



Mensile di notizie e informazioni - Organo ufficiale della Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue

## L'impresa cooperativa fattore di competitività, efficienza e di pluralismo

Giuliano Poletti

Il Sole 24 Ore del 24 agosto ha pubblicato un editoriale di Franco Locatelli ("L'avanzata delle coop tra politica e mercato") che - sulla scorta dei contenuti dell'intervista al Presidente di Aucc-Coop, Aldo Soldi, apparsa sul quotidiano stesso il giorno precedente - prende in esame il ruolo del "capitalismo cooperativo" nell'economia nazionale e, pur riconoscendone l'importanza sul piano della difesa dell'occupazione e dei consumatori, indica, come punti critici non risolti del modello cooperativo, la governance, i sistemi di controllo e lo specifico regime fiscale.

ALocatelli hanno risposto il Presidente di Concooperative, Luigi Marino, con un articolo pubblicato sul quotidiano milanese il 25 agosto, e Giuliano Poletti, Presidente di Legacoop, con un articolo apparso sul Sole 24 Ore del 26 agosto. Pubblichiamo, in apertura di questo numero di Cooperazione Italiana, l'articolo di Giuliano Poletti.

Mi auguro che dall'articolo di Franco Locatelli mercoledì scorso da "Il Sole-24 Ore" con il titolo "L'avanzata delle coop tra politica e mercato" possa scaturire un sereno confronto di opinioni che serva a meglio chiarire quale ruolo imprenditoriale e sociale sia in grado di giocare il movimento cooperativo non solo in risposta ai bisogni dei soci delle cooperative (la funzione mutualistica in sen-

so stretto), ma anche a vantaggio della competitività, dell'efficienza, del pluralismo del sistema economico nazionale.

Sgombriamo subito il campo da un equivoco (nel quale per la verità Locatelli non cade): non ci sono "settori tradizionali" in cui possa essere confinata l'area legittima di insediamento della cooperazione.

L'impresa cooperativa nasce per dare risposta a bisogni di persone reali, lavoratori, consumatori, artigiani, piccoli imprenditori; bisogni che si modificano man mano che la società e l'economia si evolvono. In ragione di questo, mutano i campi di attività e si modificano le forme di intervento della cooperazione.

Per questo ci stiamo cimentando in campi che incidono oggi significativamente sulla spesa delle famiglie, dove la posizione dei consumatori, a detta di tutti, non è sufficientemente tutelata dalla struttura dell'offerta, e la struttura stessa dell'offerta è afflitta da inefficienze il cui costo in definitiva viene pagato dall'intera comunità nazionale.

E' evidente che così si toccano interessi consolidati, ma questo non è una novità; è accaduto anche in passato quando la cooperazione ha cominciato a svilupparsi in quelli che appaiono ora i settori di "naturale" insediamento.

Abbiamo uno scopo: abbassare i costi per i consumatori e gli utenti, e rendere più efficiente il sistema. Mi piace sottolineare che a far da apripista in questa direzione non è solo la cooperazione tra consumatori, ma anche quella tra detta-

glianti, a riprova di una generale attenzione verso questi bisogni, e mi auguro che possano seguire anche altri nuovi soggetti cooperativi, alla stregua di quanto avviene in paesi come gli Stati Uniti e il Giappone. Il fatto che altre catene della grande distribuzione si stanno muovendo nella stessa direzione prova che la nostra iniziativa, lungi dal chiudere i mercati, determinerà vantaggi per tutti i consumatori, non solo per quelli che si rivolgeranno alle cooperative. Franco Locatelli propone nel suo articolo, interrogativi in ordine alla governance, agli assetti proprietari, alla fiscalità delle imprese cooperative che meritano chiarimenti e risposte puntuali. Interrogativi nati, a suo dire, anche delle "scorribande finanziarie dell'anno scorso".

Desidero esser chiaro su questo punto, per sgombrare il campo e poter ragionare meglio. Vi era un disegno che abbiamo condiviso nel tentativo di acquisizione della BNL da parte di Unipol, che mirava a costituire un gruppo finanziario di dimensioni nazionali particolarmente finalizzato al sostegno dello sviluppo della cooperazione e della minore impresa. In Italia se ne avverte il bisogno, perché anche la cooperazione e la piccola e media impresa hanno bisogno di supporti finanziari specializzati per sopravvivere e competere in

mercati di dimensioni ormai continentali, quando non mondiali. Lungo il percorso sono emersi problemi e distorsioni; sono stati affrontati con risolutezza e tempestività; sono state trovate valide soluzioni per i problemi di governance dell'Unipol.

Per quanto riguarda il complesso delle questioni sollevate da Locatelli, siamo convinti che non servano modifiche legislative.

La riforma del diritto societario è stata approvata dopo un lungo lavoro di approfondimento nella scorsa legislatura, ed è entrata in vigore solo nel 2004. Ora è tempo di pensare a come applicarla per bene, sperimentando tutte le novità che essa contiene, e non sono poche.

La strada maestra per affrontare i problemi di governance che esistono pure nelle cooperative - in larga parte sono figli del successo e della crescita - è quella dell'autoregolamentazione, da sviluppare all'interno del nuovo quadro normativo determinato appunto dalla riforma.

Come Legacoop abbiamo già cominciato a lavorare intensamente su questi temi, consapevoli della loro importanza ai fini dell'efficienza delle imprese e della buona

reputazione del movimento cooperativo, e dedicheremo ad essi uno spazio importante nella preparazione, già avviata, del nostro prossimo Congresso nazionale.

Una risposta infine per quanto riguarda la disciplina fiscale, anch'essa rivista nella scorsa legislatura, appesantendo il carico fiscale cui sono assoggettate le cooperative.

Bisogna che si abbia consapevolezza che il regime fiscale delle cooperative non costituisce una deroga a quello delle società lucrative. Esso è strettamente legato alla particolare natura mutualistica e non lucrativa, alle finalità intergenerazionali, ai limiti di distribuzione degli utili e delle riserve tra i soci, ai vincoli che limitano la possibilità di accedere effettivamente ai mercati dei capitali.

Questi vincoli e limiti valgono tanto nelle piccole quanto nelle grandi cooperative, e sono riconosciuti dalla stessa Commissione dell'Unione europea nella Comunicazione del febbraio 2004 "sulla promozione delle società cooperative in Europa". Per questo siamo convinti della piena compatibilità della disciplina nazionale sulla cooperazione con i principi dell'ordinamento comunitario.

## Mezzogiorno: le proposte di Legacoop per una politica di sviluppo

Legacoop valuta molto positivamente l'impegno del Governo ad aprire un tavolo di confronto con le organizzazioni sindacali ed imprenditoriali, oltre che con le regioni meridionali, per definire politiche e strumenti di intervento nel Mezzogiorno. Già nel 2004 le organizzazioni imprenditoriali e sindacali, tra cui Legacoop, avevano elaborato proposte che sono oggi alla base del confronto tra il Governo nazionale, le autonomie locali e le parti sociali.

Il confronto oggi avviato appare particolarmente significativo anche perché in questo momento i dati economici evidenziano un riaprirsi della forbice dello sviluppo tra Nord e Sud, dopo anni in

cui il Mezzogiorno era cresciuto con tassi superiori alla media nazionale.

Per quanto riguarda i temi oggetto di confronto nella giornata del 30 Agosto, Legacoop intende sottolineare, nella condivisione generale del documento presentato, alcuni aspetti in particolare.

Per quanto attiene alle infrastrutture la richiesta è di completare quelle avviate, e di selezionare le priorità e di predisporre e finanziare adeguatamente un piano decennale di investimenti ma, soprattutto, di definire tempi certi di realizzazione e di legare gli investimenti previsti a processi di sviluppo e di rafforzamento delle economie locali.

Sotto questa ultima prospettiva hanno un rilievo particolare le

piattaforme logistiche, i centri intermodali, gli interporti e le aree retroportuali in quanto l'incremento dei traffici che auspicabilmente interesserà l'area del Mediterraneo nei prossimi anni non si risolve solo nel passaggio delle merci ma anche nella "lavorazione" delle stesse.

Un recente studio evidenzia difatti che un container in transito produce un fatturato di 300 euro mentre per un container "lavorato" il fatturato sale a 2300 euro. Per quanto attiene al trasporto pubblico locale, Legacoop è favorevole ad una ulteriore liberalizzazione rispetto a quanto già contenuto nel decreto Bersani. Un quadro normativo che consenta ai

Segue a pag. 3



**Cooperazione e Sindacato: impresa e lavoro da sempre per la crescita del Paese**



Lunedì 16 ottobre 2006  
Firenze - Centro Affari - Piazza Adua, 1

PROGRAMMA DEI LAVORI

- Ore 10.00: Apertura lavori  
Saluto delle autorità
- Ore 10.30: Introduzione  
**Alceo Riosa**, Docente di storia contemporanea Università degli Studi di Milano  
"CGIL e Legacoop: una storia di valori per lo sviluppo del Paese"
- ore 11.15: Dibattito  
Interverranno:  
**Guglielmo Epifani**  
Segretario Generale CGIL  
**Giuliano Poletti**  
Presidente Legacoop  
Modera:  
**Bruno Manfellotto**  
Direttore "Il Tirreno"

Con questa nota, del presidente di Legacoop Emilia Romagna, Paolo Cattabiani, e quella pubblicata a pagina seguente, del presidente di Legacoop Toscana, Giovanni Doddoli, si apre una riflessione -in vista del Congresso nazionale di Legacoop, previsto per i primi di marzo 2007- per delineare le direttrici di un percorso che la cooperazione intende intraprendere per rinnovare la propria missione sostenendo la sfida di una società complessa in rapido cambiamento

## “Valori in corso”: un progetto di rinnovamento per confermare la nostra missione in una società in divenire

Il presidente di Legacoop Emilia Romagna, Paolo Cattabiani riprende in questo articolo i temi del suo intervento alla Assemblea regionale dei delegati di Legacoop che si è tenuta a Bologna il 17 luglio con il titolo “valori in corso”.

Mancano ormai pochi mesi, forse quelli più importanti, all'appuntamento politico più impegnativo della nostra Organizzazione e credo sia giusto sottolineare come abbiamo davvero tutti un gran bisogno di fare un buon Congresso nazionale, sottolineo nazionale, di Legacoop.

Innovativo nei contenuti programmatici, confermativo in quelli valoriali, dinamico nell'elaborazione culturale. E ancora: unitario sul fronte interno ed unitario nella proposta politica alle altre Centrali Cooperative.

Un Congresso nel quale impegnare e mobilitare ogni energia, a partire da quelle migliori, di Legacoop e non solo di Legacoop. Credo che il problema che abbiamo davanti si possa riassumere più o meno in questo modo: come può la cooperazione continuare ad essere una forza sana e positiva del cambiamento e della modernizzazione del Paese, facendo leva su di un radicato sistema di valori di riferimento, all'interno di un divenire sociale ed economico di una società complessa che ormai accetta la sola, scontata, aggettivazione di globale.

Queste riflessioni, del resto né originali né inedite, sono pertinenti al ruolo che compete a Legacoop ed all'intera cooperazione nell'attuale delicata fase dei rapporti tra politica ed economia, politica e corpi intermedi, politica e persone in carne ed ossa.

