quattro zampe come una persona o, al contrario, come un oggetto, perché c'è il rischio concreto di perdere l'occasione di vivere un'esperienza unica, di grande arricchimento emotivo, culturale ed affettivo che può avere origine solo dal rispetto». In sostanza chi non sa amare una compagna o un figlio, non sa amare neanche un animale o meglio «le dinamiche di rapporto che abbiamo interiorizzato le proiettiamo anche su di lui – riprende Mazzilli –. Chi è possessivo lo è anche con il proprio gatto, chi è superficiale tratterà superficialmente anche il proprio cagnolino, magari lasciandolo solo per ore o non accorgendosi quando sta male. Chi è sensibile, ha paura dell'abbandono o teme i rapporti con gli altri è più facile che si dedichi di più al proprio cane e che investa tutto su di lui». E allora a ben guardare l'amore per gli amici a quattro zampe non è poi così facile perché deve essere nutrito continuamente, occorrono senso di responsabilità, cura, dedizione, rispetto, proprio come in ogni altro rapporto, appunto. Sarebbe bello al riguardo conoscere anche il loro punto di vista. ■

HELLO DOG!

Brandine, cuscini e lettieri antiodore, vestitini, rosicchiotti, giochi di ogni tipo – dai topi meccanici al gufetto-paperotto –, **shampoo** rivitalizzante, spazzola dosatrice di **shampoo** e chi più ne ha più ne metta. Cresce in Coop l'assortimento degli accessori per cani e gatti (oltre 300 articoli negli Ipermercati, quasi 120 nei Super) perché agli amici a quattro zampe proprio non vogliamo far mancare nulla, soprattutto nelle città del Centro-Nord, dove i cuccioli si viziano più che al Sud. E anche per la "pappa" di Fido e compagni non c'è che l'imbarazzo della scelta: dal **pâté** agli **snack** ai bocconcini da veri **gourmet** come quelli di carne, uova e formaggio. Prodotti di alta qualità (quasi 200 articoli negli Iper, un centinaio nei Super), gustosi e attenti alla salute degli animali tra cui quelli **light** contro l'obesità e quelli che aiutano la digestione.

CAN CHE MORDE

Dall'**Approvato dai soci** all'**Approvato** dagli amici a quattro zampe. Presso gli impianti sportivi di San Vincenzo in programma il primo giugno **A tavola con Fido**, degustazione da parte dei cani del prodotto Coop e di quello **leader** nell'ambito del **pet food** organizzata dalla Sezione soci di S. Vincenzo-Venturina, con il patrocinio del Comune di San Vincenzo, nell'ambito della **Festa del Cane** promossa dall'**Associazione Animali per Amici** di San Vincenzo. Un'altra testimonianza dell'attenzione che Coop dimostra verso il benessere degli animali, perché sapere se il menu è di loro gradimento conta e come.

Da muratore a missionario laico. La scelta di Nonno Luigi innamorato dell'Africa.

Luigi Panzeri, per tutti Nonno Luigi, è un missionario laico fondatore della **Ndugu Zangu Christian Community** nel villaggio di Oldonyiro, a circa 350 km da Nairobi, Kenya. **Ndugu Zangu** significa fratellanza.



Com'era la sua vita prima d'incontrare l'Africa?

«Quella di un uomo normale. Nato nel 1936 a Cassago Brianza, Lecco, muratore, sposato con quattro figli. Nel 1985 sono arrivato in Kenya per caso, insieme ad un amico. Il contatto con la gente, in particolare con i bambini, è stata una folgorazione che mi ha incatenato all'Africa. Rimasto vedovo, cresciuti i miei ragazzi, dopo la pensione ho deciso di trasferirmi definitivamente nel nord del Kenya, in una missione tra i pastori nomadi Samburu».

Attività prioritaria dell'Associazione è quella di curare in Italia bambini e ragazzi cardiopatici. Come ha intrapreso questa strada?

«Nel 2001 è arrivato in comunità un bambino di 6 anni cardiopatico e non ho avuto il coraggio di lasciarlo al suo destino. Lo abbiamo fatto operare in Italia. A ruota, sono iniziati gli altri "viaggi della speranza"».

Quanti sono i ragazzi finora operati in Italia?

«Dal 2001 abbiamo effettuato nove "viaggi della speranza" che hanno permesso di salvare 38 ragazzi tra i 5 e i 23 anni. Abbiamo esordito all'Ospedale Pediatrico Apuano di Massa, poi agli Ospedali Riuniti di Bergamo e l'anno scorso anche al Sant'Anna a Torino. Tutti gli interventi hanno ottenuto l'approvazione delle rispettive Regioni. Gli ultimi tre bambini sono stati operati lo scorso aprile a Torino e ora stanno bene».

Le è mai capitato di pensare di non farcela?

«All'apertura della comunità mi sono trovato solo. Più volte ho avuto la tentazione di mollare tutto e scappare. Ma la fede mi ha sostenuto, così come gli amici dell'Italia che credevano nella mia pazzia di amare il prossimo».

Come finanziate la Comunità e i viaggi della speranza?

«Grazie al gruppo di sostegno **Amici di Ndugu Zangu ONLUS** (www.amicidinduguzangu.org) che organizza raccolte fondi e promuove iniziative per sostenere la nostra attività. Con noi collaborano tanti amici, gente comune che crede in questo nostro progetto d'amore». ■

Offerte speciali per i Soci Coop

ITALIA - CALABRIA MONTEPAONE LIDO - CZ

HOTEL VILLAGGIO CALAGHENA ****

Periodi di soggiorno **fino al 27 SETTEMBRE**
Durata **8 giorni / 7 notti**
Trattamento **PENSIONE COMPLETA (1)**

QUOTA CATALOGO (2) **QUOTA SOCI COOP (2)**

€ 455	fino al 14/6 cam. standard	€ 409
€ 525	fino al 14/6 cam. comfort	€ 472
€ 525	dal 14 al 28/6 cam. standard	€ 472
€ 595	dal 14 al 28/6 cam. comfort	€ 535
€ 560	dal 28/6 al 5/7 cam. standard	€ 504
€ 630	dal 28/6 al 5/7 cam. comfort	€ 567
€ 595	dal 5 al 12/7 cam. standard	€ 535
€ 665	dal 5 al 12/7 cam. comfort	€ 598
€ 665	dal 12 al 26/7 cam. standard	€ 598
€ 735	dal 12 al 26/7 cam. comfort	€ 661
€ 735	dal 26/7 al 9/8 cam. standard	€ 661
€ 805	dal 26/7 al 9/8 cam. comfort	€ 724
€ 945	dal 9 al 16/8 cam. standard	€ 850
€ 1.015	dal 9 al 16/8 cam. comfort	€ 913
€ 875	dal 16 al 23/8 cam. standard	€ 787
€ 945	dal 16 al 23/8 cam. comfort	€ 850
€ 805	dal 23 al 30/8 cam. standard	€ 724
€ 875	dal 23 al 30/8 cam. comfort	€ 787
€ 525	dal 30/8 al 6/9 cam. standard	€ 472
€ 595	dal 30/8 al 6/9 cam. comfort	€ 535
€ 455	dal 6 al 13/9 cam. standard	€ 409
€ 525	dal 6 al 13/9 cam. comfort	€ 472
€ 385	dal 13 al 27/9 cam. standard	€ 346
€ 455	dal 13 al 27/9 cam. comfort	€ 409

(1) bevande incluse, pasti a buffet.

(2) a persona a settimana in camera doppia.

Tessera club obbligatoria da pagare in loco, a settimana: € 35 adulti, € 30 ragazzi 11-18 anni n.c., € 25 bambini 2-11 anni n.c. Noleggio cassette di sicurezza in camera: € 15 a settimana. Piano Famiglia - bimbi fino a 3 anni gratuiti in culla propria - suppl. culla (su richiesta) a settimana: € 49 catalogo, € 44 quota soci, in tutti i periodi. Riduzione 3° e 4° letto 3-11 anni n.c.: 50% fino al 5/7 e dal 30/8 al 27/9 - 30% dal 5/7 al 30/8.

Riduzione 3° e 4° letto ragazzi 12-18 anni n.c.: 20%. Riduzione 3° e 4° letto adulti: 10%.

Supplemento camera family (2 camere da letto separate), a settimana, da applicare sulla quota comfort: € 70 catalogo, € 63 quota soci, in tutti i periodi. Supplemento camera doppia uso singola: € 70 catalogo, € 63 quota soci fino al 28/6 e dal 30/8 al 27/9; € 105 catalogo, € 95 quota soci dal 28/6 al 30/8.

Offerte promozionali: vacanza lunga 14 notti, pagamento 13 notti; viaggi di nozze e over 60: sconto 15%. Soggiorni inferiori a 7 notti: maggiorazione del 15% sulla tariffa giornaliera.

OFFERTE A DISPONIBILITA' LIMITATA

Un'estate italiana.

I colori del nostro mare, il profumo dei nostri boschi, le escursioni da alternare ad una giornata sulla spiaggia, le rilassanti camminate sui sentieri montani, oleandri, ulivi, gerani ed abeti. I soggiorni in Italia, al mare e in montagna, sono in offerta per i soci Coop, qualità e risparmio garantiti.

In Calabria, all'Hotel Villaggio Calaghena.

Una vacanza per tutti (mare, sole, natura) con la possibilità di conoscere il territorio e le sue tradizioni folcloristiche ed enogastronomiche. Ottima struttura 4 stelle, situata a Montepaone Lido, tra Copanello e Soverato, nel suggestivo golfo di Squillace.

Mare o montagna?

