

NAPOLI

giovedì 7 febbraio, ore 10.30
presso MGALLERY
Palazzo Caracciolo, in via Carbonara 112

CONVEGNO

“LE MANI SULLA COOP”

Intervento di

Mario Frau

(autore del saggio “LA COOP NON SEI TU”)

“LE MANI SULLA COOP”

I vantaggi di cui godono le coop

I numerosi vantaggi di cui godono le coop sul piano legislativo e fiscale impongono una forte attenzione alla responsabilità sociale.

La nostra Carta costituzionale riserva alle cooperative un particolare trattamento, esaltandone la specificità e la distintività rispetto alle imprese capitalistiche, riconoscendo alle prime una funzione di carattere sociale e alle seconde la finalità esclusiva del profitto.

La funzione sociale della cooperazione, a carattere di mutualità e senza fini di speculazione privata, è riconosciuta dall'articolo 45 della nostra Costituzione, la quale stabilisce che **“ la legge promuove e favorisce lo sviluppo della cooperazione con i mezzi più idonei e ne assicura, con gli opportuni controlli, il carattere e le finalità”**.

Le cooperative sono, per definizione, società a carattere mutualistico e l'importanza di tale funzione sociale è da sempre oggetto di misure di sostegno da parte del legislatore. Si veda a tal proposito il regime speciale di tassazione agevolata e la possibilità di raccogliere il risparmio tra i propri soci senza eccessivi vincoli e controlli (tutti vantaggi esclusivi delle coop, preclusi alle altre imprese della Grande distribuzione).

Il concetto di mutualità nasce storicamente dall'esigenza dei gruppi sociali economicamente più deboli di emanciparsi socialmente ed economicamente attraverso l'unione solidale e mediante l'eliminazione del profitto speculativo degli intermediari della catena distributiva, con la finalità di ridistribuire il risparmio fra i soci sotto forma di maggior remunerazione dei servizi e beni da essi forniti (cooperative di produzione e lavoro) oppure in termini di minor costo dei beni e servizi offerti ai soci (cooperative di consumo e di utenza).

Tuttavia le normative civilistiche e fiscali non contengono una vera e puntuale definizione di mutualità: l'unico riferimento lo si trova nella relazione ministeriale al Codice civile che concettualmente la identifica nel **“fornire ai soci beni e servizi od occasioni di lavoro a condizioni “più vantaggiose” di quelle che otterrebbero dal mercato”**(la locuzione “più vantaggiose” merita una attenzione e sottolineatura particolare.)

Si può tranquillamente affermare che molti dei principi e delle finalità sopra esposti si richiamano ai concetti che furono alla base della costituzione della primigenia cooperativa di Rochdale, dei quali però si fa molto fatica a trovare riscontri nel modo di essere e di operare delle grandi cooperative italiane, essendo in atto da alcuni anni un processo di omologazione, nei comportamenti, alle altre grandi imprese di capitale con le quali competono per accaparrarsi le quote di mercato e per realizzare il profitto e l'arricchimento.

Ciò premesso, cercherò ora di individuare a cosa è dovuta la loro forza economica e la loro capacità di occupare grandi spazi di mercato nell'economia del nostro paese. La risposta va ricercata nei seguenti aspetti basilari e peculiari :

1)Regole interne che le rendono blindate contro qualsiasi ipotesi di scalata da parte dei soci non caratterizzati politicamente o di orientamento politico diverso rispetto alla nomenclatura;

2) Il permanere di un certo collateralismo politico (seppure attenuato rispetto al passato) e i rapporti privilegiati con le amministrazioni amiche che si traducono in corsie privilegiate nell'ottenere le autorizzazioni ai piani di sviluppo e nel garantire situazioni di monopolio impedendo alle imprese concorrenti della G.D.O. di potersi insediare in certi territori ;

3)Il volano della raccolta del cosiddetto prestito sociale che consente loro di autofinanziarsi a condizioni più favorevoli rispetto ai concorrenti;

4)Le agevolazioni fiscali che costituiscono anch'esse un vantaggio competitivo e una distorsione della concorrenza;

5)La facilità con cui possono fare proselitismo stante la eccessiva esiguità della quota di capitale sociale (del tutto simbolica) da versare per diventare soci.

In questi cinque pilastri sono racchiusi i punti di forza distintivi delle grandi coop.

La funzione sociale, nel tempo, è andata sempre più appannandosi.

COOP : mutualità o ricorso alla finanza e al profitto ?

Nel mio saggio "LA COOP NON SEI TU" ho più volte usato il termine "mutazione genetica" riferendomi ai cambiamenti che hanno investito le grandi coop. Di tale trasformazione, che ha investito soprattutto le nove sorelle della grande distribuzione a marchio COOP, sono estremamente convinto e i fatti lo confermano. Tale mia convinzione è supportata da numerosi esempi,ma ce n'è uno che non sfugge alla maggior parte degli osservatori economici,ed è la progressiva finanziarizzazione di tutto il sistema COOP. Non voglio solo riferirmi alle scalate bancarie,come quella alla B.N.L., abortita grazie all'intervento della Procura della Repubblica di Milano,ma a qualcosa di più profondo che ne ha trasformato in modo sostanziale la natura di cooperativa di consumo per collocarle tout court nella grande distribuzione.