Sono personalmente convinto che la funzione della cooperazione tutta e di quella parte che noi rappresentiamo in modo particolare non si esaurisca nel fare bene impresa che, tuttavia, già non è poco, ma rappresenti al contempo un impegnativo progetto economico, sociale e civile per noi tutti, una sorta di sfida che non ha come premio il cambiamento dei destini del mondo quanto la realizzazione, in campo economico e sociale, di un complesso insieme di diritti civili strettamente connessi alla dimensione, sottolineo civile, dell'individuo, oltreché alla sua dimensione umana.

Credo che l'occasione fornita dagli appuntamenti congressuali sia propizia per provare a sviluppare una discussione di merito in modo non formale e retorico attorno a questi e ad altri argomenti. Si tratta di un'occasione che non va né enfatizzata (il Congresso come “deus ex machina” che tutto chiarisce) né banalizzata (rituale obsoleto per liturgie associative più o meno arricchite da un tocco di modernismo estetico organizzativo).

Dopo il confronto di idee ricco e coinvolgente dei mesi scorsi, credo che sia stato individuato l'obiettivo di fondo del nostro lavoro ed il metodo probabilmente migliore per conseguirlo: il definitivo abbandono di ogni cultura autoreferenziale e consolatrice, magari suffragata dalle positive performance economiche delle cooperative associate, per affrontare con decisione e coraggio i frangenti, spesso insidiosi, delle trasformazioni in atto nella società. Per rispondere o almeno tentare una risposta positiva alle domande che da quella stessa società provengono. Abbiamo condiviso un'idea forza: che sia necessario prima di tutto, anzi vitale, uno sforzo grande, esteso di risistemazione del “corpus” di idee e di ideali che ha guidato la nostra azione di operatori, nelle imprese e nella associazione. E' innegabile che con reiterata e crescente forza questo nostro patrimonio culturale sia stato eroso dalle trasformazioni in atto non solo nell'economia, quanto e soprattutto nella sfera del costume e delle

concezioni dell'uomo contemporaneo. Non intendiamo certo mettere in discussione acquisizioni ormai pluridecennali.

Noi pensiamo, infatti, che anche all'impresa, nel suo senso lato, così come alla politica, servano somministrazioni in dosi massicce di valori e di responsabilità socialmente sostenibili per attraversare il proprio presente e guardare con dinamismo e freschezza al proprio futuro e che hanno radici nel nostro passato. E per questi aspetti, noi vorremmo pensare al domani adoperando parole antiche e nobili che nei nostri scambi, interni ed esterni, non sono andate e non andranno fuori corso.

Queste parole sono, appunto, identità, integrazione, solidarietà, coesione sociale, democrazia, coerenza tra parole e fatti. Tutto ciò non solo non ci deve annerire o frenare, ma ci può indicare meglio la direzione e valorizzare il nostro cammino lungo la strada della modernità e del cambiamento. Per tragarciare il nostro futuro. Questo gruppo dirigente di Legacoop, nel suo significato più ampio ed aperto possibile, deve avvertire il compito di fare oggi quello che altri operatori fecero ieri: sviluppare la cooperazione nella situazione esistente con i cambiamenti e le conferme che sapremo e potremo inserire e mantenere. Ecco il senso che attribuiamo all'espressione “rinnovamento culturale”, fortemente collegato alla realtà.

E' anche per queste ragioni che stiamo dalla parte del recente Decreto Bersani. Vada avanti il Governo, il senso di marcia è quello giusto.

Si tratta di provare ad aprire davvero l'Italia alla concorrenza ed alla competizione regolata e socialmente responsabili tra liberi soggetti imprenditoriali ed economici, aventi pari accesso alle opportunità ed all'interno di una e diversificata rete di forme societarie.

Cambiamo, insieme, definitivamente, l'idea ancora assai radicata dalle nostre parti, secondo la quale i cittadini si tutelano solamente nella loro figura sociale di lavoratori ed integramola, arricchendola, acquisendo del tutto la nozione feconda del cittadino nella sua veste di consumatore, fruitore, utente di beni e servizi, che in questi anni si è affermata con sempre maggiore forza e che esige forme nuove ed inedite di rappresentanza e soddisfazione politica, economica, sociale.

La cooperazione non potrà assistere a queste partite stando seduta in tribuna, ma dovrà essere uno dei giocatori in campo. Per giocarsela. Nella GDO, nelle infrastrutture e nei suoi strumenti pubblici di accesso, nell'agro-alimentare, nei servizi di pubblica utilità, nella telefonia, nel welfare, nelle comunicazioni si attraverseranno incroci cruciali. Noi vogliamo esserci.

La cooperazione può e vuole figurare, per le competenze acquisite e le capacità dimostrate, tra i protagonisti delle nuove e necessarie fasi di modernizzazione che abbiamo davanti. Ecco perché pensiamo che ogni sforzo di rinnovamento vada visto in funzione dello sviluppo e della capacità competitiva del Sistema Italia.

Dobbiamo lavorare, agendo in primo luogo su noi stessi, per un Paese nel quale si affermi un'economia di mercato dove etica, regole e capacità abbiano il sopravvento su entrate, raccomandazioni, accessi disinvolti al potere, scorciatoie. Un'economia dove stringersi la mano conta di più che strizzarsi l'occhio. Lavorare su noi stessi significa anche soddisfare la nostra esigenza di dotarci di uno strumento aperto, democratico, inclusivo e trasparente in grado di accompagnare i bisogni di crescita delle associate. I soggetti interessati ai fini di questo obiettivo potrebbero essere: Gruppo Unipol, Coopfond, CFI, Finanziarie locali.

**Paolo Cattabiani**  
Presidente Legacoop Emilia Romagna

Poi è chiaro che non dobbiamo muoverci in una logica autoreferenziale chiusa come a volte ci capita.

Occorre lavorare su interventi capaci di produrre relazioni ed alleanze virtuose e finalizzate alle esigenze differenziate che hanno le cooperative.

In Emilia Romagna, una delle zone di più alto sviluppo industriale di tutta l'UE, la crescita economica si è accompagnata ad una redistribuzione locale del benessere che ha permesso di evitare la polarizzazione delle classi e la radicalizzazione del conflitto. La capacità di governare questo processo con misure di sostegno allo sviluppo e politiche sociali tese a mediare gli interessi, ha visto, qui più che altrove, la cooperazione in prima linea.

L'impressione, tuttavia, è che, anche in Emilia Romagna, si allarghino le fasce della popolazione attratta da un messaggio politico-culturale fondato su di una mobilitazione individualistica del consenso.

Una strategia che si pone in alternativa secca rispetto alle forme di organizzazione degli interessi attraverso un sistema di rappresentanza collettivo, solidaristico e semplificato.

Non mancheranno, nelle prossime settimane e mesi, le aree e gli argomenti sui quali discutere e produrre iniziative, a partire dall'internazionalizzazione del sistema economico regionale, dalle politiche di welfare, dai temi della rappresentanza e della governance.

E allora, se questo è vero, noi abbiamo bisogno di dotarci di un posto, di un luogo fisico all'interno del quale si discute, si pensa, si elabora, si rielabora la cultura cooperativa. E abbiamo bisogno anche che ci sia qualcuno, un terzo, che ci aiuti a farlo senza che sia né collaterale né compiacente. Abbiamo messo al lavoro un gruppo interdisciplinare di intellettuali, di professori, di ricercatori che stabilmente ed in modo strutturato e continuativo dia vita, col nostro concorso, alla produzione di innovazione nel pensiero cooperativo e nelle sue modalità espressive. Non per giungere a conclusioni apodittiche ma per offrire un contributo all'insieme del movimento che saprà, con i modi e nelle sedi opportune, realizzare le necessarie sintesi per azioni che emanano dai bisogni delle imprese e ad esse ritornano come fossero una bussola che indica una rotta che ciascuno è libero di seguire ma che, esercitando una delle nostre funzioni, riteniamo porti a nuovi approdi di sviluppo economico e sociale, della cooperazione e non solo.

Questo è lo spirito con cui andiamo, per quanto riguarda i rapporti interni alla nostra associazione, verso il Congresso. Per quanto riguarda, invece, le relazioni con i nostri interlocutori esterni, “alleanza” è una parola chiave, basilica per la cooperazione ed i cooperatori. In parte naturale, incorporata com'è nel nostro DNA. A pensarci bene, infatti, la forma cooperativa stessa è già un'alleanza fra persone che solo mettendosi insieme ed unendosi fra loro possono fare certe cose e cogliere certi traguardi.

La cooperazione, più di ogni altra forma d'impresa, ha bisogno di avere attorno a sé il consenso e la fiducia dei portatori di interesse interni ed esterni.

La mappa del nostro sistema di alleanze va estesa, aggiornata e rafforzata selezionando con chi stare e per fare che cosa. E' un tema che riguarda sia le strutture di rappresentanza che le singole imprese cooperative.

La strada delle alleanze e dell'autonomia ci porta inevitabilmente ad occuparci di unità cooperativa. Su questo punto ci siamo già ripetutamente espressi: sarà un buon giorno per i cooperatori quando uno solo di loro potrà parlare a nome di tutti. E' per questo obiettivo

che intendiamo lavorare. Lo facciamo con l'orgoglio ed il rispetto che si devono alla nostra ed alla altrui storia e convinti che ci sia un collegamento diretto tra la forza politica della rappresentanza e la forza economica dei rappresentati.

Ci teniamo a sottolineare, per non essere fraintesi, che la nostra proposta di composizione unitaria della rappresentanza del mondo cooperativo è rivolta non solo a Confcooperative ma anche ad UNCI ed AGCI, interlocutori fondamentali da trattare con pari dignità ed uguale rispetto.

Prima di chiudere queste note, alcune considerazioni attorno al tema Unipol, perché ci sono alcune lezioni fondamentali che da quella vicenda dobbiamo ricavare e mettere a reddito:

- a) un uomo solo al comando non va lasciato mai. Neanche se bravo ed affidabile. Noi abbiamo bisogno e fortunatamente in cooperazione ce ne sono tanti, di grandi leaders, ma questi devono essere inclusivi, partecipativi, il risultato di regole e procedure elettorali chiare e trasparenti, dentro ad un quadro di poteri bilanciati ed equilibrati. Abbiamo fatto tanto, ma spazi di miglioramento ve ne sono ancora. Occupiamoli in fretta;
- b) non dobbiamo mai separare i mezzi dai fini.

L'etica della responsabilità riconosce infatti la complessità e l'intreccio dei rapporti fra mezzi e fini: deve essere la nostra etica d'impresa cooperativa;

- c) è giusto e naturale che le cooperative si dotino di strumenti societari quali le SpA per meglio stare sul mercato. Queste però devono essere da un lato coerenti col sistema di valori della e dei controllanti e dall'altro devono essere funzionali agli interessi ed ai bisogni della proprietà cooperativa e non viceversa. Così come occorre stare attenti a non delegare alla SpA lo scambio mutualistico col socio, che deve invece rimanere saldamente all'interno della cooperativa.

Alla SpA, semmai, spetta una funzione di arricchimento e non di sostituzione;

- d) bisogna prestare grande attenzione ai compagni di strada, a coloro che ci mettiamo vicino.

Non è importante solo dove si vuole andare, ma anche con chi ci si vuole andare. Meno siamo disinvolti e più siamo rigorosi, senza ipocrisie e falsi moralismi, meglio sarà per il futuro.