In collaborazione con Orovacanze tante soluzioni con l'imbarazzo della scelta. **Preferite il mare?** In **Toscana**, il Garden Club*** a San Vincenzo e il Club Ortano Mare, Residence*** e Hotel****, all'Elba; nelle **Marche** il Club Le Terrazze***, Residence e Hotel, a Grottammare; in **Puglia**, in formula Residence, Le Villette di Leuca e il Complesso Le Sorgenti; in **Calabria** il Club Hotel Itaca**** e il Club Costa di Simeri**** Residence e Hotel, entrambi a Simeri; sempre in Calabria il Club Eurovillage Nausicaa**** Residence e Hotel a Rossano Calabro; in **Sardegna** il Residence Club Capo d'Orso Marina*** e il Club Hotel Posada, entrambi a Palau, il Residence San Teodoro a S. Teodoro, l'Hotel San Paolo*** a Porto San Paolo, il Club Costa Verde*** Residence e Hotel a Marina di Arbus. **Se invece preferite la**

montagna: in **Piemonte**, il Grand Hotel Principi di Piemonte**** a Sestriere, in **Trentino** il Club Hotel Majestic Dolomiti*** e il Club Residence Pez Gajard**** a S. Martino di Castrozza, ed infine in Friuli l'Hotel Villa Alpina*** e l'Hotel I Larici**** a Forni di Sopra. **Per i soci Coop: riduzione del 10% sulle quote da catalogo**, ad eccezione delle quote da pagare in loco. Soggiorni fino a settembre, sabato/sabato o domenica/domenica in pernottamento, mezza pensione o pensione completa, secondo la struttura scelta. **Informazioni dettagliate presso tutte le agenzie di viaggi convenzionate o contattando il Numero Verde.**

Arrivederci al prossimo numero con altre notizie e proposte di viaggi.

Queste sono solo alcune proposte di viaggi riservate ai Soci Coop: contatta il Numero Verde per conoscere tutte le altre offerte e l'agenzia di viaggi convenzionata più vicina.

Numero Verde
800-778114

ORARI:
09.30-14.00
15.00-18.30
LUNEDÌ - VENERDÌ

visita il nostro sito

www.mondovivo.it

viaggi per turisti responsabili:
troverai molti suggerimenti e proposte per viaggiare secondo i principi di un comportamento eticamente corretto.

MONDOVIVO
VIAGGI PER TURISTI RESPONSABILI

coop

Unicoop Tirreno

in collaborazione con

ITC



aria fresca a cura di Barbara Bernardini

città nuova

H2PIA, la città del futuro è ecologica.

Immaginate di vivere in una città con un cielo pulito, aria respirabile, tante piante, e di non dover più pagare la bolletta energetica. Sembra un'utopia, invece è un progetto concreto in corso di realizzazione nella ecologica Danimarca. Si chiama **H2PIA**, è una **concept city**, un prototipo di città a cui dovrebbero ispirarsi tutti i nuovi insediamenti urbani del mondo. L'obiettivo è quello di

risolvere definitivamente il problema energetico intorno al quale ruota non solo l'economia dei popoli ma anche la loro salute, l'inquinamento dell'ambiente e il riscaldamento globale del pianeta. Nel progetto le unità abitative, ville, condomini o strutture amministrative, sono dotate di una struttura dal **design** futuristico che consente la produzione autonoma – da fonti rinnovabili come il sole e il vento – di energia pulita che viene trasformata in idrogeno (da cui il nome appunto di **H2**). Ogni casa, insomma, è una



centrale a sé stante, silenziosa, sicura e soprattutto pulita. L'idrogeno potrà essere usato per le necessità energetiche del fabbricato, ma anche per alimentare auto e mezzi pubblici eliminando completamente il problema dell'inquinamento in città. Sorge spontanea la domanda: se è così facile, perché non lo facciamo dappertutto? Secondo gli scienziati del **Quasiamore Laboratory**

del **MIT** di Boston, la difficoltà del passaggio definitivo all'economia a idrogeno è legata a molti fattori, per primi la scarsa efficienza e il costo elevato dei sistemi di produzione di idrogeno rispetto ai combustibili fossili.

Ma è solo questione di tempo e ricerca: gli esperti indicano il progetto **H2PIA** come l'unico modello possibile di sviluppo urbano per l'intero pianeta. Da qualche parte il cambiamento deve pur cominciare e **H2PIA** è un promettente inizio.

tempi moderni a cura di Rita Nannelli

trucco e parrucco

La moda estiva fra intramontabili classici, grandi ritorni e qualche novità.

Ritorno agli anni Sessanta per i **costumi da bagno**. Interi e **bikini** con stampe floreali – su tutte le margherite in stile Saint Tropez – e disegni geometrici, o in tinta unita: azzurro, giallo, bianco, fucsia, salvia e nero. Tra gli accessori borse, camicette e copricostume con lo stesso motivo del due pezzi.

Fiori, animali, simboli giapponesi impressi sul braccio, sulla spalla o sulla caviglia, ma in riva al mare rigorosamente finti. Neppure il **tatuaggio** è più per sempre...

Unghie ben in vista con lo smalto rosso, intramontabile come il rossetto ciliegia.

Per le occasioni speciali o tutti i giorni. Nella **trousse** non possono mancare le **ciglia finte**, più lunghe sono, più fascinosa è lo sguardo.

Un classico dell'estate: le **tonalità calde**, aranciate e metalliche per occhi brillanti e una pelle baciata dal sole.

Torna il **frisé**. Si può scegliere se arricciare tutta la chioma o solo qualche ciocca qua e là.

Bandane, fasce, **foulard**, persino collanine. Ma per avere sempre la testa a posto meglio un **cerchietto** in plastica o metallo, anche rivestito di velluto, perfetto per un **look** da brave ragazze.

Comoda **pianella** per il giorno, **tacchi a spillo** per la sera tutto in una scarpa. Basta un click sul bottoncino e il tacco appare e scompare.



stelle cadenti

Vip sul viale del tramonto negli spot di Banca Intesa, in cui i veri Vip sono gli agenti della banca. Poco credibile? Forse sì. Ma sotto sotto fa piacere vedere "le stelle alle stalle".



Quanto è "Vip" un Vip? La misura della sua importanza (e non c'è bisogno di ricordare che **Vip** vuol dire appunto **very important person**) è data dalla riconoscibilità presso il suo pubblico. Qualunque personaggio famoso può cadere nella sindrome di **Sunset Boulevard** da un momento all'altro. Ricordate Gloria Swanson, che interpretava la diva del cinema muto Norma Desmond? Sospinta in un inesorabile cono d'ombra dalla nascita del cinema sonoro e del **technicolor**, aveva ormai solo una persona che la riconosceva: l'autista ed ex marito, innamorato ancora più o meno segretamente di lei, che aveva accettato quel ruolo subalterno pur di starle accanto, mentre lei provava gli ultimi fremiti amorosi nei confronti del giovane e prestante William Holden. Ed un momentaneo oscuramento di popolarità può succedere a qualunque personaggio dello spettacolo e dello sport (i due grandi ambiti del divismo nei quali si concretizzano le proiezioni e le identificazioni ideali del pubblico) quando si affaccia all'orizzonte una nuova stella che oscura quella che aveva brillato fino a quel momento. È ciò che mostrano gli **spot** di **Unicredit** in una campagna che ripete lo stesso schema volta volta con nuovi personaggi: Ornella Muti, Maria Grazia Cucinotta, tre dei più acclamati calciatori e ora anche Raoul Bova. I quali si sentono apostrofare (o credono che sia così) con un grido di incredulità e di ammirazione da un passante per la strada. Non hanno ancora finito di muovere gli angoli della bocca per atteggiare un sorriso di compiacimento che si accorgono che il grido di stupore non era rivolto a loro, ma ad un agente di **Banca Intesa** che passava da quelle parti. È lui il vero **Vip** che ha usurpato il loro posto nel cuore del provvisorio **fan**. E non c'è razionalizzazione che lenisca la cocente delusione, resa più acuta da un'ulteriore reazione del passante che gira il coltello nella piaga del disconosciuto **Vip** chiedendogli qualcosa che lo rende ancora più invisibile, come spostarsi, premere il pulsante di un ascensore o domandargli se ci sono in giro altri **Vip** oltre all'agente di **Banca Intesa**. Non resta al **Vip** che ingoiare il rospo, pur con un malrepresso mugugno o gesto di stizza. Poco credibile, ma divertente e sotto sotto apprezzato, con malcelata cattiveria, da tutti coloro che amano distruggere i miti in cui credono nel momento stesso in cui li innalzano sui piedistalli.

SPOT ci vuole stomaco

L'effervescente Brioschi ha scelto un modo molto diretto per ricordarci – nel caso ce ne fosse bisogno – la sensazione di una cena indigesta. Nel nuovo brevissimo spot un uomo dorme un sonno agitato nel suo letto, apre gli occhi e si ritrova a tu per tu con un cinghiale comodamente seduto sul suo stomaco. Ottima pensata, il problema però è che l'animale ha uno sguardo così tenero e inoffensivo che più che prendere un digestivo viene il dubbio che sia il caso di diventare vegetariani. (B.R.)

La Coop vista da vicino

Un inserto speciale che attraverso quattro interviste racconta cosa è oggi la cooperazione

Don Luigi Ciotti

Impegno concreto
contro mafie
e ingiustizia



Victor Ukmar

Sul fisco
non esistono
privilegi



Aris Accornero

Pratiche
di buona
occupazione



Stefano Zamagni

Coopearazione
vuol dire
democrazia



La voglia di discutere su come siamo partendo dalla realtà e senza pregiudizi

Ple coop sono utili? Perché sono una forma di impresa così particolare tanto da generare adesione o opposizione? Perché continuano a far discutere? Le Coop hanno conosciuto negli ultimi anni una rinnovata stagione di popolarità. Nel bene e nel male. C'è chi le ha attaccate da diretto concorrente (si pensi al proprietario di Esselunga e a tutta la bagarre scatenata dal suo libro), chi fatica a riconoscerle perché viziato da idee o ideologie di parte, chi le conosce e le apprezza, chi ne diventa socio ogni giorno aggiungendo la sua adesione a quella di oltre 6 milioni di persone. Forse per capirle davvero bisogna partire da una

distinzione di base da cui non si può prescindere. Le coop sono un'altra cosa rispetto alle imprese di capitali. Lo erano più di 150 anni fa quando sono nate. Lo sono ancora oggi che sembrano avere numeri da capogiro (solo se si pensa al mercato italiano, perché a collocarle nell'orizzonte europeo e/o mondiale la storia è ben diversa). Coop è infatti il primo marchio della gdo in Italia, ma è solo il 24esimo se lo si inserisce in una graduatoria europea. Ma a volte è proprio questa grandezza che genera malumori o diffidenze. Così come a volte è l'idea di pluralismo economico (una sicura ricchezza per il mercato) a disturbare.

segue a pag. 3



Intervista a Don Luigi Ciotti

Presidente di Libera
Associazioni nomi e numeri contro le mafie

“Impegno concreto contro

Don Ciotti racconta il suo rapporto con Coop: “Abbiamo raggiunto

Coop, unica catena della grande distribuzione organizzata, accoglie nei suoi punti vendita dal 2004 i prodotti di “Libera Terra”, ovvero i prodotti provenienti dalle terre confiscate alla mafia oggi coltivate e messe a profitto. Non si tratta certo di un’esperienza conclusa, ma anzi in forte crescita. Vogliamo comunque tracciare un breve bilancio?