Come dicevo all'inizio abbiamo bisogno di fare un buon Congresso; e sarà buono se sarà utile e sarà utile se quel che ci sarà dopo non sarà in tutto e per tutto uguale a quel che c'era prima.

Dall'Emilia Romagna cercheremo, come sempre, in coordinamento con Roma, di fornire il nostro contributo originale, consapevoli che le nostre dimensioni qualitative non finiscono per darci più potere, ma solo più responsabilità.

Allestiamo un Congresso davvero inclusivo, che spalanchi porte e finestre e ci dia occasioni e sedi per confrontarci coi fatti che ci avvengono attorno e con chi li determina.

Si spiega anche così la collaborazione con professori ed intellettuali nei gruppi di lavoro della nostra regione: non solo consulenti ma portatori di interessi, sollecitatori, critici leali, sostenitori. Non perdiamo la buona occasione per fare bene ciò che ci siamo prefissi di fare e prima abbandoniamo un'idea salvifica e re-dentrice dei Congressi meglio è; lavoriamo insieme, allora, con il necessario pragmatismo e la dovuta concretezza, non dimenticando che possiamo essere pragmatici e concreti senza lasciare indietro quote di fantasia, di passione, di allegria. ■

# L'esigenza di innovazione per la crescita del movimento cooperativo: la sfida Toscana

## L'andamento economico delle cooperative toscane

L'universo delle cooperative aderenti a Legacoop in Toscana sta attraversando una fase di rafforzamento strutturale e consolidamento qualitativo: stabile il numero delle imprese, nel quadriennio che ci separa dall'ultimo Congresso il movimento ha registrato un trend decisamente espansivo della propria forza economica e occupazionale, ha dimostrato un crescente dinamismo sia dal punto di vista organizzativo che produttivo, sviluppando processi di integrazione e di innovazione importanti. In netta controtendenza rispetto ad un andamento congiunturale negativo dell'economia regionale, infatti, Legacoop Toscana continua a crescere: negli ultimi quattro esercizi, il numero dei soci cooperatori è salito di ben 20 punti percentuali, e sta per raggiungere la soglia dei 2 milioni; il valore della produzione è globalmente stimabile al 31/12/2005 in più di 6 mld. di euro, con un aumento del 20% sul 2002; l'occupazione è cresciuta del 13% (arrivando a circa 41.000 addetti), contemporaneamente ad uno sforzo di carattere qualitativo a vantaggio della stabilità occupazionale (99% degli addetti); l'accumulazione patrimoniale si è incrementata, la ricchezza prodotta è stata impiegata a precisi fini di rafforzamento dell'impresa. Quindi, "la cooperazione ha i titoli", anzi è noto che la prima impresa per fatturato e addetti è proprio una cooperativa. Ma la vera forza sta nel fatto che quegli stessi sono riconducibili ad un preciso paradigma culturale entro il quale viene ogni giorno a declinarsi il comportamento delle nostre imprese. La percezione di ciò è ampiamente presente nella popolazione, anche se sappiamo di dover lavorare di più perché se ne apprezzi la distintività.

## L'azione politica di Legacoop a livello regionale e la riforma organizzativa

In Toscana, dopo un decennio di successi la cooperazione si propone per contribuire alla modernizzazione del quadro economico-sociale, mettendo a disposizione un sistema d'impresie diffuso nel territorio, solido e proiettato sui punti cruciali riguardanti i fattori della competizione regionale. La Toscana è alle prese con la propria riprogettazione, nei cicli industriali, nell'eccellenza della propria offerta, come nella evoluzione del terziario, specie i servizi privati, sia alle imprese che alle persone. La cooperazione è dentro il processo, con apporti progettuali in tutti i settori. Questo è il ruolo da sempre assunto: leggere le tendenze, le aspirazioni diffuse e misurarsi con esse

imprenditorialmente. La crescita è possibile solo così, per noi e, forse, questa è la prima funzione su cui ci sentiamo impegnati. A nostro modesto avviso questo è il contributo per un'Italia più efficiente. Se saremo capaci, in questo congresso, di lanciare, anche sul versante valoriale, un riallineamento tra un grande patrimonio sperimentato e le nuove aspirazioni a valori moderni condivisi, specie nel mondo giovanile, allora non solo il contributo sarà eccellente, ma avremo finalmente conquistata quella nuova legittimazione sociale che dà sostanza alla legittimazione normativa. Qui sta il cuore della sfida congressuale, in Toscana, ma nel Paese. Sono tappe essenziali l'affermazione già intrapresa di autonomia della cooperazione, precondizione per l'unità del movimento cooperativo, a cui stiamo alacremente lavorando e la formazione di una nuova leva di dirigenti cooperativi, concretamente avviata.

## IL CONGRESSO NAZIONALE

### L'esigenza di innovazione

Giuliano Poletti parlando delle prospettive del nostro movimento ha recentemente sottolineato che "il nostro futuro, il futuro della cooperazione, non si potrà risolvere nel fare meglio ciò che abbiamo sempre fatto". Condividiamo l'indirizzo e, appunto, lo decliniamo nei termini esposti, perché vogliamo corrispondere a questa esigenza di innovazione. E' questo il nostro più autentico spirito unitario, convinti che sia importante impegnarsi nella moderna cooperazione, poiché l'alternativa, quella di una sottovalutazione delle grandi sfide così come delle condizioni di vita delle persone potrebbe significare il fallimento della prospettiva aperta per il movimento cooperativo, con inesorabile declino. Abbiamo corso qualche rischio nell'ultimo periodo, lo avevamo intuito, contribuendo fattivamente a costruire argini utili per tutto il movimento.

### Le prospettive più ravvicinate della cooperazione

L'esigenza di innovazione è frutto delle sfide che la particolare situazione della società e dell'economia italiana pone di fronte alle varie forme d'impresa. Ci aspettiamo

Giovanni Doddoli  
Presidente Legacoop Toscana

dal Congresso, in piena autonomia di giudizio e di proposta, una valutazione delle politiche di

Governo per il rilancio del Paese e la tutela dei cittadini, per l'abolizione delle posizioni di rendita nei mercati e lo sviluppo di una reale concorrenza che abbia al centro la tutela del consumatore, per una ripresa del Paese che si basi su una chiara e condivisa idea riformatrice e su idonee politiche di risanamento e sviluppo. E ci aspettiamo, sul piano nazionale, un'azione visibile e tempestiva, in cui si esprima l'apporto che in questi processi può dare la cooperazione. Tuttavia la questione non può essere affrontata senza misurarci con il tema delle modalità dello sviluppo. Chi sostiene che dovremmo "liberare l'impresa che si nasconde dentro la cooperativa", dovrebbe ormai misurarsi anche con "il suo contrario", associando crescita e principi caratteristici della mutualità e della intergenerazionalità dei patrimoni. Noi siamo convinti che la sfida evolutiva del movimento cooperativo passi necessariamente dalla consapevolezza che i caratteri di una reale innovazione, in sintesi, vanno ricercati nel solco della distintività cooperativa (Edgar Parnell, "Reinventare la cooperativa").

### L'immagine della cooperazione

Ma l'esigenza di innovazione nasce anche dalla eccezionale esposizione mediatica che l'esperienza cooperativa ha avuto in seguito alla vicenda Unipol, che ha mutato radicalmente la percezione che vi è della cooperazione nella società italiana, ne ha accresciuto la visibilità ma ne ha aumentato la responsabilità e la vulnerabilità. Le critiche che si sono diffuse nella società italiana hanno toccato i "fondamentali" dell'esperienza cooperativa. I cittadini e i cooperatori ci pongono oggi domande essenziali a cui siamo chiamati a rispondere, circa la relazione tra valori proclamati e rivendicati come distintivi dell'impresa cooperativa e comportamenti concreti, la possibilità di sostenere la crescita dell'impresa cooperativa senza snaturarne ruolo e funzione, gli interessi che la cooperazione è chiamata a tutelare. Non si può più sottovalutare il fatto che decisioni imprenditoriali di grande rilevanza assunte da un gruppo di cooperative, o crisi di particolare acutezza che hanno attraversato alcune imprese, possano coinvolgere, dal punto di vista dell'immagine e degli esiti, tutto il movimento, mettendo a repentaglio un patrimonio collettivo costituito dall'immagine, dalla distintività e dal complesso delle

norme legislative che regolano la cooperazione. Questo non è nella disponibilità dei gruppi dirigenti, se pur autorevoli, di qualche cooperativa, dei settori o dei territori: è anch'esso patrimonio indivisibile!

### Un patto associativo su nuove basi

Nella crescita del movimento cooperativo c'è quindi un problema davvero reale di governance, che si estende dall'impresa cooperativa, in particolare nel rapporto tra proprietà e management, fino al rapporto tra imprese e struttura associativa. Occorre pertanto che il Congresso contribuisca a ricercare basi nuove su cui fondare il patto associativo: il tema delle risorse e degli strumenti finanziari per lo sviluppo, la natura dello scambio mutualistico, le nuove regole di governance e i percorsi per una reale partecipazione democratica dei soci all'esercizio della funzione imprenditoriale, la necessità di tenere assieme nel nostro movimento grande, media e piccola impresa cooperativa assecondando le diverse esigenze di crescita, una nuova stagione di promozione cooperativa nel campo delle politiche di tutela del consumatore, delle professioni e dell'utenza dei servizi.

### Gli scenari della finanza

In questa prospettiva complessiva di crescita, quantitativa e qualitativa, del movimento cooperativo, si pone, come si è detto, anche il problema degli strumenti finanziari necessari per le sfide dell'innovazione, non ultimo il ruolo che deve assolvere in questo quadro Coopfond: le risorse del movimento cooperativo debbono divenire una leva per nuove iniziative, che vedano coinvolti anche il gruppo Unipol ed il sistema bancario, a sostegno di progetti per l'internazionalizzazione, il consolidamento e lo sviluppo in settori di fondamentale importanza per la competitività del Paese. Ma il discorso sugli strumenti finanziari si allarga alla prospettiva che vogliamo assicurare alla rete dei Confind e ai rapporti che, anche in Toscana, vogliamo sviluppare con il sistema bancario. La questione di fondo è come far sì che i vari attori istituzionali e sociali, percepiscano il valore della cooperazione come forma d'impresa, non in virtù di vecchie e superate appartenenze, quanto dal fatto che, in piena autonomia, il capitale sociale e la ricchezza che produce, anche in virtù della particolare tutela costituzionale e legislativa, sia, in questa fase dell'Italia, utilizzato per il rilancio della competitività e per chiari fini mutualistici. ■

## Segne da pag. 1: Mezzogiorno: le proposte di Legacoop per una politica di sviluppo

soggetti privati di intervenire nella gestione di linee di trasporto pubblico locale potrebbe difatti determinare miglioramenti nell'efficienza dei servizi e riduzione nei costi a carico del settore pubblico. Legacoop dichiara al riguardo la propria disponibilità ad approfondire le modalità, anche operative, di una presenza del mondo cooperativo nella gestione di servizi di trasporto pubblico locale e di avviare le possibili sperimentazioni. Due elementi appaiono di particolare rilievo per lo sviluppo del Mezzogiorno: lo sviluppo delle infrastrutture ed il protagonismo delle forze sociali. E' necessario comunque passare da una logica di interventi "singoli" ad un approccio di sviluppo integrato. In questo contesto le città sono diventate i luoghi prioritari su cui concentrare risorse e capacità per determinare processi in grado di promuovere attività che creino crescita e sviluppo. La qualità urbana, di-

fatti, attrae sviluppo e diventa essa stessa fattore di crescita economica, culturale e di valori di convivenza civile. Anche per queste ragioni è necessario avviare sollecitamente progetti di recupero e qualificazione delle periferie e delle aree degradate. La dimensione e la qualità dell'offerta abitativa, intesa non solo come "casa" ma come offerta integrata di funzioni abitative, svolge, in questa prospettiva, un ruolo decisivo. L'abitazione è in questo quadro da considerarsi alla stregua di una infrastruttura necessaria ad un equilibrato sviluppo della società. Formazione di nuovi nuclei famigliari, mobilità lavorativa, inclusione ed integrazione sociale, sono oggi ostacolate nelle città del Mezzogiorno dalla scarsa offerta di alloggi a condizioni economiche accessibili. Da qui la necessità di un forte progetto sulla casa in affitto che sappia leggere la peculiarità delle città del Mez-

zogiorno e in particolare nelle aree metropolitane, dove maggiori sono i fenomeni di emarginazione sociale e dove si registra un patologico invecchiamento del patrimonio abitativo. Legacoop riafferma la propria disponibilità a concorrere con le competenze imprenditoriali maturate alla realizzazione di progetti di riqualificazione di aree urbane. L'emergenza abitativa è determinata da diversi fattori:

- l'esaurimento dei fondi pubblici per le politiche abitative con scarse prospettive di stanziamento di fondi adeguati ai livelli del passato;
- un patrimonio pubblico che si riduce per effetto delle dismissioni e le cui condizioni sono pregiudicate dallo stato di conservazione e da fenomeni di morosità diffusa e di cattiva gestione;
- l'aumento del costo degli alloggi che insieme ad una nuova stagione di investimenti immobiliari spinge in alto il li-

vello degli affitti;

- la mancanza di offerta di alloggi in locazione per le categorie più deboli, la difficoltà ad accedere ad un mutuo per le famiglie monoreddito e per quei lavoratori con contratti atipici o temporanei.

Dopo un lungo periodo di incertezza la Commissione Europea ha approvato nel mese di luglio una direttiva che include gli alloggi sociali nei Servizi di interesse economico generale (S.I.E.G.). Ciò autorizza gli stati membri a non effettuare le notifiche alla Commissione in caso di concessione di provvidenze pubbliche per gli interventi in alloggi sociali. Serve un serio confronto tra i diversi operatori del settore, gli enti pubblici ed istituzionali, al fine di evitare l'assunzione di iniziative unilaterali che potrebbero ingenerare situazioni di confusione e incertezza e di eccessiva difformità di approccio sul territorio nazionale. ■



**M**ovimento cooperativo in Italia ha una lunga storia, ha accompagnato fin dal Risorgimento la vicenda economica, e politica sociale del Paese, è stato uno degli strumenti più importanti per far crescere imprenditorialità diffusa, senso della cittadinanza, responsabilità solidale verso la collettività.

La Legacoop è la più antica fra le organizzazioni cooperative, e forse la più importante: compie 120 anni.

Insieme alle altre Centrali - Confcooperative, AGCI, UNCI - contribuisce con una percentuale significativa al prodotto interno lordo, all'occupazione, allo sviluppo dell'associazionismo economico.

Negli ultimi anni, tutti gli indicatori dell'universo cooperativo sono po-

sitivi, migliori rispetto alla media delle altre imprese.

Proprio per questo, Legacoop ha deciso di celebrare il suo 120° compleanno guardando al futuro, affrontando la questione strategica della collocazione delle cooperative nei nuovi scenari competitivi e l'altra non meno importante dei problemi di identità e di riorganizzazione aperti dai profondi cambiamenti del mercato, della società, della strumentazione politica intervenuti negli ultimi venti anni.

Una scelta coraggiosa. E' raro vedere organizzazioni economico-sociali affrontare con altrettanta schiettezza problemi così delicati, complessi e a volte controversi e dibatterne alla luce del sole. Il punto è che le questioni che attraversano il movimento

cooperativo riguardano sì, in primo luogo i cooperatori, ma riguardano anche l'intera collettività nazionale.

La cooperazione è una realtà intergenerazionale, un patrimonio imprenditoriale e sociale profondamente radicato nel territorio, che non ha proprietari se non "pro tempore".

In questo senso svolge una originale e insostituibile funzione sociale, sancita dall'articolo 45 della Costituzione repubblicana.

Certo, i contenuti della funzione sociale mutano con il tempo, con il mutare del contesto economico e dei bisogni della collettività. Individuarne i nuovi profili, i nuovi strumenti, i nuovi obiettivi è fra le ambizioni delle iniziative per il 120°.

## Arte per l'Umanità Arte e artisti in 120 anni di cooperazione

*Il 15 novembre si apre a Roma la Mostra al Vittoriano*

**E**l evento *clou* di questo anniversario voluto dalla Lega Nazionale delle Cooperative. Sarà una mostra molto particolare perché cercherà di recuperare un rapporto, quello tra mondo dell'arte e cooperazione, molto più complesso di quanto non si creda (come la mostra metterà in luce), ma che si è in larga parte perso o disperso. Perso nella memoria per quanto riguarda il legame funzionale e politico che si è realizzato fin dalla fine dell' '800 e che ha visto nascere e crescere cooperative fatte da pittori decoratori ma anche da un modo diverso di intendere l'arte. Come ricordano, nel catalogo della mostra (edito da Skira), Chiara Gatti e Luigi Martini (che è il curatore della mostra) "l'incontro fra mondo dell'arte e cooperatori avviene, [a differenza di quanto non facciamo le classi borghesi], nella condivisione di una prospettiva ideale". Lavoratori e cooperatori propongono "agli artisti e agli intellettuali di realizzare un'alleanza sociale destinata alla crescita culturale dei diseredati, compresa la realizzazione di una specifica iconografia capace di comunicare i problemi del mondo del lavoro, affermare le proprie organizzazioni anche attraverso le immagini, per costruire insieme una società più giusta. Questo tracciato strategico diventerà ancora più esplicito verso la metà del secolo XX, dopo la fine della seconda guerra mondiale. Con quest[il] nuovo[il] soggetto[il], dunque, si capovolge, si

**Mario Salani**  
Legacoop, Responsabile Ufficio  
Progetti Intersettoriali

modifica alle fondamenta, il rapporto fra arte, intellettuali e classi sociali, fin dalle intenzioni che ne guidano la costruzione".

Ma è anche, come si diceva, un rapporto disperso, in quanto su questa linea si sono sviluppati percorsi differenziati per tipo di manifestazione artistica: teatro, cinema, letteratura. Sempre nel catalogo se ne ha un piccolo saggio del rapporto con il cinema, ricordando le vicende di una cooperativa che produsse il film "Achtung Banditi" di C. Lizzani. Lo stesso rapporto con l'arte figurativa è venuto modificandosi nel tempo assumendo da un lato una forma molto vicina al collezionismo (che rappresenta una parte cospicua della mostra, con opere di inconfondibile qualità e per alcuni versi poco note o del tutto dimenticate dal mercato), ma dall'altro conservando una dimensione di valorizzazione e di integrazione del momento artistico nell'attività quotidiana della impresa: dai contributi decorativi e illustrativi destinati ad ornamento delle sedi delle cooperative fino all'inserimento vero e proprio di tratti artistici nei "prodotti" delle stesse.

Questa mostra cerca di recuperare tutte queste specificità e di ridare loro un "senso", avviando così una ripresa di riflessione con il mondo dell'arte

che bene si innesta in quella già avviata con il mondo accademico rappresentata, da un lato, dalle "lezioni cooperative" e, dall'altro, dalle ricerche sulla cooperazione di questo ventennio. Proprio con un convegno di presentazione dei risultati di queste due ricerche si aprirà la giornata dell'inaugurazione. Nel pomeriggio alle ore 15 nella sala del Carroccio in Campidoglio alla presenza del Ministro Bersani saranno infatti presentati i risultati della ricerca storica relativa agli ultimi 30 anni di Legacoop, a cura della Professoressa Vera Zamagni, e di quella sul posizionamento delle grandi imprese cooperative all'alba di questo secolo, curata dal Prof. Lucio Poma.

Al tema delle strategie competitive della cooperazione nel mondo sempre più globalizzato, sarà dedicato un convegno che si terrà, nella prima decade del mese di dicembre, sempre a Roma mentre nell'ultima decade di gennaio si svolgerà un grande convegno su "scuola e cooperazione".

Come si vede si tratta di un programma celebrativo molto nutrito (che si può seguire nella sua formalizzazione sul sito di Legacoop - [www.legacoop.coop](http://www.legacoop.coop) - nell'area dedicata al 120°) che poggia sulla "trama", già avviata, delle "lezioni cooperative" nelle Università italiane, che riprenderà, dopo la pausa estiva, con l'avvio del nuovo anno accademico: la prima iniziativa della nuova serie sarà a Trieste alla fine del mese di ottobre.

## Master Universitario in Economia della Cooperazione

*XI Ciclo, Anno Accademico 2006/07*

Presso la Facoltà di Economia dell'Alma Mater Studiorum Università di Bologna è attivato, per l'anno accademico 2006 - 07, un Corso di Master Universitario di I livello **In Economia della Cooperazione** (MUEC XI Ciclo).

L'iniziativa si avvale, come in occasione delle sei edizioni dell'omonimo corso di perfezionamento (1996 - 2002) e dei quattro cicli del Corso di Master Universitario stesso (2002 - 06), della collaborazione e del sostegno dell'Istituto Italiano di Studi Cooperativi "Luigi Luzzatti" di Roma, della Associazione Generale delle Cooperative Italiane (A.G.C.I.), della Confederazione delle Cooperative Italiane (Confcooperative), della Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue (Legacoop), dell'Unione Nazionale delle Cooperative Italiane (U.N.C.I.), nonché del contributo dei Fondi mutualistici per la promozione e lo sviluppo della cooperazione delle Associazioni di rappresentanza promozione e tutela del Movimento Cooperativo stesse (Coopfond SPA, Generalfond SPA Fondosviluppo SPA, Promocoop SPA).

Il progetto didattico del Master Universitario di I livello in Economia della Cooperazione - M.U.E.C., la cui durata è annuale, contempla una articolazione dell'iniziativa *post-lauream* in due fasi temporaneamente distinte: **attività didattica in aula**, prima (novembre 2006 - maggio 2007, per circa 400 ore), e **tirocinio formativo individuale o stage** presso imprese od organizzazioni cooperative, poi (giugno - settembre 2007, per complessive 300 ore).

L'attività d'aula, che prenderà avvio con l'inizio del mese di novembre 2006, verrà svolta presso la sede della Facoltà di Economia di Bologna. Il Corso si svolge sotto la Direzione del Prof. Stefano Zamagni, Ordinario di Economia Politica presso la Facoltà stessa.