È stata un’esperienza molto positiva, che ha accompagnato la crescita di queste cooperative portando competenze e consulenze preziose soprattutto nella costruzione di una rete commerciale. Per la prima volta in

Italia si possono trovare negli scaffali dei negozi prodotti provenienti dai territori confiscati alle mafie, prodotti che questa collaborazione ha migliorato anche nella qualità. E’ un segno importante, un potere dei segni che si contrappongono ai segni del potere mafioso. In secondo luogo la collaborazione con Coop – che in alcuni casi si è tradotta in atti di partecipazione concreta, come nel caso di Coop Adriatica, diventata socia della Cooperativa Placido Rizzotto – ha permesso la diffusione della conoscenza di queste realtà, del loro valore sociale. E’ stata un importante veicolo culturale, non soltanto commerciale. È essenziale che la collaborazione continui a svolgersi all’insegna di questo spirito, della volontà di migliorarsi ma anche di fare emergere, se necessario, nodi e contraddizioni. Guai se un rapporto perde la sua coscienza critica, la capacità di essere di reciproco stimolo per chi lo vive.

gestiscono beni confiscati alle mafie. Dunque non una mera dichiarazione di principi, ma un impegno concreto...

L’agenzia “Cooperare con Libera Terra” ha messo insieme più di cinquanta realtà, di vario tipo, ciascuna con le sue specificità e le sue competenze. La Coop non ne ha fatto solo una questione di solidarietà: ha praticato in concreto la prossimità, il che significa accompagnamento, sostegno, messa a disposizione delle strutture per momenti di incontro, di approfondimento. La solidarietà è stata il punto di partenza per un progetto più articolato e impegnativo di promozione di diritti e quindi di giustizia. Così intesa non è mai marketing, né accreditamento d’immagine. E’ azione che vuole incidere sugli equilibri sociali, sulle cause delle disuguaglianze. Tanto da essere vissuta da alcuni come un’interferenza, un’indebita uscita dai ranghi neutri della beneficenza...



Dal 2006 Coop ha aderito in qualità di socio a “Cooperare con Libera Terra”, l’agenzia per la promozione cooperativa e della legalità pensata come uno strumento di supporto per aiutare lo sviluppo delle cooperative che operano sulle terre e

Nel segmento della grande distribuzione organizzata sempre di più la competizione fra insegne ruota intorno al prezzo basso, il più basso. Ha senso a suo avviso una competizione basata solo sul prezzo? Solo col prezzo più basso si misura il merito?

Mi manca la competenza tecnica per

mafie e ingiustizia” risultati importanti, ma c’è ancora tanto da fare”

Chi è don Luigi Ciotti

Don Luigi Ciotti è un sacerdote attivo nella lotta alla mafia. Il suo impegno pubblico inizia nel 1966 con la creazione del “Gruppo Abele”, che opera all’interno delle carceri minorili ed aiuta le vittime della droga; nel 1986 Ciotti diventa il primo presidente della Lega italiana per la lotta contro l’Aids (LILA). Nel febbraio 1993 pubblica il primo numero del mensile “Narcografie” e il 25 marzo 1995 fonda “Libera”, una rete di organizzazioni impegnate nella lotta alla mafia di cui è tuttora presidente.

fornire una risposta adeguata. Credo però che la questione rimanga quella del rapporto tra qualità e prezzo, cioè della capacità di fornire prodotti di qualità tenendo conto non solo delle esigenze ma anche delle possibilità della gente. E’ chiaro che è necessaria una scelta di fondo circa il modello economico da seguire. Quello consumistico non tiene gran conto di questi equilibri. Sul consumismo costruisci potere, strategie per possedere e accumulare denaro. Va perciò rivalutata e messa in grado di operare un’altra economia, che tenga conto non solo di noi ma degli altri, non solo del qui ma dell’altrove, non solo dell’oggi ma del domani. Un’economia per l’essere e non solo per l’aver, che metta il maggior numero di persone nella condizione di vivere

una vita serena e dignitosa, liberandole dalla povertà, dallo sfruttamento, dalle ingiustizie. La creazione delle nostre cooperative ha perseguito quest’obiettivo, pur nell’esigenza di misurarsi con il mercato costruendo realtà imprenditoriali vere, posti di lavoro, ricchezza sociale.

Come vede il futuro per la cooperazione?

Non sempre la cooperazione ha vissuto a fondo quello che è il suo spirito originario, uno spirito che oggi va recuperato non solo nelle sue espressioni legali e giuridiche, ma nella volontà di costruire un “noi”. Insieme alle cooperative di fatto, va incentivato un metodo e un impegno che comincia dalla disponibilità al lavorare insieme. Solo così possiamo

costruire realtà più solidali, più giuste, più umane. Ci aspetta una grande sfida che è insieme educativa e culturale, perché se l’impegno non incide nelle coscienze, non apre le menti e i cuori alla dimensione relazionale e plurale della vita, difficilmente riesce a costruire giustizia. Le cooperative sono storicamente nate per questo, per andare incontro alle difficoltà delle persone, includere e dare dignità a chi faceva più fatica o stava ai margini della vita sociale. La nostra è stata una collaborazione importante ma che deve ancora crescere, allargarsi, arricchirsi di stimoli e di reciprocità, nella disponibilità a custodire e rinnovare quello spirito, nel non stancarci mai di rivisitare le motivazioni di fondo del nostro agire. ■

segue da pag. 1

Con lo scopo allora di chiarire e al tempo stesso approfondire i concetti è nato questo dossier. Partendo da domande chiave che abbiamo posto a tre importanti studiosi di diverse discipline (Stefano Zamagni, Victor Ukmar, Aris Accornero) e a un personaggio carismatico e super partes come Don Ciotti.

4 occhi esterni attraverso i quali indagare il mondo Coop, senza filtri o pregiudizi. Senza adulazione ma con giusta criticità. 4 punti di vista diversi nei contenuti e nei linguaggi.

Così se con Don Ciotti, ripercorrendo la storia delle terre liberate dalla mafia e del ruolo di primo piano che Coop ha nella diffusione dei

prodotti che da quelle terre nascono, si discute di “altra economia” (“un’economia per l’essere e non solo per l’aver”), grazie a Ukmar scopriamo quasi a mò di paradosso che i presunti privilegi di cui godrebbero le Coop in realtà non esistono (trattandosi di una compensazione a fronte di una serie di svantaggi), mentre Accornero illustra con dovizia di particolari il complesso universo delle relazioni con i lavoratori. A Stefano Zamagni spetta poi il compito di approfondire i temi della diversità dell’impresa cooperativa spingendosi anche in una disamina tutt’altro che banale sul ruolo attuale e futuro della cooperazione.



Intervista a Victor Uckmar

professore emerito
dell'Università di Genova

“Sul fisco i privilegi “La normativa italiana sulla cooperazione si fonda

Professor Uckmar, il regime fiscale delle cooperative in che cosa è diverso da quello delle società di capitali?

L'ordinamento tributario italiano prevede un differente regime di imposte sugli utili prodotti dalle imprese, con una parziale detassazione degli utili delle società cooperative, in ragione della loro destinazione a vincoli di indisponibilità. Infatti, non sono soggetti a tassazione:

- gli utili destinati ad aumento gratuito del capitale sociale delle Cooperative;
- gli utili destinati ai fondi mutualistici (il 3% obbligatorio, stabilito dalla legge n.59)
- gli utili destinati alla riserva legale (il 30% obbligatorio)
- gli utili destinati alle riserve indivisibili, nella misura del 70%

Quest'ultima misura si applica solo alle cooperative a mutualità prevalente, vale a dire delle cooperative che rendono la maggior parte delle loro prestazioni direttamente ai soci. A fronte dunque della imposizione totale degli utili di esercizio delle società di capitali, in quanto utili di cui le società possono disporre liberamente, vi è l'imposizione parziale per le cooperative, non potendone disporre liberamente dell'utile.

Questo diverso regime può essere ritenuto un privilegio, un vantaggio di mercato?

Absolutamente no. Il legislatore ha cercato di compensare una serie di svan-

taggi che le società cooperative hanno rispetto alle società di capitali, modulando per questo in modo differente il regime fiscale dei due modelli di società.

Così per esempio gli utili destinati dalle cooperative ai fondi mutualistici (istituiti con la legge n. 59 del 1992) sono obbligatori, pena la decadenza dei benefici fiscali. Il legislatore ha voluto, in coerenza con l'articolo 45 della Costituzione, assicurare un'adeguata fonte di entrate per lo sviluppo delle cooperative, finanziata dagli stessi soggetti che già fanno parte della cooperazione.

Stante l'obbligatorietà del versamento e la sua finalità a vantaggio collettivo, è evidente come non possa qualificarsi questa riserva, sottratta alla tassazione come norma di agevolazione fiscale.

Quanto agli utili destinati a riserva legale (obbligatoria almeno per il 30%), esiste una sostanziale differenza tra la riserva legale di una società cooperativa e la riserva legale di una società per azioni: la prima è caratterizzata dalla indivisibilità permanente, delle somme accumulate, cioè non può essere distribuita tra i soci durante la vita della società, e neppure al momento del suo scioglimento. Mentre per le società di capitali l'indivisibilità della riserva legale è solo temporanea, ed è destinata a cessare con lo scioglimento della società.

Gli utili che confluiscono nella riserva obbligatoria sono definitivamente irrecuperabili per il socio cooperatore, mentre nella società di capitali sono divisibili, cioè concorrono al calcolo del valore della partecipazione del socio e quindi alla eventuale successiva liquidazione della sua

quota di partecipazione nella società.

Sono fondate le critiche mosse da Federdistribuzione, critiche che sono alla base dell'esposto presentato all'Unione europea contro il regime fiscale delle Cooperative?

Le critiche che ho letto sono assolutamente infondate. La legge n. 311 del 2004 prevede l'intassabilità del 70% degli utili destinati a riserve indivisibili.