**Bando e Piano degli Studi del XI Ciclo del Corso di Master sono - rispettivamente - sui portali internet dell'Alma Mater Studiorum Università di Bologna ([www.unibo.it](http://www.unibo.it)) e della Facoltà di Economia di Bologna ([www.economia.unibo.it](http://www.economia.unibo.it)). Le domande di partecipazione alla selezione di ammissione all'XI Ciclo del Corso di Master (ottobre 2006) dovranno essere presentate - secondo le modalità indicate nel Bando - entro il termine perentorio del 16 ottobre 2006.**

Per le informazioni di carattere didattico o scientifico (ovvero concernenti l'organizzazione generale dei lavori dell'annualità), è possibile contattare la Segreteria Didattica del Corso di Master ai seguenti recapiti:

Master Universitario in Economia della Cooperazione MUEC

Università di Bologna - Facoltà di Economia  
Piazza Antonino Scaravilli 2 - 40126 Bologna  
Telefono: 051 2098132 - Fax: 051 2098040  
E-mail: [muec@economia.unibo.it](mailto:muec@economia.unibo.it)

Le informazioni di carattere amministrativo possono essere invece richieste all'Ufficio Master dell'Università di Bologna, ai seguenti recapiti seguenti:

Università di Bologna - Ufficio Master  
Via Zamboni 34 (cortile interno) - 40126 Bologna  
Orari di apertura al pubblico: lunedì, martedì, mercoledì, venerdì dalle ore 9 alle ore 11,15; martedì e giovedì dalle ore 14,30 alle ore 15,30.  
Telefono: 051/2098037/8 - Fax 051/2098039  
E-mail: [master@ummc.unibo.it](mailto:master@ummc.unibo.it)

Le cooperative e le organizzazioni di Legacoop che intendano candidare giovani alla frequenza del Master sono invitate a contattare la Legacoop Nazionale: sig.ra Orestina Mazzearella tel. 06/84439358 - e-mail: [omazzearella@legacoop.coop](mailto:omazzearella@legacoop.coop)

## .coop Una persona, un voto, un dominio

### Chi può registrare il dominio .coop?

Solo cooperative e organizzazioni che rendono servizi alle cooperative saranno autorizzati ad utilizzare il dominio .coop. Con un .coop alla fine del vostro nome sarà più facile differenziarvi in un mare di indirizzi .com. .coop è stato uno di soli sette TLD selezionati e, dopo il suo lancio, fa parte del gruppo esclusivo di 14 domini TLD utilizzati in tutto il mondo.

### Creare valore dai valori.

.coop aiuterà i consumatori a trovare aziende di cui si fidano "on line".

Con .coop nell'indirizzo Internet, siete in grado di dire ai vostri clienti, con sole quattro lettere, che la vostra azienda non è una qualsiasi .com, .net o .org, ma che la vostra attività è incentrata sulle persone, più che sui profitti.

### PRENOTA SUBITO IL TUO DOMINIO .COOP

Inviare via fax al numero: 06/84439406 oppure e-mail: [a.borlone@legacoop.coop](mailto:a.borlone@legacoop.coop)

Ragione Sociale: .....  
Indirizzo: ..... Cap.: ..... Città: ..... Prov.: .....  
Tel.: ..... Fax: ..... E-Mail: .....  
Sito aziendale: ..... Referente: .....

Sono interessato ad avere ulteriori informazioni in armonia con la Legge 675/96 Autorizzo la società COOPLINK S.p.a. al trattamento dei miei dati personali.

**Catania**

**26-27-28 settembre 2006**

37°30' Nord • 015°06' Est

**Napoli**

**10-11-12 ottobre 2006**

40°51' Nord • 014°17' Est

**Bologna**

**17-18-19 ottobre 2006**

44°29' Nord • 011°20' Est

**Bari**

**7-8-9 novembre 2006**

41°07' Nord • 016°52' Est

**Roma**

**14-15-16 novembre 2006**

41°54' Nord • 012°29' Est

**Padova**

**21-22-23 novembre 2006**

45°25' Nord • 011°53' Est

**Milano**

**28-29-30 novembre 2006**

45°28' Nord • 009°12' Est

**Firenze**

**5-6-7 dicembre 2006**

43°46' Nord • 011°15' Est

**Torino**

**9-10-11 gennaio 2007**

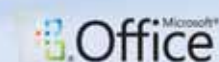
45°03' Nord • 007°40' Est

**STARTING INNOVATION  
TOUR**



**ORIENTARE IL BUSINESS NEL SEGNO DELL'INNOVAZIONE**

© 2006 Microsoft. Tutti i diritti riservati.



**Starting Innovation Tour** è il ciclo di eventi che presenterà in anteprima i nuovi prodotti di Microsoft®. Nove città italiane saranno protagoniste, per tre giorni ciascuna, di una grande svolta tecnologica che contribuirà a migliorare il modo di lavorare delle persone e darà nuovo slancio al business. E tu, sei pronto a rivestire un ruolo di primo piano?

Scopri le coordinate del cambiamento! Iscriviti subito su [www.microsoft.it/innovation/](http://www.microsoft.it/innovation/)

**Microsoft®**

# Sette giornate di cooperazione

A partire dal 14 ottobre 2006 e fino al 14 aprile 2007 la provincia di Reggio Emilia sarà al centro di una importante e ambiziosa iniziativa di approfondimento, ricerca, e riflessione sulla storia e specialmente sulla attualità e modernità della cooperazione. "Sette giornate di cooperazione", questo è il titolo dell'iniziativa, si articolerà in sette giornate di studio, tavole rotonde, laboratori, letture, affiancate da mostre fotografiche e anche da iniziative didattiche nelle scuole, quest'ultime curate da Dino Terenziani e Lucio Levirini, nell'ambito del progetto "Bellacoopia", ideato e promosso da Legacoop Reggio Emilia.

Le "Sette giornate di cooperazione", prendono ispirazione ed avvio dal centenario della Società Anonima Cooperativa di Consumo, Produzione e Lavoro - denominata Casa del Popolo - di Correggio, inaugurata nel gennaio 1906 da Camillo Prampolini nello

splendido Palazzo settecentesco Contarelli, acquistato il 31 ottobre del 1906. Il percorso storico e tematico si sviluppa in alcuni comuni della "Provincia cooperativa" (come ebbe a definirla Alberto Basevi): Correggio, San Martino in Rio, Bagnolo in Piano, Novellara, Rio Saliceto, Fabbriano e si concluderà significativamente nella sede del Museo Cervi a Gattatico.

L'iniziativa è promossa dall'Associazione per gli Studi e la Cultura Cooperativa "Camillo Prampolini", di cui fanno parte le principali cooperative reggiane di Legacoop, ha il patrocinio dell'Istituto Alcide Cervi, della Provincia di Reggio Emilia e dei Comuni coinvolti, e viene organizzata in collaborazione con la Camera del Lavoro della Zona di Correggio, il Centrostudi R 60, il Circolo Culturale Lucio Lombardo Radice, l'Istituto Marani, l'Istoteco, la Fondazione Cesar, il Laboratorio tra Economisti e Sociologi Ugo Rab-

**Carlo Possa**  
Responsabile Ufficio Comunicazione  
Legacoop Reggio Emilia



beno, la Società di Studi Storici. Il Comitato scientifico di "Sette giornate di cooperazione" è coordinato da Franco Boiardi, mentre il Comitato organizzatore è coordinato da Renzo Testi al quale abbiamo chiesto di illustrarci il significato e gli scopi delle "Sette giornate": "Il convegno di studi, articolato in luoghi e temi diversi, nasce con due obiettivi ambiziosi: il primo di *ricerca storica*, per riproporre il grande valore politico e culturale dell'irripetibile laboratorio del movimento operaio e so-

cialista a cavallo dell'ottocento e del novecento simboleggiato dalla Casa del Popolo "Cooperativa Integrale"; il secondo di *teoria economica e giuridica*, per analizzare l'evoluzione dell'impresa cooperativa dal "progetto di cooperativa integrale" alla grande impresa cooperativa di consumatori e degli altri settori nella nuova dimensione dell'Europa, dei mercati e della globalizzazione".

Le Giornate vedranno la presenza di valenti studiosi e ricercatori della storia della cooperazione, di discipline economiche e giuridiche assieme a qualificati esponenti del mondo cooperativo. Tra gli altri interverranno Luca Baldissara, Mariella Nejrotti, Antonio Rangoni, Angelo Varni, Antonio Soda, Marco Bianchini, Stefano Zamagni, Ugo Bellocchi, Giorgio Bocolari, Ivano Barberini, Marco Mazzoli, Marcello Cini, Franco Della Peruta, Anna Appari, Romeo Guarnieri, Flavia Franzoni, Antonio Canovi, Vera Negri Zagni, Enea Mazzoli, Laura Pennacchi, Alfredo Gianolio, Lorenzo Reggiani, Tiziano Rinaldini, Francesco Garibaldi, Giovanni Moro, Giuliano Poletti, Silvano Andriani, Bruno Trentin.

Le "Sette giornate della cooperazione" prenderanno l'avvio sabato 14 ottobre al teatro Asioli di Correggio, con una sessione dedicata al Centenario della "Casa del Popolo" (in mattinata) ed una sessione di ricerca economica e giuridica nel pomeriggio. Il 18 novembre a San Martino in Rio si parlerà di "Cooperazione, realtà locale e globale", il 2 dicembre a Novellara di "Cooperazione e donne", il 20 gennaio 2007 a Bagnolo di "Cooperazione e welfare", il 17 febbraio a Rio Saliceto di "Cooperazione e territorio" e il 17 marzo a Fabbriano di "Cooperazione e lavoro".

La giornata conclusiva sarà il 14 aprile al Museo Cervi di Gattatico, con la presentazione di una mostra fotografica dell'intero percorso e delle iniziative didattiche nelle scuole, e con la tavola rotonda "Cooperazione: come crescere senza perdere l'anima". I risultati dell'iniziativa si tradurranno poi nella pubblicazione di due Quaderni e di sette DVD nell'ambito della collana dell'Istituto Cervi. L'organizzazione delle "Sette giornate di cooperazione" si è resa possibile grazie alla partecipazione delle cooperative di Legacoop: Coop Consumatori Nordest, Andria, Tecton, Cormo, Cantine Riunite, Coopservice, Cila, Unieco, Coopselios, Orion, La Betulla, Ccfs, Cooperativa Architetti e Ingegneri, Cir food, Ccpl, Cooperativa Muratori Reggiosi, Unipeg, Coopsette, Unipol/Assicura. La segreteria delle "Sette giornate" è presso l'Istituto Alcide Cervi, via Emilia S. Pietro, 36, 42100 Reggio Emilia, tel. 0522.454800, e-mail istituto@fratellercervi.it.



## Oleificio Sociale Cooperativo

### LA PUTIGNANESE

Strada Prov.le per Conversano n.c. 70017 - Putignano (BA)

### Convocazione Assemblea Ordinaria dei Soci

I Sigg. Soci dell'Oleificio Sociale "LA PUTIGNANESE" Soc. Coop. Agricola, sono convocati in Assemblea Ordinaria, presso la sede sociale in Putignano (BA) Strada Prov.le per Conversano n.c., per il giorno 21 Ottobre 2006 alle ore 9.00, in prima convocazione e nel caso che non si raggiunga il numero legale, il giorno 22 Ottobre 2006, alla stessa ora, in seconda convocazione, per deliberare il seguente

### Ordine del giorno

1. Discussione ed approvazione del Bilancio chiuso al 30 giugno 2006-09-26

**Il Presidente del C.d.A.**  
**Paolo Marchitelli**

### AssoBusiness: i profili tariffari

AssoBusiness: il tuo profilo su voci un'unica tariffa verso tutti	
Tariffa su numeri nazionali (2191, 2192, 2193, 2194, 2195)	0 cent/€ min*
Scatto risposta	3,5 cent/€
Canone mensile/linea	10 €

**Il profilo che ti consente di parlare con tutti con un'unica tariffa di 6 centesimi al minuto!!!**

\*Tariffa a scatto di 30 secondi. Inizio della prima 3 centesimi.