Queste riserve non possono essere distribuite ai soci in nessuna forma, sia durante la vita della cooperativa che all'atto del suo scioglimento. In questo caso finirebbero ai fondi mutualistici per la promozione e lo sviluppo della cooperazione. Quanto all'esposto di Federdistribuzione, che afferma che le disposizioni agevolative in materia di cooperazione sarebbero configurabili come aiuti di stato, osservo che: l'art.87 del Trattato UE dichiara incompatibili con il mercato comune, nella misura in cui incidano sugli scambi tra gli stati membri, gli aiuti concessi dagli Stati, sotto qualsiasi forma, che, favorendo talune imprese o talune prestazioni, falsino o minaccino di falsare la concorrenza.

Sono tre le condizioni per qualificare una misura come "aiuto di Stato alle imprese":

1. il finanziamento da parte dello Stato o con risorse statali;
2. la selettività degli aiuti, vale a dire la discriminazione delle imprese a cui sono destinati o la loro misura;
3. l'idoneità degli aiuti di stato ad incide-

non esistono” sull’articolo 45 della Costituzione”

re sugli scambi tra stati membri, e quindi a determinare una distorsione della concorrenza. In relazione alla prima condizione la Giurisprudenza comunitaria ha chiarito che il concetto di aiuto di Stato comprende oltre alle prestazioni positive (come per esempio le sovvenzioni), anche interventi che, sia pure in varie forme, alleviano gli oneri che normalmente gravano sull’impresa.

La seconda condizione sussiste solo quando una misura favorisce una singola impresa o un gruppo di imprese o di settori, mentre non sussiste quando favorisce l’insieme dell’economia, e quindi si debba considerare una misura generale di politica fiscale o economica. Quanto alla terza condizione, per dimostrare un’effettiva distorsione della concorrenza, bisogna che l’aiuto concesso da uno Stato membro, rafforzando la posizione di un’impresa rispetto ad altre imprese concorrenti nell’ambito dello scambio intracomunitario, siano in grado di influenzare gli scambi stessi.

La Commissione Europea, chiamata in causa da Federdistribuzione sulle agevolazioni tributarie riconosciute dall’ordinamento italiano alle Società Cooperative, (che ha richiesto al Governo Italiano una serie di chiarimenti sulla natura delle agevolazioni e sull’esistenza di eventuali vantaggi operativi e commerciali per l’impresa in forma cooperativa presenta rispetto alla forma lucrativa), dovrà valutare l’equilibrio del rapporto tra svantaggi economici per le cooperative rispetto alle società lucrative, e le misure fiscali finalizzate a compensarli. Nella decisione la Commissione dovrà

tener conto delle ragioni del peculiare regime delle cooperative, che appaiono pienamente giustificate sotto il profilo del diritto comunitario costituzionale interno allo stato italiano.

Il minor carico tributario delle cooperative è infatti pienamente giustificato dalla differente regolamentazione delle società cooperative rispetto alle società lucrative, in quanto solo queste ultime possono disporre liberamente dell’utile generato dalle loro imprese mentre questo è impedito alle Cooperative.

Quanto alla terza condizione, (quella dell’incidenza degli oneri fiscali sullo scambio di beni e servizi in ambito intracomunitario) occorre sottolineare che il regime tributario italiano, incentivando il rafforzamento patrimoniale delle cooperative, garantisce l’esistenza di un modello societario accettato e riconosciuto a livello comunitario, e che in quanto tale non concorre ad alterare le posizioni concorrenziali sul mercato per le stesse attività svolte dalle società lucrative.

Federdistribuzione ha anche lamentato che le cooperative hanno la possibilità di raccogliere finanziamenti direttamente dai soci a condizioni più favorevoli, e che perciò possono, disporre di somme notevoli a basso costo da reinvestire sul mercato...

Il problema non sta in questi termini. Precipato che la misura del prelievo fiscale del 12,50% sugli interessi corrisposti ai soci (rispetto alla ritenuta del 27%

Chi è Victor Ukmar

Victor Uckmar, uno dei più importanti studiosi di questioni fiscali e tributarie in Italia, è professore emerito dell’Università di Genova, è Presidente del Centro di Ricerche Tributarie dell’Impresa presso l’Università Bocconi. Dirige le riviste Diritto e pratica tributaria e Diritto e pratica tributaria internazionale ed è membro dell’Executive Board della Camera di commercio internazionale e delegato presso l’Economic and Social Council delle Nazioni Unite.



sugli interessi dei conti correnti) è stata introdotta nel 1974, con la legge n.216 (art. 20), occorre sottolineare che il prestito dei soci nella misura attuale rappresenta la principale, se non addirittura l’unica, fonte di finanziamento delle cooperative, e dunque la ritenuta d’imposta appare pienamente in linea con la regola dell’art. 45 sulle capacità contributive, e anche con quella dell’art. 47 della Costituzione, che incoraggia e tutela il risparmio.

D’altra parte la natura assolutamente differente tra il prestito soci e il deposito in conto corrente è assolutamente evidente: mentre il prestito soci è un’attività svolta dai soci in favore della propria Coo-

segue a pag. 9



**Intervista a
Aris Accornero**

Professore di sociologia industriale
Università "La Sapienza"

“Pratiche di buona

Coop, i lavoratori e il lavoro, sono tanti i risultati concreti

Coop anche per quanto riguarda il versante lavoro rappresenta un'eccezione nel panorama della grande distribuzione organizzata. Non a caso negli anni '70 ha deciso di dotarsi di un proprio contratto collettivo nazionale da applicare alla comunità dei suoi dipendenti. E anche nell'ultima trattativa sindacale per il rinnovo del contratto Coop ha assunto una posizione distintiva rispetto alla distribuzione privata. A suo avviso, è evidente e percepibile questa diversità Coop?

Nel panorama italiano, la cooperazione dei consumatori del sistema Coop costituisce un esempio di eccellenza nelle politiche del lavoro. In parte, ciò va ovviamente ascritto alle origini storiche e alla natura stessa della cooperazione di consumo, che il sistema Coop ha peraltro saputo preservare nella modernità, mentre il meglio del passato sembra ormai suscettibile di ibridazione e di logoramento. Per l'altra parte, ciò va accreditato a una direzione della risorsa lavoro, e ad una gestione delle relazioni di lavoro, che hanno saputo filtrare e introiettare positivamente le novità organizzative e culturali dell'impresa (e del modello) post-fordista: cioè dell'offerta personalizzata e della competizione globalizzata.

Per Coop, l'eccellenza di questo bilancio si

compendia in due rilevanti risultati. Il primo è il raddoppio del personale in un decennio, da parte di un sistema di aziende che supera ormai i 55.000 dipendenti, in larghissima maggioranza stabili.

La massiccia crescita degli occupati nelle cooperative di consumatori merita qualche riflessione. Innanzitutto, essa ha aiutato la dinamica effettiva dell'occupazione in Italia. Infatti la cooperazione di consumatori ha creato nuovi posti di lavoro, mentre quasi metà di quelli registrati negli ultimi anni dall'Istat sono frutto della "emersione" di immigrati in nero, regolarizzati grazie alla legge Bossi-Fini: un caso che non si dà nelle aziende del sistema Coop.

La crescita netta degli occupati Coop vale ancora di più perché si tratta di "buona occupazione". Infatti la Coop rispetta patti e regole, sia sui rapporti di lavoro che sulle relazioni sindacali; questo, di per sé, offre ai lavoratori le massime garanzie di tutela e di sicurezza. Ciò viene evidenziato da alcuni dati, di cui non sempre si parla: a) il bassissimo turnover del personale, dovuto essenzialmente alla esigua quota di dimissioni; b) l'elevato numero di domande di assunzione, che offrono alla Coop una possibilità di attingere più direttamente ai mercati locali del lavoro; c) il modesto contenzioso legale fra il personale e l'azienda, che testimonia la maggiore soddisfazione e il miglior clima aziendale, rispetto al resto della grande distribuzione.

La crescita degli occupati Coop registra e accompagna, poi, l'andamento quasi sempre positivo delle iniziative e dei risultati d'impresa; in alcune aziende del sistema si è potuto anzi riscontrare un nitido



parallelismo statistico tra l'andamento delle vendite e degli occupati. In sostanza, la maggiore occupazione premia un clima aziendale, invero cooperativo e partecipativo, che va a tutto merito della dialettica fra azienda e sindacati (questo clima si accompagna di solito a una conduzione abbastanza serena della vertenza contrattuale della distribuzione cooperativa). Bisogna considerare infine che tutti i dipendenti della cooperazione di consumo fruiscono di trattamenti minimi tuttora superiori a quelli della distribuzione privata, e sono altresì coperti dalla contrattazione integrativa di secondo livello. Al di là della maggiore sicurezza dell'impiego, e nonostante le asprezze della competizione, il sistema Coop cerca infatti di garantire comunque un differenziale di vantaggio. (In una recente intervista a Rassegna sindacale, il segretario generale del maggiore sindacato di categoria, alla domanda: "Esistono ancora differenze positive tra imprese cooperative e private?", ha risposto: "Certo che esistono. Mediamente, nella distribuzione cooperativa le condizioni di lavoro sono ancora migliori".)

occupazione”

a cominciare dalla crescita degli occupati



Il secondo risultato è il “Patto per lo sviluppo e per nuove relazioni sindacali”, firmato a aprile 2007 con le organizzazioni sindacali Cgil, Cisl e Uil del settore commercio. Si tratta di un documento assai impegnativo, che nel panorama italiano delle relazioni industriali ha ben pochi precedenti, tanto più se situato nel contesto degli asfittici rapporti che tuttora sembrano permanere fra le Confederazioni rappresentative delle parti sociali. Infatti il Patto fra organizzazioni di categoria e cooperazione di consumo dà conto innanzitutto di una condivisione delle prospettive immediate e dei fini generali proposti dal sistema Coop. Esso inoltre legittima pienamente gli indirizzi di gestione delle risorse umane, proposti dal sistema Coop nel quadro della responsabilità sociale d'impresa. Il patto prospetta infine un articolato quadro di confronti, di iniziative e di possibili concertazioni, suscettibile di migliorare ulteriormente il clima e l'efficienza del lavoro nelle aziende del sistema Coop.

Nell'ambito dell'indubitabile crescita degli occupati (era-

no 30.000 nel 1997, oggi sono circa 55.000), possiamo fare anche una valutazione di tipo qualitativo?