### AssoBusiness: il tuo profilo su voci una tariffa speciale per le linee del tuo contratto

AssoBusiness: il tuo profilo su voci una tariffa speciale per le linee del tuo contratto	
Tariffa su numeri nazionali (2191, 2192, 2193, 2194, 2195)	3,5 cent/€ al min**
Scatto risposta	0 cent/€
Canone mensile/linea	11 €

**Il profilo senza scatto sulla risposta che ti consente di parlare con tutte le linee del contratto a soli 2,3 centesimi al minuto!!! E potrai chiamare tutti gli altri numeri a 3 centesimi al minuto.**

\*Tariffa a scatto di 30 secondi. Inizio della prima 3 centesimi. \*\*Tariffa a scatto di 30 secondi. Inizio della prima 3 centesimi.

### A questo, si sommano le scale Sconto:

Sconto Associazione	
Spesa contratto (€)	Sconto
200.000 - 1.000.000	2%
1.000.000,01 - 5.000.000	4%
5.000.000,01 - 10.000.000	6%
> 10.000.000	8%

La spesa comprende: traffico Voce nazionale, traffico ITZ e traffico roaming ricevute

\*\*In caso di raggiungimento della spesa concernente tutto il traffico dell'Associazione, l'indennizzazione dall'offerta post-pagata, mentre lo scatto viene applicato solo su Clienti AssoBusiness.

# La nuova offerta TIM per Legacoop: "ASSOBUSINESS"

L'offerta di TIM per Legacoop da oggi si rinnova e diventa integrata. Per telefonare con ulteriori vantaggi, in particolare per le piccole cooperative, TIM ha proposto una nuova offerta basata su alcuni punti di forza:

1. **Flexibilità:** due profili tariffari con o senza scatto alla risposta
2. **Convenienza:** due scale sconti, una a livello di Associazione, una a livello di singolo contratto e per i clienti che passano in MNP ci sono ulteriori vantaggi
3. **Tecnologia:** terminali a condizioni agevolate e servizi esclusivi
4. **Integrazione:** per chi sottoscrive l'offerta mobile e l'offerta fissa, il plus dell'Autoricarica Business a zero

Inoltre per tutte le cooperative che aderiranno anche ad uno dei contratti di telefonia fissa tra quelle attivabili nell'ambito della "One Office Solution", si potrà richiedere sulla linea mobile l'attivazione del servizio Autoricarica Business Free o in alternativa la Promo con il Treo TOM TOM.

Inoltre, per tutte le cooperative che, provenendo da altro operatore, entrano per la prima volta nell'accordo Legacoop-Tim, sono previsti ulteriori vantaggi.

### ...a livello di singolo contratto: "Sconto Business" su voce nazionale

Sconto Business	
Spesa contratto (€)	Sconto
80,00 - 400,00	6%
400,01 - 800,00	10%
800,01 - 1.500,00	13%
1.500,01 - 3.000,00	20%
3.000,01 - 5.000	25%
> 5.000,01	30%

La spesa comprende: traffico Voce nazionale, traffico ITZ e traffico roaming ricevute

### AssoBusiness: è anche l'offerta INTEGRATA con il fisso



## Coopfond tra mercato e solidarietà

Convegno sulla Promozione Cooperativa - Modena, 21 settembre 2006

Sintesi della relazione introduttiva di Marco Bulgarelli

La promozione cooperativa è un'importante tassello dell'identità distintiva del movimento. L'identità cooperativa inevitabilmente cambia nel tempo e richiede periodici aggiornamenti, ma i suoi pilastri, pur essendo costituzionalmente riconosciuti, non sono mai sufficientemente compresi dalla pubblica opinione. Talvolta si sente descrivere la sedicente cooperazione rossa come un mondo d'intrighi contro il mercato e la libertà d'impresa.

La realtà è diversa. I cooperatori operano nel mercato e promuovono la concorrenza attraverso la creazione di nuove imprese. Il sostegno alla nascita di nuove cooperative e la ricerca di fattori comuni tra le imprese cooperative sono sempre stati elementi basilari della struttura associativa Legacoop. I nostri interlocutori si chiederanno se non sia poi normale per una organizzazione d'impresa, fare la promozione dei propri associati?

Noi cooperatori crediamo che la promozione cooperativa sia una vera originalità che rende la nostra organizzazione diversa dalle altre. Cercheremo di spiegare la distintività più a fondo, raccontando la storia di Coopfond e fornendo anche l'approfondimento nel libro edito dal Mulino per questa occasione.

**1. In premessa farò un cenno storico,** voglio anticipare che la Promozione Cooperativa è nata con la Lega nel 1886 e che, in questo secolo e mezzo, la volontà di creare nuove imprese che generano nuova concorrenza non è mai stata percepita dai cooperatori come un'attività in conflitto d'interessi con le cooperative esistenti. Le caratteristiche della Promozione Cooperativa sono gradualmente cambiate insieme all'espansione geografica e qualitativa dei mercati. Sono in larga misura scomparsi i mercati locali che non erano prevedibili da imprese lontane. Quando esistevano ancora quei mercati locali, la Promozione Cooperativa era affidata ad un cooperatore esperto che andava ad insegnare il mestiere ad altri per fondare una nuova cooperativa, anche perché la sua cooperativa sceglieva quasi sempre di rimanere ancorata al territorio d'origine, evitando avventure fuori zona. In quel tempo *generare concorrenti* da parte delle cooperative esistenti era un atto solidale, privo di controindicazioni per la propria impresa ed anche un atto esentato da complicate analisi di mercato.

Oggi *generare concorrenti* è una scelta politica al servizio del paese per alimentare il pluralismo economico e stimolare la concorrenza. La presenza delle cooperative nell'attività economica e il loro accesso al mercato dei capitali è una questione di democrazia economica, di pluralismo che può e deve essere esercitato nell'interesse dei consumatori, nell'interesse dell'economia nazionale per lo svolgimento di una sana competizione anche tra soggetti diversi. Però a tutt'oggi, la forza competitiva della partecipazione e della solidarietà è inversamente proporzionale alla capacità di attrazione del capitale.

Il mercato dei capitali non è mai stato messo nelle condizioni di capire le logiche dello scambio mutualistico. Il trasparente ritorno cooperativo è ritenuto dal mercato dei capitali una forma non trasparente di sottrazione di redditività destinata alla remunerazione del capitale.

Ciò significa che, con grandi sacrifici, le cooperative sono state condannate a crescere con un lento processo di accumulazione dei cash flow generati.

Legacoop ha inserito la Promozione Cooperativa nelle parole chiave della sua Carta dei Valori approvata nel 1993, dando una definizione ampia che, oltre alle nuove imprese, allarga il concetto a tutte le attività che consentono di stimolare lo sviluppo delle cooperative esistenti. Questa accezione ampia di Promozione, che è stata presa a riferimento da Coopfond, deve essere aggiornata? Deve tenere conto anche di tutto lo sviluppo che sta avvenendo tramite i gruppi cooperativi? E' una riflessione che in fase congressuale vale la pena di fare.

**2. L'avvento dei Fondi Mutualistici.** Con le risorse dei fondi mutualistici, la Promozione ha ricevuto un forte impulso, perché, per la prima volta, il sostegno finanziario dei progetti è divenuto una realtà con flussi finanziari importanti, continuativi e programmati. Lo spartiacque è collocato nel 1993. Prima la Promozione era svolta prevalentemente attraverso servizi "reali" ovvero *non finanziari* (consulenza, formazione e soprattutto tutoraggio). Dal 1993 la musica è cambiata per effetto della disponibilità di risorse importanti. E' stato possibile dare maggiore visibilità ai servizi di promozione e non è stato necessario sviluppare campagne di comunicazione. Sapendo che c'erano le risorse c'è stata una spontanea emersione della domanda di nuova imprenditorialità cooperativa. Coopfond in quattordici anni ha raccolto oltre 290 milioni di euro provenienti dal 3% degli utili delle cooperative aderenti a Legacoop. Ciò significa che hanno prodotto quasi 10 miliardi di euro di utili netti. A conferma del valore strategico della dimensione d'impresa, va sottolineato che ben 2/3 dei versamenti provengono dalle prime 50 cooperative tra le oltre 15 mila aderenti a Legacoop.

**3. Il modello di Coopfond.** L'aggiornamento della Promozione Cooperativa è cominciato molto prima della nascita dei fondi mutualistici. L'ispirazione del nuovo modello è nata andando in giro per l'Europa nella prima metà degli anni 80 a studiare le esperienze *Job Creation* per preparare un grande convegno di Legacoop. Paradossalmente le esperienze più interessanti non furono trovate nelle ottime socialdemocrazie nordiche e tedesche, ma nella Gran Bretagna Thatcheriana che, con le Small Business Agencies, tentava di rivitalizzare il moribondo settore delle Piccole e Medie Imprese falciate dalle politiche liberiste. Nei parchi scientifici e nei distretti più creativi erano nate nuove esperienze di politica industriale che cominciavano a dare buoni risultati. Rileggendo le esperienze tradizionali di Promozione Cooperativa alla luce dell'esperienza britannica, apparentemente così lontana, si è arrivati tracciare un modello che dieci anni più tardi Coopfond ha messo in pratica con le sue forze interne e qualche intelligente collaborazione esterna. Lo sforzo è stato quello di

- individuare gli *interlocutori interessati a collaborare* per aumentare le probabilità di successo di un progetto imprenditoriale;
- definire una *gamma di prestazioni* utili ad aumentarne l'efficacia;
- definire un *metodo di lavoro*.

Laddove i tre pilastri portanti del modello sono stati ben organizzati e gestiti è stato creato un ambiente favorevole allo sviluppo che ha dato buoni risultati.

Nel libro troverete la descrizione analitica del modello operativo che ha consentito di tessere una trama abbastanza originale nel panorama delle politiche di sostegno allo sviluppo.

**4. Che cosa ha fatto Coopfond in questi 10 anni?** Eviterò di citare numeri e mi limiterò a descrivere le azioni principali.

**Il sostegno alla natalità.** Coopfond, attraverso questo modello promozionale, ha sostenuto un paio di centinaia di start up e ha cercato di coinvolgere i soggetti forti del mercato interno cooperativo nel tutoraggio delle nuove iniziative. Il sostegno alla natalità è l'espressione più genuina e fedele allo spirito missionario storicamente espressa dai padri cooperatori attraverso il loro proselitismo. Le regole del modello impongono un linguaggio nuovo fatto di business plan, contratti, monitoraggio degli impegni assunti. La selezione delle domande, dopo avere scremato le operazioni meno realistiche per Prodotto e Mercato, è avvenuta sull'affidabilità del management. Mi sento di affermare che la cooperazione

con i suoi strumenti, con i fondi mutualistici, è selettiva ma è capace di ascoltare coloro che hanno una nuova idea imprenditoriale da spendere.