La crescita del personale occupato nella cooperazione di consumatori è avvenuta nell'ultimo decennio all'insegna dalla risorsa donna e dall'impiego part-time; la percentuale femminile è salita infatti dal 60% al 69%, con un aumento di 9 punti. Questa femminilizzazione è andata di pari passo con la contemporanea crescita dei contratti a tempo parziale, passati dal 31% al 49% con un aumento di 18 punti. La dinamica del tempo parziale è stata tale da fare scendere il personale full-time dal 70% al 50%, mentre quello part-time saliva dal 30% al 50%. Questo tipico andamento, che associa la crescita delle donne alla crescita del part-time, dà luogo a quella che gli studiosi di mercato del lavoro considerano una correlazione piuttosto stretta, anche in termini statistici. Secondo i dati Coop, infatti, i due trend sono pressoché paralleli; l'andamento degli impieghi part-time è un po' più discontinuo ma anche più traente di quella degli impieghi femminili. Se oltre alla

Chi è Aris Accornero

Aris Accornero è professore emerito di sociologia industriale presso l'Università “La Sapienza” di Roma ed è stato visiting professor alle università di Harvard e del Wisconsin, ed al MIT. Ha curato l'annuale rapporto CNEL sul mercato del lavoro ed è autore di numerosi saggi. Ha messo a fuoco nel suo ultimo libro, “San Precario lavora per noi” (Rizzoli, 2006), i profili e le dinamiche dei lavori temporanei in Italia

durata dell'orario consideriamo anche la durata del contratto, vediamo che i dipendenti full-time a tempo indeterminato sono in modesto aumento sia fra gli uomini che fra le donne, mentre quelli part-time a tempo indeterminato sono aumentati molto di più, grazie soprattutto alle donne. Fra queste anche sono salite, ben più degli uomini, quelle part-time a tempo determinato. La dinamica degli occupati è stata quindi dominata dall'aumento di dipendenti donne e di impieghi a tempo parziale, e accompagnata da una lievitazione dei contratti a termine presso ambedue i sessi.

Con questa evoluzione del personale, trainata appunto dagli impieghi femminili e part-time, Coop ha dato un sostanzioso contributo alla modernizzazione della nostra struttura occupazionale e contrattuale, pienamente in linea con la “strategia di Lisbona” che l'Unione Europea aveva adottato nel 2000 con l'obiettivo principe di elevare il tasso di occupazione femminile.

Vi è di più. Questa modernizzazione si colloca nel solco di un cambiamento del tutto inatteso, emerso quando nel 2003 l'Istat ha trasformato da periodica a continua l'indagine sulle forze di lavoro e ha di conseguenza ricalcolato a ritroso i trend occupazionali. Il nostro istituto di statistica ha così scoperto che dal 1993 al 2003 gli impieghi femminili e le quote di part-time erano cresciuti sensibilmente più di quanto le statistiche precedenti ci dicessero. Già allora, dunque, il sistema Coop era pienamente inserito in questo trend, al quale ha concorso in misura apprezzabile.



Aris Accornero

Uno dei temi “caldi”, affrontati anche nell’ultima trattativa sindacale, è il tema della flessibilità, tanto più significativo in un comparto dove la flessibilità è spesso sinonimo di precarietà o dove ancora sono presenti forme di lavoro irregolari. La flessibilità è un fattore molto importante su cui cercare l’accordo delle organizzazioni sindacali e dei lavoratori. Anche da questo punto di vista Coop mantiene una posizione particolare e distintiva. Cosa ne pensa?

Se consideriamo la distribuzione del personale secondo le tre grandi tipologie contrattuali - tempo indeterminato, tempo determinato e causa mista (formazione, apprendistato, inserimento) - vediamo che la crescita degli occupati nel sistema Coop si deve anche agli impieghi temporanei, cioè ai contratti a

termine con i quali è stato assunto circa il 12% del personale. Questa percentuale è la stessa dell’intero settore commercio. L’informazione è assai significativa. Infatti, dal momento che i contratti a termine vengono maggiormente utilizzati nelle imprese più grandi, è apprezzabile che quelle del sistema Coop, piuttosto grandi, si mantengano invece sulla media. Peraltro la dinamica del lavoro temporaneo è stata piuttosto sostenuta, tant’è che nel decennio è triplicata la quota sul totale degli occupati dipendenti. L’andamento è stato peraltro discontinuo; mostrava anzi un rallentamento, a cui ha poi fatto seguito un sensibile aumento nel 2006-2007.

Qualche parola merita spendere sulla questione del lavoro flessibile, che è causa di preoccupazioni nei sindacati e fra i lavoratori, e che l’Unione Europea ha preso in seria considerazione in quanto fonte di allarme sociale. Ciò vale in particolare per i contratti a termine, specie dopo che l’accordo separato del 2001 si era tradotto nel decreto legislativo con il quale il governo di centro-destra aveva recepito l’apposita Direttiva europea. Nella distribuzione cooperativa, aziende e sindacati avevano convenuto di contenere il lavoro temporaneo, per cui l’ultimo contratto di lavoro delle cooperative di consumo aveva posto un limite ai contratti a termine e al lavoro “interinale”, con un plafond complessivo del 25% (eccezione fatta per le sostituzioni dovute a conservazione del posto, che nel sistema Coop incidono dal 6% al 9%, data l’elevata quota di donne e quindi di assenze per maternità). Nelle trattative in corso per il nuovo contratto di lavoro della distribuzione cooperativa, è ora stata convenuta fra le parti sociali, per i rapporti a termine, una durata massima di 36 mesi complessivi presso lo stesso datore di lavoro. Si tenga conto che questo plafond è più severo di quanto stabi-

lito nel Protocollo stilato il 23 luglio 2007 fra il governo di centro-sinistra, i sindacati e gli imprenditori, poi approvato dall’82% dei lavoratori italiani.

Il Patto per lo sviluppo e per nuove relazioni sindacali affronta la delicata materia del lavoro flessibile nell’apposito paragrafo sulla stabilizzazione dei rapporti di lavoro. L’input venuto dalla Coop alle politiche di stabilizzazione del personale consiste in un approccio comune seppure con indirizzi aziendali che riflettono un sistema articolato. La sua essenza consiste nel proposito di utilizzare il lavoro temporaneo in una prospettiva di “fidelizzazione”. Una prospettiva che tutto sommato possiamo definire di ragionevole convenienza perché, così facendo, tutto quello che le aziende della cooperazione di consumo investono in formazione, apprendistato e training on the job rimane in casa anziché andare perso.

L’approccio Coop, quindi, è quello per cui non si spreca ciò che il lavoratore o la lavoratrice a termine hanno potuto e saputo imparare. Da qui l’impegno programmatico ad offrire loro una opportunità di contratti e di rapporti più lunghi, e/o più frequenti, in vista di un’assunzione stabile. Nelle varie realtà aziendali od organizzative questo approccio viene perseguito in forme differenti, che risultano più visibili nel caso di nuove aperture. Nelle situazioni più avanzate si dispone un vero e proprio “bacino di garanzia”, che regola le procedure relative a chi ha accumulato più rapporti a termine, dovuti a qualunque causale, i quali danno la precedenza nella selezione per assunzioni stabili, secondo una precedenza accordata a chi ha maggiore anzianità aziendale. (L’esponente sindacale prima citato ha dichiarato in proposito: “Il fatto è che, mentre la Confcommercio tira a far fuori il sindacato, la cooperazione continua a trattare, avanzando proposte interessanti per ridurre la precarietà”).

Questo tipo di impianto, tendenzialmente “fidelizzante”, si è sviluppato e continua a





svilupparsi cercando di conciliare le esigenze di flessibilità e di stabilità dell'azienda con le esigenze di flessibilità e di stabilità dei lavoratori, talvolta divergenti e talvolta convergenti. E' il caso qui di ricordare come il sistema Coop sia stato capace di mostrare che il lavoro flessibile può essere per i lavoratori, e soprattutto per le lavoratrici, una risorsa da valorizzare. Mi riferisco all'esperienza di virtuale autogestione degli orari nelle "isole delle casse", attinta dalla grande distribuzione francese e che oggi vede impegnate ben 1.500 persone, i cui tempi di lavoro e di vita si raccordano alle fluttuazioni della clientela in un gioco dove vantaggi e svantaggi si pareggiano e si compensano. Un risultato di estrema complessità e gestito dagli stessi interessati, per lo più donne.

Questa rilevante innovazione è stata favorita da due fattori, ambedue frutto di buone politiche del lavoro e di un'efficace gestione del personale. Il primo è l'età relativamente "giovane" delle risorse umane. Nelle cooperative di consumatori, infatti, quasi tre quarti del personale ha meno di 45 anni, mentre l'età media degli occupati in Italia è piuttosto elevata, se non altro perché riflette la demografia della popolazione.

Il secondo fattore riguarda la posizione professionale delle donne. Se osserviamo la presenza femminile nelle qualifiche poste in ordine ascendente, constatiamo che:

- fra gli addetti le donne sono salite appena di un quinto;
- fra gli specialisti sono quasi raddoppiate (e sono ormai più numerose degli uomini);
- fra i capi sono salite di oltre un terzo;
- fra i quadri sono più che raddoppiate;
- fra i dirigenti sono quasi quintuplicate.

Nel sistema Coop, dove sono una robusta maggioranza, le donne hanno dunque migliorato le proprie posizioni professionali, con un avanzamento più netto ai livelli di inquadramento più alti. Anche questo non è un piccolo cambiamento. ■



Intervista a Victor Ukmar segue da pag. 5

perativa per ottenere i vantaggi di una migliore offerta di beni e servizi delle stesse, il deposito del conto corrente è un'operazione fatta dal correntista nell'interesse personale, che è quello di ottenere la migliore remunerazione del proprio capitale.

La tassazione del prestito soci con un'aliquota ridotta trova dunque legittimazione nei seguenti presupposti di legge:

- il prestito di ciascun socio non può superare l'importo di 31.150 euro. Si sta parlando quindi di piccoli risparmi;
- l'aliquota di raffronto, più che quella applicabile sugli interessi dei conti correnti, è da ritenersi quella propria dei titoli di Stato, fissata per legge nella stessa misura. Inoltre l'aliquota del 12% è la stessa aliquota applicata ai rendimenti delle obbligazioni, con cui le imprese lucrative raccolgono i finanziamenti sul mercato;
- i versamenti dei soci delle cooperative devono poi essere effettuati esclusivamente per il conseguimento dell'oggetto sociale, e anche gli interessi corrisposti ai soci hanno delle limitazioni perché non possono superare la misura massima degli interessi spettanti ai detentori dei buoni postali fruttiferi, aumentata di 2,5 punti.
- Un'ulteriore limitazione alla remunerazione dei prestiti sociali è stata introdotta dalla legge n.311 del 2004 (legge finanziaria 2005) per la quale gli interessi corrisposti dalle cooperative ai soci sono indeducibili per la parte che supera la misura minima, aumentata dello 0,90%, degli interessi dei buoni postali fruttiferi.

Tutte queste limitazioni, che non esistono per altre forme di finanziamento delle altre forme di società, e quindi anche per questo giustificano, ampiamente, la disciplina fiscale che regola il prestito sociale dei soci delle cooperative. ■



Intervista a Stefano Zamagni

Docente di Economia politica
dell'Università di Bologna

“Cooperazione vuol Le ragioni, il senso e le prospettive del modello

Una delle accuse più frequenti rivolte alle Coop è di ricevere un trattamento fiscale che costituirebbe un privilegio, e che le porrebbe in condizioni di vantaggio concorrenziale rispetto alle imprese di profitto, soprattutto nel mercato della grande distribuzione commerciale. Ritiene che sia un'accusa che ha qualche fondamento?

È certamente un'accusa falsa e la ragione primaria è la seguente. L'economia di mercato postula – come si sa – che il meccanismo concorrenziale possa operare in modo libero, senza ostacoli. La concorrenza, però, deve essere equa se si vogliono ottenere da essa i risultati desiderati, cioè l'efficiente allocazione delle risorse scarse. A sua volta, l'equità esige che i partecipanti alla gara di mercato siano posti tutti nelle medesime condizioni, senza privilegi, ma anche senza discriminazioni. Nel caso di specie, è vero che l'impresa cooperativa riceve un trattamento fiscale di favore rispetto alla consorella capitalistica, ma ciò meno che compensa lo svantaggio che la cooperativa subisce a causa della impossibilità ad essa imposta dalla legge di accedere al mercato dei capitali. Quando si arriverà a creare in Italia il MAC (mercato alternativo dei capitali) – cosa che auspico da anni – allora non vi sarà più bisogno alcuno dei provvedimenti in materia fiscale.



Vi è poi una seconda ragione, più specifica, a sostegno della mia risposta. Il trattamento fiscale di favore di cui si parla ha per oggetto solamente quella parte degli utili di esercizio che vengono destinati a riserva indivisibile della cooperativa – e non già l'intero ammontare degli utili, come si tende a far credere. Ora, come ogni cultore di scienza delle finanze sa, l'imposizione fiscale si applica sui redditi disponibili, cioè sui redditi che entrano nella sfera della disponibilità libera di chi li ha percepiti. Gli utili distribuiti a riserva indivisibile non soddisfano tale condizione. L'analogia – si badi, non la similitudine – con quanto avviene con le donazioni liberali chiarisce ulteriormente il punto: se destino una certa parte del mio reddito ad una ONLUS, beneficio dell'istituto della deducibilità (o detraibilità), a seconda dei casi e sotto ben definite condizioni.

Chiaramente, ciò non significa che il principio della non tassabilità degli utili destinati a riserva indivisibile non abbia, di fatto, avvantaggiato le cooperative, consentendo ad esse, in tempi passati, di finanziare il proprio processo di crescita.

(Si vada a leggere la Relazione di accompagnamento alla legge Basevi del 1947). Ma ciò è accaduto proprio per assicurare una competizione equa tra i diversi soggetti di impresa.

Quali sono oggi le ragioni economiche e sociali che giustificano nel sistema economico nazionale la presenza di differenti sistemi imprenditoriali come le imprese Cooperative e le imprese di capitali o di profitto?

La risposta è in una parola: democrazia. La quale non può limitarsi alla sola sfera politica, ma deve estendersi anche a quella economica. Ora, come nella sfera politica è la pluralità dei partiti a costituire il presupposto indispensabile – anche se non unico – per il gioco democratico, allo stesso modo mai si potrà avere democrazia economica in presenza di un solo tipo di impresa – quale che essa sia. Ecco perché abbiamo bisogno che sul mercato possano operare, fianco a fianco, imprese capitalistiche, imprese cooperative, imprese sociali, (e imprese

dire democrazia''

cooperativo nell'economia di globalizzata di oggi

Chi è Stefano Zamagni

Stefano Zamagni è ordinario di Economia Politica all'Università di Bologna. Insegna anche alla Johns Hopkins University ed è presidente dell'Agenzia del non profit. Tra i più autorevoli economisti italiani, è considerato il padre dell'economia civile italiana ed è stato tra i promotori del primo diploma universitario sull'Economia della cooperazione e del non profit, presso l'Università di Bologna, sede di Forlì. È autore con Vera Zamagni del saggio "Cooperazione", Bologna, Il Mulino, 2008.



civili, come mi auguro che possa accadere nel prossimo futuro).

Sorge spontanea la domanda: che bisogno c'è della democrazia economica, come sopra intesa? La risposta è contenuta nelle pieghe della seguente proposizione: la democrazia politica non dura a lungo e non funziona bene se essa non può contare su una solida democrazia economica. Su ciò concorda ormai una schiera di studiosi – politologi, storici, economisti, sociologi, giuristi – di diverse tendenze culturali. Il principio di libertà, infatti, esige che la libertà di scelta da parte del cittadino-consumatore non si limiti alla possibilità di scegliere tra una pluralità di imprese tutte dello stesso tipo, ma deve estendersi anche alla pluralità delle tipologie di impresa. Questa è la ragione principale per la quale i grandi liberali, italiani (Rabbeno, Luzzatti, Einaudi) ed europei (J. S. Mill, A. Marshall, L. Walras) a partire dalla seconda metà dell'Ottocento hanno sempre difeso il diritto all'esistenza dell'impresa cooperativa.

C'è poi una seconda ragione importante che parla a favore dell'impresa cooperati-

va: la riduzione dell'ineguaglianza nella distribuzione dei redditi. E' un dato di conoscenza ormai comune che nelle regioni o nelle aree in cui vi è una forte presenza cooperativa vi è una minore dispersione dei redditi, coeteris paribus. Ciò è dovuto al fatto – per primo messo in luce da J. S. Mill nel 1851 – che il modus operandi della cooperativa non separa – come invece accade nell'impresa capitalista – il momento della produzione del reddito dal momento della sua distribuzione. La cooperativa, mentre produce, distribuisce redditi. Si osservi che la presenza di forti ineguaglianze non pone problemi di natura solamente sociale o etica – come in genere si tende a dire – ma anche e direi soprattutto di natura economica. Si dimostra infatti che una diseguaglianza in aumento è un grosso impedimento allo sviluppo”.

È legittima ed è giustificata la pretesa di discriminare, sotto il profilo giuridico e fiscale, le imprese cooperative per la loro dimensione? E quali effetti verrebbero

prodotti nei diversi settori del mercato un sistema normativo e fiscale che discriminasse tra piccole e grandi cooperative?

L'argomento in base al quale la dimensione d'impresa dovrebbe essere il criterio per differenziare la vera o genuina cooperativa da quella che non è tale è privo di ogni fondamento, teorico e pratico.

A livello pratico, la realtà ci mostra cooperative di piccole dimensioni che male interpretano la loro identità, e cooperative di grandi dimensioni che invece realizzano appieno la loro missione. E' comunque sul piano teorico che quell'argomento non regge. Se la cooperativa ha motivo di esistere, per le ragioni già dette, allora non ha senso sostenere che tali ragioni vengono meno non appena si supera una certa soglia dimensionale. Quel che è vero è che una cooperativa di grande dimensione non può adottare la medesima struttura di governance di una di piccola o media dimensione. L'innovazione organizzativa per una grande cooperativa è altrettanto importante dell'innovazione di prodotto e di quella di processo. Ed è evidente che ciò pone qualche problema.

Perché allora è così radicato nell'opinione pubblica il convincimento in base al quale solo la piccola-media cooperativa sarebbe autenticamente tale?

La spiegazione è che nell'esperienza italiana la crescita dimensionale è avvenuta nel corso dell'ultimo quarto di secolo,



Stefano Zamagni

in modo talmente rapido e brusco da aver colto di sorpresa la stessa dirigenza cooperativa. Quale la conseguenza? Che dovendo provvedere a dotare le strutture aziendali in rapida crescita di un management adeguato, in assenza di figure professionali di alto profilo interne al movimento cooperativo, si è finito con l'importarle dall'esterno, cioè dal mondo dell'impresa capitalistica. E qui sono cominciati i guai, perché si è fatta strada l'idea che vi fosse un isomorfismo manageriale tra le due tipologie di impresa. Ma così non è, come la più recente scienza dell'organizzazione d'impresa ha posto in evidenza. Il punto è che la struttura organizzativa non è affatto indipendente dal fine che l'impresa persegue e dalla sua identità specifica. Non si governano allo stesso modo un'impresa di capitali e un'impresa cooperativa operanti nel medesimo settore, pur della stessa dimensione. Ad esempio, è semplicemente demenziale applicare la logica degli incentivi – da non confondersi con la logica dei premi – ad un'impresa cooperativa. Ecco perché una medesima persona può essere un ottimo manager di impresa capitalistica e un pessimo manager della consorella cooperativa. Questa ingenuità di natura epistemologica è stata causa di forti danni all'immagine del movimento cooperativo italiano, il quale però pare oggi aver compreso la lezione della storia.

Sarebbe utile o dannoso per il sistema economico nazionale assimilare le grandi Cooperative alle imprese di capitale e di profitto, riservando alle Cooperative di piccole dimensioni trattamenti fiscali differenti?