**La crescita della dimensione d'impresa.** Coopfond ha stimolato le cooperative a ricercare maggiore coerenza con la tipologia dell'offerta e quella dei mercati da presidiare. L'obiettivo è stato perseguito in tutti i modi. Sono state create reti tra imprese con interessi omogenei in varie forme. Abbiamo favorito tradizionali fusioni tra cooperative. Siamo stati partner di acquisizioni di società portate sotto il controllo cooperativo. Abbiamo favorito la creazione di gruppi cooperativi paritetici e gruppi legati da azioni correlate. Abbiamo partecipato alla costituzione di joint venture con privati e in qualche caso abbiamo pure partecipato alla costituzione di tradizionali consorzi cooperativi.

Il sistema cooperativo ha sempre sofferto di nanismo imprenditoriale, una debolezza che sarebbe divenuta drammatica, di fronte al continuo allargamento dei confini dei mercati, se le cooperative non avessero tenacemente cercato di superarla. Seguendo questo solco, Coopfond ha sostenuto anche alcuni importanti progetti d'internazionalizzazione delle imprese cooperative.

**L'innovazione.** Coopfond ha dato priorità all'innovazione sostenendo puntualmente tutti i progetti presentati: i coltivatori del mare, il bioarredamento, l'Idrochinesiologia, lo Sport business, l'ingegneria costiera per l'analisi scientifica dell'ambiente marino ed altre iniziative ancora. Simbolicamente cito il caso di Obiettivo Lavoro, un'Agenzia per il lavoro alla quale abbiamo creduto prima ancora che fosse approvata al legge Treu che apriva il mercato del lavoro temporaneo.

**Le ristrutturazioni.** Coopfond non ha creato una sezione specializzata nelle ristrutturazioni, perché esistevano altri strumenti del sistema finanziario cooperativo dedicati ai casi difficili, ma non si è disinteressato del problema. Il sostegno alla natalità è sicuramente un'azione meritevole del massimo sforzo per allargare la gamma delle attività cooperative, ma il saper fare tecnico e la cultura imprenditoriale cooperativa si accumulano lentamente nel tempo, perciò abbiamo cercato di evitare la dispersione d'esperienze ancora valide e spendibili sul piano imprenditoriale. Coopfond ha sostenuto i processi di ristrutturazione delle cooperative esistenti favorendo gli spin off di segmenti specializzati.

**Il rafforzamento delle aree svantaggiate.** Dal 2000 Coopfond ha irrobustito la complessa azione rivolta alle aree a basso insediamento cooperativo con l'istituzione del Fondo Consolidamento per le cooperative del Mezzogiorno. In altri termini, ci siamo messi nelle condizioni d'investire anche nel capitale di rischio di alcune cooperative che potevano essere rilanciate, oltre che dare priorità nazionale alle domande delle nuove cooperative meridionali e concedere finanziamenti molto agevolati a quelle esistenti che avevano programmi di sviluppo.

**La qualità sociale.** Il merito sociale è stato e continuerà ad essere al centro dei criteri di valutazione di Coopfond. Ogni progetto è valutato tenendo conto della praticabilità imprenditoriale e della qualità sociale. Tutte le cooperative sociali operanti nella riforma del Welfare sono state considerate socialmente rilevanti e, in quanto tali, hanno ricevuto un trattamento di riguardo in termini di tassi e di disponibilità finanziaria. In assoluto, la migliore valutazione sociale è stata riservata alle cooperative operanti nell'inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati. Queste cooperative sono state tenute in elevata considerazione, ma non abbiamo mai fatto sconti sulla praticabilità imprenditoriale. Non è stato solo un modo per evitare uno spreco mascherato da motivazioni umanitarie, ma soprattutto perché c'era la consapevolezza dei danni che possono provocare le delusioni derivanti dal fallimento di un progetto. Tant'è che in

dieci anni Coopfond ha investito \_ 10 milioni sostenendo 27 progetti ad alto merito sociale. Le cooperative finanziate hanno sempre onorato gli impegni assunti, talvolta con slittamenti e ritardi, ma senza generare perdite.

**La gestione ottimale dei patrimoni intergenerazionali.** Si tratta di questione delicata per le evidenti implicazioni con la governance delle imprese e del sistema. Solo in qualche caso ci si trova di fronte a patrimoni che fisicamente non hanno più i gestori. Capita più spesso di cogliere il depauperamento del patrimonio a causa della latitanza della proprietà. Dove i soci, invecchiando, non hanno creato le condizioni per il ricambio generazionale, ma ci sono anche casi più complessi che attoniscono alla ristrutturazione dell'offerta cooperativa per presidiare meglio il mercato.

La vicenda di Unibon, ad esempio, è stata una ristrutturazione mirata sullo sviluppo e pensata prima che si manifestasse il sintomo dell'obsolescenza della formula cooperativa rispetto alle condizioni del mercato. La vicenda però ha mosso un dibattito molto partecipato sui rischi di demutualizzazione. Personalmente ritengo che Coopfond dovrebbe agevolare tutti i processi che consentano di superare i rischi di depauperamento del patrimonio intergenerazionale e migliorano il dispositivo competitivo delle cooperative sul mercato, a patto che il controllo rimanga saldamente nelle mani delle cooperative.

**5. Infine, per tenere i passo dei mutamenti dei mercati** credo che siano necessarie tre importanti **innovazioni in campo finanziario:** il capitale di rischio, le obbligazioni e la cartolarizzazione.

Sul capitale di rischio, auspico che il nuovo gruppo dirigente di Coopfond abbia la capacità di far passare il progetto per la creazione della Finanziaria Nazionale d'Investimenti dalla fase d'ideazione alla concreta fattibilità. E' un progetto che può consentire di raggiungere masse critiche importanti con risorse di Coopfond, Unipol, le Finanziarie territoriali e con altri interlocutori esterni interessati a sostenere i progetti di sviluppo delle cooperative.

Sul versante del capitale di debito, è necessario impegnarsi sulle tematiche delle obbligazioni cooperative (Coop bond) e della cartolarizzazione dei crediti. Gli istituti e la cultura per gestirli ci sono, ma bisogna aggregare grandi volumi per accedere ai canali del risparmio internazionale. La frammentazione della singola cooperativa, per quanto grande sia, non è sufficiente per imboccare convenientemente la strada delle emissioni, che sarebbe meglio percorrere con un fondo obbligazionario cooperativo o, per la cartolarizzazione, con uno special purpose vehicle anche dentro veicoli di grandi banche internazionali. I costi d'accesso a questi mercati finanziari, i rendimenti da offrire nelle prime sconosciute emissioni sono barriere all'ingresso che si abbattono con l'esperienza e con la divulgazione della provata bontà dei titoli cooperativi. E' vero però che le cooperative innovative, quelle che faranno le prime esperienze dovranno sopportare costi maggiori di chi seguirà, ma non è una buona ragione per non partire. Bisogna prioritariamente individuare un luogo di accumulazione delle esperienze per non disperdere relazioni e conoscenze con operazioni spot. Questi strumenti di debito innovativi sono la vera strada per migliorare la qualità delle fonti finanziarie delle cooperative.

**6. Concludendo** i cooperatori devono avere la consapevolezza dei propri limiti ma hanno la possibilità di darsi obiettivi ambiziosi che avranno un valore per il paese. Nel sistema finanziario nazionale e internazionale ci sono più risorse che progetti imprenditoriali, le cooperative hanno voglia di crescere ancora e devono avere le condizioni per intercettare queste risorse valorizzando insieme allo scambio mutualistico dei soci cooperatori.



## In occasione del convegno "La promozione cooperativa: Coopfond tra mercato e solidarietà", che si è svolto a Modena il 21 settembre, sono stati assegnati il Premio Coopfond per la Mutualità al Consorzio Granterre e il Premio speciale del Comitato alla cooperativa Apofruit

Il Comitato del Premio<sup>1</sup> - a conclusione dei propri lavori - deve rimarcare che tutte le cooperative di cui sono stati esaminati storia e risultati rappresentano, al pari, importanti e originali patrimoni economici e sociali nel panorama della mutualità cooperativa italiana. Ciononostante, dopo approfondita analisi dei casi indicati dal Consiglio di Amministrazione di Coopfond e avendo richiesto e ricevuto le informazioni supplementi necessarie a un giudizio meditato, il Comitato ha deliberato di assegnare il Premio Coopfond per la mutualità per l'anno 2005 al

### CONSORZIO GRANTERRE

Il Consorzio Granterre nasce nel 1959 dall'unione di 9 caseifici della zona modenese per favorire la commercializzazione di prodotti lattiero-caseari. Le attività del Consorzio comprendono produzione e conferimenti di latte per la trasformazione in Parmigiano Reggiano, caseificazione, conferimento di formaggio Parmigiano Reggiano, conferimenti di panne e zangolato, conferimenti di latte alimentare, di formaggio, servizi ai produttori e attività florovivaistica. Nella configurazione societaria, in particolare Granterre si occupa di conduzione terreni, produzione latte, caseificazione e conferimenti; Unigrana e Parmareggio (entrambe società di capitali controllate dal Consorzio) di burrificio, stagionatura, confezionamento formaggio e vendite. Il Consorzio manifesta la capacità di un complesso cooperativo (produttori, consorzi, società controllate) di rinnovare le classiche produzioni agricole e zootecniche arricchendole sul versante commerciale e di servizio al consumatore finale e sul versante delle tecniche industriali di trasformazione. È un chiaro esempio di filiera agroindustriale che ha innestato sulla radice cooperativa e mutualistica una robusta cultura imprenditoriale e dell'innovazione. Al gruppo aderiscono 132 soci che conferiscono latte e formaggio, 73 imprese associate per circa 1.600 produttori che conferiscono latte panna, burro e formaggio e 73 soci sovventori. Granterre rappresenta "un modello d'impresa che è anche un sistema valoriale e una strategia economica industriale". Negli ultimi anni ha sviluppato un'azione di forte sensibilizzazione riguardo all'ambiente sia nelle attività industriali che in quelle agrozooteccniche. L'esperienza di Granterre si segnala per la sensibilità ai fattori ambientali, per l'impegno alle relazioni sociali e per la costante ricerca degli assetti di filiera più efficienti, in grado di produrre vantaggi ai soci e al mercato di riferimento.

### PREMIO COOPFOND PER LA MUTUALITÀ 2005

LE ALTRE COOPERATIVE CANDIDATE

#### ALICE

**Sintesi dei motivi della nomina**  
Alice rappresenta un solido esempio di cooperativa sociale fortemente integrata nel proprio territorio. Costituitasi inizialmente in base a motivazioni principalmente ideali e con il fondamentale obiettivo di produrre occupazione per i propri soci, ha gradualmente affinato il suo approccio al mercato, sviluppandosi come cooperativa sociale tanto sensibile ai rapporti territoriali, quanto impegnata a introdurre nella propria gestione un'ottica imprenditoriale e clienti privati nel proprio portafoglio. Il suo contributo allo sviluppo e al consolidamento della cooperazione nella Provincia di Prato è stato rilevante e l'impegno attuale è di migliorare ancora tale rapporto.

#### CONAD ADRIATICO

**Sintesi dei motivi della nomina**  
Conad Adriatico rappresenta un esempio del ruolo del commerciante associato nello sviluppo territoriale. Pur operando in un territorio disagiato e in presenza di una struttura distributiva originariamente di modeste capacità è riuscita a sviluppare una rete di imprese moderne e fortemente connesse con le realtà locali, contribuendo alla modernizzazione del contesto a partire da risorse e capacità proprie. Il suo ruolo positivo si manifesta particolarmente nello sforzo di connettere l'obiettivo di qualificazione dei dettaglianti locali con l'aumento del servizio e del vantaggio al consumatore. Conad Adriatico rappresenta oggi

una delle cooperative portanti del sistema Conad ed è riuscita a raggiungere e consolidare questo obiettivo con un costante impegno verso la partecipazione dei soci e l'introduzione dei più aggiornati sistemi di gestione.

#### DECO

##### Sintesi dei motivi della nomina

Deco ha una storia cooperativa significativa. Opera in contesti di mercato molto diversi (detergenti e prodotti da forno) e questo singolare connubio - che pure manifesta ragguardevoli performance - si è realizzato soprattutto in ragione dell'istanza cooperativa. Deco rappresenta e incarna mezzo secolo di sforzi di lavoratori per la difesa del loro lavoro attraverso lo strumento cooperativo ed è riuscita - con il sacrificio e l'ingegno - a realizzare un complesso produttivo e organizzativo che - oltre a fornire le risposte adeguate al mercato - ha operato un continuo processo di miglioramento per quello che riguarda gli obiettivi sociali della difesa ambientale e del miglioramento delle condizioni di lavoro.

#### P.G. FRASSATI

##### Sintesi dei motivi della nomina

Frassati è una delle più interessanti realtà cooperative del Piemonte. È una cooperativa sociale di tipo B rivolta a persone con alle spalle varie esperienze socialmente difficili e negative, che tuttavia - come sostiene essa stessa - intende rappresentare "un posto per le persone e non le persone per un posto", nel senso di abolire a monte ogni discriminazione e di considerare i soci - per quanto difficile possa essere stata la loro storia - come individui completamente in grado di inserirsi socialmente attraverso il lavoro. Per raggiungere questo obiettivo si avvale di due principi fondamentali: il mutuo aiuto (la costruzione di comunità, per quanto aperta) e il grande rigore gestionale e organizzativo.

#### MUCAFER

##### Sintesi dei motivi della nomina

Mucafer rappresenta in modo emblematico la discesa e la risalita di una cooperativa, prima a causa della dispersione dei suoi scopi istituzionali, poi attraverso la loro riscoperta e il loro rafforzamento. L'esempio di Mucafer e dei suoi soci dimostra quanto sia essenziale la salvaguardia dei principi per la conduzione dell'impresa cooperativa e di come la prima difesa del patrimonio collettivo rappresenti il buon funzionamento della democrazia cooperativa. Bisogna marcare tuttavia che il rilancio dell'impresa è stato possibile non solo per gli sforzi dei soci e per i loro grandi sacrifici, ma anche in ragione di una efficace comprensione del mercato e delle sue esigenze, dell'importanza dei legami sociali e territoriali, del rilievo dei fattori tecnici e organizzativi.

### PREMIO SPECIALE

#### COOPERATIVA APOFRUIT

Come già per anni precedenti, il Comitato - oltre alla assegnazione del Premio Coopfond per la mutualità - ha voluto insignire d'un partico-

Gianluca Laurini  
Coopfond

lare riconoscimento una esperienza cooperativa che ha rappresentato in modo emblematico lo spirito e le intenzioni profonde della cooperazione, sommando la capacità imprenditoriale all'impegno per la promozione e per l'innovazione. Nel 2005 il riconoscimento è andato alla cooperativa Apofruit, gruppo frutto di diverse fusioni verificatisi dal 1990, a partire da quattro cooperative agricole del territorio di Forlì-Cesena. Il processo è proseguito poi con altre integrazioni: Vael di Aprilia (Lt), Terre Bolognesi di Altedo (Bo), Generalfruit di Ravenna e Metapontina di Scanzano Jonico (Mo). La presenza delle Cooperative Generalfruit e Metapontina manifesta la dimensione e l'ispirazione nazionale di Apofruit. Per il grande sforzo teso ad aumentare il valore del lavoro dei produttori agricoli associati attraverso una forte concentrazione dell'offerta, sostenuta e indirizzata da aggiornate modalità gestionali e organizzative. In particolare deve essere menzionato l'impegno a valorizzare le produzioni agricole nazionali con la costruzione di una gamma d'offerta che coinvolge produttori del Nord e Sud d'Italia, elevando la visibilità e la qualità della proposta cooperativa sul mercato. Oltre al perseguimento di queste principali linee di sviluppo, la cooperativa ha mostrato grande determinazione a promuovere l'agricoltura biologica e di qualità e a sviluppare la partecipazione dei soci in un sistema di vaste proporzioni e di rilevante complessità.

### PREMIO COOPFOND PER LA MUTUALITÀ

#### Il libro "Coopfond tra mercato e solidarietà"

L'idea originale del libro nasce dal desiderio di raccontare cinque anni di Premio per la mutualità, con l'intenzione di elaborare una riflessione generale sul tema della promozione cooperativa, approfondendo i diversi aspetti della questione, sia pratiche che teoriche, con il prezioso contributo di docenti universitari e di profondi conoscitori dell'esperienza cooperativa italiana. Inoltre lo scopo è quello di costituire un aggregato di documenti, analisi e opinioni per l'approfondimento e lo studio, pensando in modo particolare ai master universitari in economia della cooperazione. Il libro è diviso in tre parti: una raccolta di saggi, un resoconto del seminario tenutosi nel gennaio del 2006, le schede delle cooperative candidate al Premio negli anni 2001-2005. La prima parte del libro presenta una serie di brevi saggi che, partendo dalla testimonianza dell'esperienza di Coopfond, si sviluppano affrontando il tema della promozione secondo ottiche disciplinari diverse: gli autori delle monografie sono i membri del Comitato del Premio oltre ad alcuni autorevoli esperti e studiosi del movimento cooperativo. La seconda parte del libro è il resoconto di una tavola rotonda tenuta dai membri del Comitato del Premio sui temi della governance cooperativa, della promozione d'impresa e delle prospettive future della cooperazione; discussione stimolata ulteriormente dalla ribalta mediatica che il movimento cooperativo stava attraversando, in relazione al tentativo di scalata da parte di Unipol su BNL e alle conseguenti polemiche sol-

levatesi. L'ultima parte del libro raccoglie le schede istruttorie delle 31 cooperative candidate alle 5 edizioni del Premio per la Mutualità, aggiornate con una breve appendice statistica dei principali indicatori economici ed occupazionali. L'individuazione dei casi presentati, avvenuta mediante una selezione delle cooperative presenti nel portafoglio Coopfond, ha tenuto conto di questi fattori:

- la produzione di benefici ai soci della cooperativa;
- la valorizzazione dei sistemi democratici e partecipativi gestione;
- la manifestazione di specifiche capacità imprenditoriali manageriali;
- la produzione di particolari benefici sociali nell'ambiente e nella comunità di riferimento;
- la diffusione dell'esperienza cooperativa e la valorizzazione dei suoi connotati civili, sociali e imprenditoriali;
- l'individuazione di particolari vie innovative.

Lo scopo che Coopfond ha affidato al Premio per la mutualità è stato di portare alla luce le buone pratiche cooperative tra le oltre 300 iniziative finanziate, in sostanza quelle che hanno valorizzato i caratteri più specifici dell'esperienza mutualistica italiana. L'iniziativa ha inteso riconoscere soprattutto le cooperative con minor visibilità imprenditoriale (le cooperative sono prevalentemente di piccole-medie dimensioni, salvo due eccezioni nel settore agroalimentare e una nella distribuzione) - e porre l'accento sugli aspetti più strettamente collegati alle capacità gestionali, all'attenzione verso la collettività e alle specificità dei valori alla base del modello cooperativo. Si è voluto insomma mettere in evidenza come gli obiettivi di mutualità non siano fattori autoreferenziali di crescita, ma costituiscano fattori più generali di promozione dello sviluppo e consentano di affrontare la ricerca dell'efficienza ed il rischio d'impresa con moderno spirito imprenditoriale senza disperdere i caratteri propri e storici del movimento cooperativo. I Fondi mutualistici rappresentano l'emblema della mutualità esterna, espressione della capacità di finanziare con risorse interne al movimento cooperativo, progetti di investimento di nuove cooperative e progetti di sviluppo di quelle esistenti, a favore di imprese che hanno frequentemente difficoltà nell'accesso al mercato dei capitali. Il ruolo redistributivo di Coopfond si apprezza ulteriormente considerando che le 31 cooperative candidate nel Premio ordinario hanno versato dal 1992 al 2004 circa 5 milioni di € (prevalentemente concentrati su una delle trentuno cooperative nominate), mentre gli impieghi (tra partecipazioni e prestiti) sono superiori ai 34 milioni di €. Le cooperative candidate sono nel portafoglio di Coopfond da alcuni anni: alcune di queste hanno nel frattempo rimborsato il finanziamento ottenuto, dimostrando la capacità di coniugare efficienza imprenditoriale e finalità mutualistiche, ed ora affrontano in autonomia le sfide del mercato. Tutte le cooperative hanno realizzato consistenti piani di investimento innovando prodotti e servizi, creato reddito per i soci ed occupazione stabile e sostenuto iniziative a favore della collettività.

<sup>1</sup> Il Comitato è costituito dal Presidente di Legacoop, oltre ai professori Guido Fabiani, Stefano Zamagni, Mario Mazzoleni, Guido Bonfante.

## Le delibere del CDA di Coopfond

Il Consiglio di Amministrazione di Coopfond, il 13 Luglio scorso, ha nominato Sergio Nasi Direttore Generale di Coopfond attribuendogli ampie deleghe operative. Il Consiglio ha inoltre deliberato un contributo di solidarietà di euro 10.000 a favore della cooperativa di servizi Miramare che ha subito gravi danni ai macchinari a seguito del nubifragio che ha colpito l'area di Vibo Valentia in Calabria. Il Consiglio di Amministrazione ha anche esaminato e approvato i seguenti progetti:

Progetto	Regione	Sezione di intervento	Dimensione intervento
Tangram/Athenia	Italia	Partecipazione stabile	Trasferimento azioni
Edilatellana	Campania	Sviluppo	€ 900.000
3RD Aromi Mediterranei	Calabria	Promozione	€ 208.000
Trapezio	Emilia Romagna	Pico Leasing	€ 450.000
Tessile di Soci	Toscana	Promozione	€ 300.000
Finabit	Italia	Partecipazione stabile	€ 194.000
Samidad	Abruzzo	Sviluppo	€ 300.000
Società consulenza e servizi finanziari	Italia	Promozione	€ 50.000
Mastercoop RE e MO	Emilia Romagna	Promozione Attiva	€ 163.800 (triennale)
Giornate di Bertinoro 2006	Italia	Promozione Attiva	€ 12.500
Mastercoop Alcab	Lombardia	Promozione Attiva	€ 20.000
Progetto AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile)	Italia	Promozione Attiva	€ 50.000
Guida Multilingue sulla casa in cooperativa	Emilia Romagna	Promozione Attiva	€ 5.000
Assemblea ACI-Europa e CCAGE Manchester	Europa	Promozione Attiva	€ 7.500
Premio Quadro Fedele 2006 AIRCES	Italia	Promozione Attiva	€ 7.000