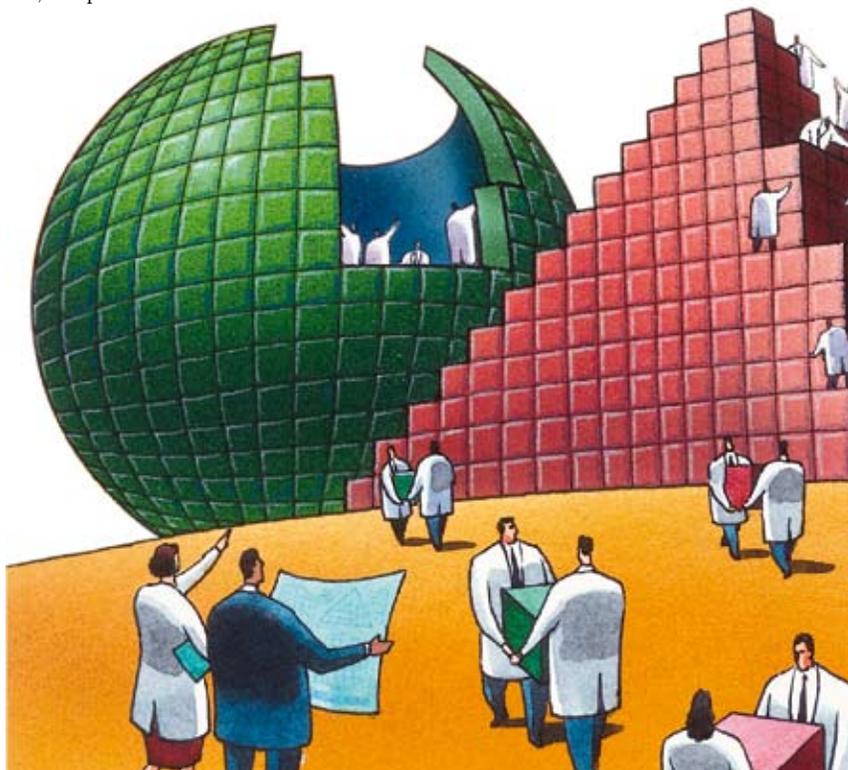
Ed è corretto paragonare, come spesso si fa, le grandi Cooperative alle Public Company?

La domanda nasconde un grande equi-

voco, quello secondo cui la cooperazione sarebbe un'attività che riguarda il sociale e non l'economico. Se l'agire cooperativo ha a che vedere solamente (o principalmente) con la dimensione sociale, è ovvio che si arrivi a dire che le grandi cooperative sono meno cooperative delle piccole. Ma ciò è conseguenza di un grave errore teorico che purtroppo continua ancora a persistere nelle menti di alcuni dirigenti cooperativi. Ciò che va detto e ribadito in ogni occasione è che la differenza basilica tra impresa capitalistica e impresa cooperativa è questa: nella prima, il capitale controlla il lavoro (e gli altri stakeholders, come per esempio i consumatori); nella cooperativa, invece, il lavoro (o altri stakeholders) controllano il capitale. E' da questo principio che discendono tutti gli altri attributi tipici della cooperativa, a partire da quelli enunciati dai Probi Pionieri di Rochdale del 1844. Per fare solo un esempio, perché nella cooperativa vale il principio "una testa un voto", oppure quello del ristorno oppure ancora quello del limite delle quote di capitale detenute dal socio e così via? Per la semplice ragione che se deve essere il lavoro a controllare il capitale, non può essere diversamente.

Da quanto precede discendono tre conseguenze importanti. Primo. La cooperativa nulla ha a che vedere con la public company. Quest'ultima è una società di capitali nella quale il capitale è frammentato fra una miriade di soci, ma la sua natura (e quindi la sua governance) rimane sempre quella di un'impresa capitalistica. Secondo. La cifra dell'impresa cooperativa è quella di stare dentro (e non fuori o a lato) il mercato con una logica non capitalistica. E' questa la "bestemmia" che a molti dà fastidio: come è possibile stare nel mercato rispettandone i suoi principi (efficienza, produttività, competizione, sviluppo) senza perseguire il fine del profitto, ma quello della mutualità fra soci.

Occorre dire che un contributo non indifferente all'equivoco di cui sopra l'ha dato, in Italia, l'art. 45 della Costituzione, laddove si dice che "la Repubblica riconosce la funzione sociale della cooperazione". Si sarebbe dovuto dire "la funzione economica non capitalistica". (Ma sappiamo bene quali erano all'epoca i problemi dei padri costituenti!) L'esito, certamente non voluto, di quell'arti-





colo è stato comunque quello di far pensare alla cooperativa come ad una sorta di organizzazione non profit tutta proiettata sul solidarismo sociale. Ecco perché ci si “scandalizza” quando si vedono cooperative di grandi dimensioni – cosa che invece non si verifica affatto all'estero. Terzo. Quanto detto aumenta, non diminuisce, la responsabilità della cooperativa. La quale non si risolve affatto con le donazioni liberali o con le varie forme di filantropia. Perché anche l'impresa capitalistica fa questo e talora in maggiore quantità. Anzi, la corporate philanthropy è nata proprio in ambito capitalistico. Prendere sul serio il principio secondo cui il lavoro controlla il capitale significa, per un verso, porre al centro dell'organizzazione aziendale gli interessi del socio – e non il profitto che è piuttosto un vincolo e non già un fine – e per l'altro verso, tendere verso il democratic stakeholding come sistema di governance. Come gli esperti sanno, l'impresa capitalistica mai potrà realizzare – a meno di snaturarsi – il democratic stakeholding. Ciò che ad essa si chiede, infatti, è la responsabilità sociale

dell'impresa – la corporate social responsibility – non a caso nata in ambito capitalistico.

Può spiegare brevemente quali sono i vantaggi che hanno le imprese di capitali e di profitto, rispetto alle imprese Cooperative? È corretto sostenere come si fa da più parti, anche da settori dell'economia industriale di una funzione economica delle imprese cooperative complementare rispetto alle imprese di capitali e di profitto?

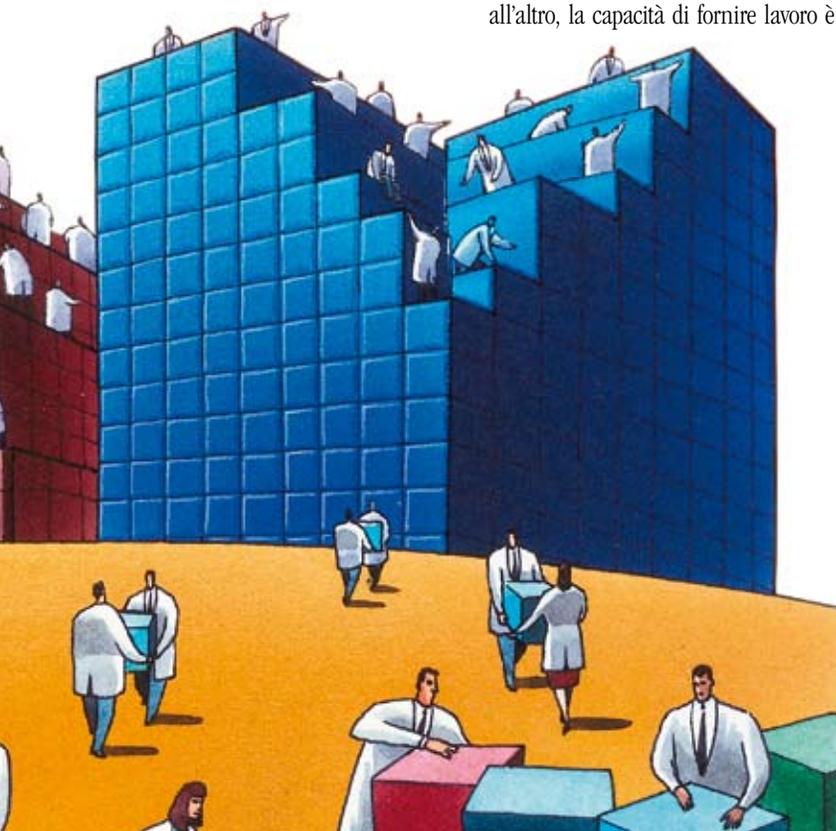
La cooperazione deve occuparsi soltanto di alcuni settori dell'economia, o deve invece coesistere con il sistema delle imprese di capitali e di profitto?

Il grande vantaggio dell'impresa di capitali rispetto a quella cooperativa sta nell'asimmetria tra gli input di capitale e lavoro. Mentre la proprietà dei beni capitali può essere trasferita da un soggetto all'altro, la capacità di fornire lavoro è

inalienabile. Ne deriva che un'impresa può ottenere il capitale di cui abbisogna sia da un stock di beni di sua proprietà sia da un flusso di servizi ottenuti da beni presi a prestito; invece può ottenere i servizi di lavoro solamente nella forma di un flusso. (Non esiste, infatti, lo stock di lavoro). Inoltre, chi fornisce lavoro non può trovarsi in più luoghi di lavoro al medesimo tempo; il fornitore di capitale, invece, può starsene lontano dal processo produttivo al quale cede le sue “macchine” e può collocarle anche in luoghi diversi simultaneamente. Ne deriva che quando i diritti di controllo sono attribuiti a chi fornisce lavoro, è impossibile trasferire il controllo da A a B senza sostituire i servizi di lavoro di A con quelli di B. Al contrario, nell'impresa capitalistica i diritti di voto associati alle quote di capitale possedute possono passare da A a B senza che questo comporti alcuna variazione nei beni capitali a disposizione dell'impresa.

Ecco perché è bene che nel mercato possano operare, in condizioni di sostanziale equità, imprese di capitali e imprese cooperative. Infatti, vi sono settori produttivi nei quali la non alienabilità del fattore lavoro – tipica della cooperazione – costituisce un elemento di vantaggio comparato; ma vi sono anche settori in cui è l'alienabilità del fattore capitale – tipica dell'impresa capitalistica – a fare aggio. Un'economia che voglia progredire ha dunque bisogno di un mercato plurale.

Si tende a presentare le cooperative come un fenomeno giuridico ed economico residuale, prevalentemente italiano, dimenticando la loro presenza in tutti i maggiori paesi Europei e la loro funzione fondamentale nell'economia dell'Unione. È utile assicurare la presenza di un'economia cooperativa nel sistema





Stefano Zamagni

dell'Unione Europea?

A suo giudizio la Cooperazione su scala mondiale può svolgere un ruolo positivo per mitigare le conseguenze sociali negative che la globalizzazione dell'economia porta, quasi inevitabilmente, con se?

In oltre un secolo e mezzo di vita, la cooperazione si è diffusa in tutto il mondo. Oggi l'Alleanza Cooperativa Internazionale associa 227 federazioni di cooperative in 91 paesi sparsi in tutto il mondo, con circa 800 milioni di soci (di cui 180 milioni in Cina e 210 milioni in India) e 100 milioni di occupati. Nella sola Europa si contano 267.000 cooperative in 37 paesi con 163 milioni di soci e circa 5,5 milioni di occupati. I paesi più cooperativi sono la Finlandia, la Svezia, l'Irlanda con almeno la metà della popolazione socia di una cooperativa; la Norvegia, la Danimarca, la Francia, il Canada, il Giappone e, a sorpresa, gli Stati Uniti, dove la cooperazione associa oltre un terzo della popolazione; molti sono poi i paesi, fra cui l'Italia, dove i soci di cooperative arrivano ad un quarto della popolazione. Non vi è settore dell'economia in cui la cooperazione non sia entrata, ma la più diffusa presenza si registra l'agro-industria, nel credito/assicurazione e nella distribuzione commerciale, dove, oltre alle cooperative di consumatori, si contano forti cooperative di dettaglianti. Anche la cooperazione di abitazione è stata presente dovunque, benché spesso non venga rappresentata adeguatamente dai dati statistici, dal momento che si tratta di una cooperazione a termine, che si risolve quasi sempre con il conferimento dell'abitazione al socio.

Recentemente l'Acì ha realizzato un innovativo progetto, volto ad identificare le 300 più grandi cooperative del mondo (Global 300). I risultati sono del più alto interesse: in totale il giro d'affari di queste 300 cooperative arriva a 1000 miliar-

di di \$, di cui il 33% nell'agroindustria, il 25% nella distribuzione commerciale, il 22% nel settore finanziario. Sono rappresentati 28 paesi, di cui 15 in Europa, 4 in America, 6 in Asia, più Australia, Nuova Zelanda e Israele. I cinque paesi con il giro d'affari cooperativo più consistente fra le grandi cooperative sono nell'ordine la Francia, il Giappone, gli Stati Uniti, la Germania e l'Olanda, mentre i cinque con il maggior numero di cooperative rappresentate fra le 300 sono gli Stati Uniti, la Francia, la Germania, l'Italia, l'Olanda. Infine, i cinque paesi in cui le cooperative rappresentate fra le prime 300 hanno una maggiore incidenza sul reddito nazionale sono la Finlandia, la Nuova Zelanda, la Svizzera, l'Olanda e la Norvegia. Ancora, va ricordato che nel 2003 l'Unione Europea ha varato lo statuto della cooperativa europea, fornendo così uno strumento indispensabile per un possibile compattamento delle cooperative europee, in modo da offrire maggiori spazi ad una internazionalizzazione della cooperazione che sarebbe utile per rendere la globalizzazione più solidale.

Cosa si può chiedere al legislatore italiano ed europeo per rendere ancora più efficiente il ruolo delle cooperative nel sistema economico delle società contemporanee?

Che il cooperativismo si trovi oggi ad un

punto di svolta è cosa ormai a tutti nota. Si tratta di un fatto altamente significativo che dice della vitalità di una forma di impresa che ha saputo conquistarsi sul campo i galloni del successo. Al tempo stesso, però, questi risultati lusinghieri fanno emergere interrogativi nuovi e preoccupanti. E' possibile che, nelle nuove condizioni, l'impresa cooperativa possa continuare a "far bene" quanto la gemella capitalistica e, in più, fare altro? Per dirla in modo speculare, ha fondamento la congettura di chi ritiene che nella stagione della finanziarizzazione dell'economia non vi sia spazio per soggetti d'impresa che, come la cooperativa, fanno della dimensione sociale la loro cifra distintiva? A ben considerare, interrogativi del genere rinviano tutti, più o meno direttamente, alla questione di come finanziare il processo di crescita della cooperativa senza che ciò metta a repentaglio la sua identità specifica. In buona sostanza, il fine (buono in sé) dell'espansione della cooperativa giustifica le conseguenze che possono derivare dalla scelta di strumenti finanziari in grado di provocare una vera e propria eterogenesi dei fini, vale a dire l'annacquamento della causa mutualistica?

Rimettendo all'autonomia statutaria della cooperativa le decisioni in merito all'utilizzo dei nuovi strumenti finanziari, la normativa vigente solleva un problema di straordinaria delicatezza: come può una cooperativa, addirittura a mutualità prevalente, controllare una





società di capitali (in cui lavorano persone non socie) oppure servirsi dei nuovi strumenti finanziari (imputandoli persino a capitale sociale) e conservare integra la propria identità? E' bensì vero che le norme limitano il potere dei sottoscrittori dei nuovi strumenti, ma non la partecipazione patrimoniale. E' altresì vero che lo scopo mutualistico dei soci autenticamente cooperatori non viene cancellato per consentire il conseguimento del fine lucrativo a coloro che sono portatori dei nuovi titoli, ma non c'è forse il rischio di un effetto di spiazzamento (crowding out) e ciò nel senso che lo scopo lucrativo finisca con lo spegnere lo scopo mutualistico? Come si comprende, si tratta di questioni veramente fondazionali che pongono la cooperazione di fronte alla apparente alternativa tra conservare l'identità (e rinunciare ad espandersi) e crescere (e accettare lo snaturamento). Ma a ben considerare, la situazione non è così tragica come a prima vista potrebbe apparire o come spesso viene dipinta da non disinteressati interlocutori.

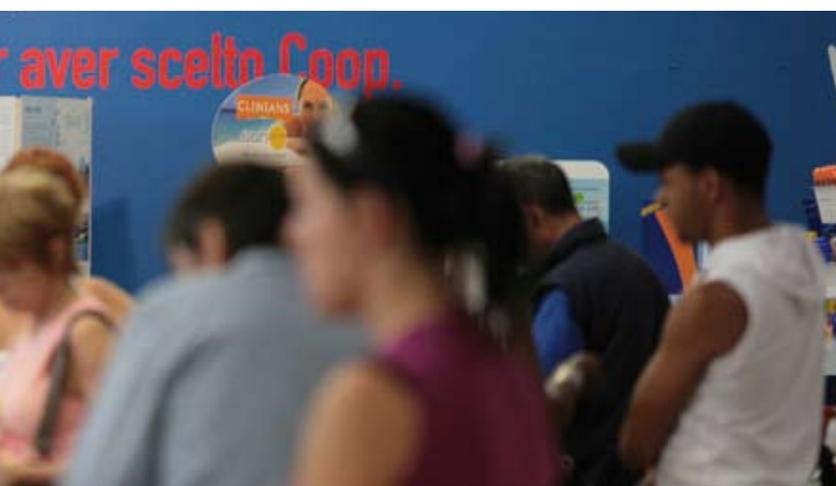
È certamente vero che le società partecipate (siano o no quotate in borsa) non potranno avere la medesima funzione obiettivo – se vorranno essere interessanti per i partner non cooperativi – delle cooperative partecipanti. Ma ciò non implica affatto che il gruppo cooperativo debba replicare il modello di governance del gruppo capitalistico omologo, né abbia bisogno di adottare una gestione

strategica basata sul principio del cosiddetto shareholder value, cioè la massimizzazione del valore per l'azionista. Se il gruppo cooperativo realizza un modello esteso di governo in cui il management ha doveri fiduciari nei confronti di tutte le classi di stakeholder, allora scompare il potenziale conflitto di interesse tra soci di capitale e soci che rappresentano, entro il gruppo, gli interessi delle imprese cooperative. A scampo di equivoci, non sto dicendo che ciò sia facile da attuare né ci vogliamo qui pronunciare su talune esperienze, peraltro assai ridotte, ancora allo stadio iniziale. Voglio piuttosto indicare che nulla impedisce, in linea di principio, che il gruppo cooperativo possa evitare la trappola del trade-off.

Due però le condizioni necessarie che vanno soddisfatte a tale scopo. La prima è quella di respingere, in ogni modo, la tentazione della doppia moralità: si gestisce il gruppo cooperativo con una logica diversa, anzi antagonista, rispetto alla logica che viene seguita all'interno delle cooperative controllanti. La dualità di logiche di conduzione degli affari porta sempre, prima o poi, ad esiti perversi. La ragione è che, in tale malaugurata evenienza, il management del gruppo cooperativo verrebbe a trovarsi nella posizione del double agent, di chi cioè vive due rapporti di agenzia nei confronti di due diversi principali: l'uno con i soci di capitale; l'altro con i soci cooperatori. Ora, poiché le funzioni

obiettivo dei due principali sono tra loro incompatibili, il management non potrà che cedere, a lungo andare, alle richieste dei soci di capitale, dal momento che costoro sono in grado di avanzare minacce credibili circa la permanenza nel gruppo stesso. Infatti, lo scopo di questi ultimi non è mutualistico e dunque i soci di capitale mai potranno vincoli all'obiettivo della massimizzazione del profitto, che non siano quelli legali o al più quelli della responsabilità sociale dell'impresa come usualmente intesa.

La seconda condizione necessaria che va soddisfatta è l'accoglimento da parte della dirigenza del gruppo cooperativo della strategia del democratic stakeholding intesa come superamento del managerial stakeholding. Mentre quest'ultimo è un modello di governance in cui è il Ceo o, al più, il consiglio di amministrazione a cercare, in modo più o meno paternalistico, di comporre i vari interessi in gioco, con il democratic stakeholding si cerca di offrire a tutti coloro che intrattengono rapporti con il gruppo la possibilità reale (non virtuale) di partecipare al processo deliberativo nelle forme che, a seconda delle situazioni, si riterranno più adeguate. Non basta – si badi – la trasparenza della comunicazione, dare cioè informazioni corrette e veritiere. Né basta la consultazione di tipo concertativo (come si sa, parecchie assemblee solo in apparenza realizzano la partecipazione democratica diretta). Quel che si richiede è l'accountability da parte del management verso tutti gli stakeholder. Che si tratti di compito non facile da assolvere è fuor di dubbio, ma è certamente possibile, a condizione che ci si liberi da anchilosanti retaggi ideologici. Intanto il cammino verso il democratic stakeholding è già iniziato, favorito in ciò dalle leggi 366/2001 e 220/2002 di riforma della vigilanza. Si tratta dunque di proseguire elevando il livello del dibattito culturale e politico in corso – in verità ancora piuttosto basso. ■



DIVENTA ORA SOCIO PRESTATORE:

Se apri un libretto con almeno 100€ di deposito
riceverai subito due utilissimi regali:



**UNA BORSA PER LA SPESA
IN PURO COTONE**



UN BUONO SPESA DA 10€



**RICORDA: L'INIZIATIVA È VALIDA
DAL 21 MARZO AL 21 GIUGNO.**



Il libretto Coop: niente costi, solo vantaggi.