I dati di Bilancio dimostrano che le grandi COOP di consumo sono diventate a tutti gli effetti delle vere e proprie Banche,il cui aggregato è paragonabile ad una grande Banca come la Banca Sella o il Banco di Sicilia. Quanto affermato è puntualmente dimostrato da alcuni elementi inconfutabili: il giro d'affari , cioè l'ammontare delle vendite che hanno raggiunto le "nove sorelle" è stato superato dall'ammontare della raccolta del risparmio rastrellata tra i propri soci-clienti, mediante il cosiddetto prestito sociale. In pratica il giro d'affari rappresentato dalle vendite al dettaglio supera l'ammontare della raccolta del risparmio su larga scala nei vari supermercati e ipermercati. Ben cinque cooperative – Coop Consumatori Nordest,Unicoop

Tirreno, Unicoop Firenze, Coop Centro Italia, Coop Lombardia – hanno raggiunto una raccolta del prestito sociale che supera abbondantemente il giro d'affari costituito dalle vendite al dettaglio.

Non è azzardato sostenere che oggi le coop dedicano più attenzione alle attività finanziarie che a quella caratteristica, che stenta a produrre utili in quasi tutte le grandi coop. Ciò rappresenta un punto estremamente vulnerabile perché le espone alla aggressione degli altri Gruppi concorrenti che concentrano la loro attività sul core business, ossia sulla attività caratteristica commerciale.

L'attività della raccolta del prestito sociale tra i soci era nata come attività "accessoria" all'attività principale per tutelare e incentivare lo "spirito di risparmio e di previdenza del socio" (questo è quanto ho potuto leggere in alcuni vecchi Statuti di alcune cooperative) ; in una seconda fase è diventata "sussidiaria" allo scopo di "finanziare lo sviluppo e la crescita della cooperativa" ; ed oggi è diventata una attività finanziaria tout court "prevalente" rispetto all'attività caratteristica (che è quella della distribuzione di merci ai soci) completamente slegata da quelli che erano gli scopi originari.

Per queste ragioni non è azzardato sostenere che i supermercati e ipermercati coop ,nati per offrire ai soci e ai clienti prodotti di prima necessità a prezzi più favorevoli rispetto al mercato, si stanno ormai trasformando a tutti gli effetti in sportelli bancari. La "mutazione genetica" consiste nel fatto che i vari supermercati e ipermercati coop sono diventati le filiali di una grande Banca ,senza tuttavia soggiacere ai vincoli e ai controlli imposti alle Banche dalla Banca d'Italia.

Come utilizzano le varie coop tali ingentissime risorse finanziarie? Fino ad un massimo del 30% possono essere utilizzate e immobilizzate per finanziare il proprio sviluppo, mentre il restante 70% vengono investite prevalentemente su prodotti finanziari quali obbligazioni, titoli di Stato, SICAV, fondi comuni, polizze assicurative ecc., oltre a partecipazioni in società controllate o partecipate del sistema Legacoop (Unipol Gruppo Finanziario, Unipol Banca, Factorcoop, Singest e altre) senza disdegnare di investire nelle Banche amiche come Monte dei Paschi di Siena, Banca Carige, nelle farmacie comunali, nelle Librerie Coop ecc.. Non sempre però la finanza consente alle coop di realizzare i profitti sperati, basta pensare alla avventura (che è diventata sventura) di Unicoop Firenze in Monte dei Paschi di Siena che rischia di perdere la ragguardevole somma di 600 milioni di euro per effetto della svalutazione delle azioni conseguenti la grave crisi della Banca.

Tali attività finanziarie mal si conciliano con le finalità sociali e mutualistiche che ne dovrebbero guidare l'attività principale.

Uno scenario preoccupante

Al di là degli aspetti congiunturali, le nove sorelle cominciano a segnare il passo, perdendo colpi sul piano della redditività non solo caratteristica ma anche di quella

finanziaria che è stata una leva formidabile che ne ha consentito la crescita esponenziale rispetto alle altre insegne concorrenti. Ma il dato più negativo è rappresentato dal fatto che pur godendo di grandi vantaggi rispetto ai concorrenti – ad esempio una tassazione ridotta e i proventi finanziari del prestito da soci – hanno raggiunto livelli di redditività molto più bassi rispetto alle migliori imprese della G.D.O. con le quali competono. Senza una inversione di tendenza, si tratta di un dato che potrebbe incidere sui consumatori in termini di convenienza per effetto di una contrazione della capacità competitiva, posto che già oggi il sistema coop non eccelle sul piano della convenienza rispetto ai migliori competitor di altre insegne.

La scarsa propensione delle coop a realizzare adeguati margini operativi rischia di essere scaricata inevitabilmente sui consumatori attraverso l'aumento dei prezzi e l'abbassamento dei livelli di convenienza. Una manovra che però non potrà essere utilizzata all'infinito visto che i consumatori sono sempre più attenti al rapporto/qualità/prezzo/servizio.

Le cause di fondo di tale preoccupante situazione vanno ricercate nel fatto che la COOP appare come un gigante della G.D.O., accreditando un'immagine unitaria a livello di comunicazione, ma in realtà essa è un arcipelago di ben nove cooperative (a cui si aggiungono la Sviluppo Discount S.P.A. e la Ipercoop Sicilia S.P.A.) con forti connotazioni localistiche, il cui assetto imprenditoriale è dispendioso e inefficiente a causa di una inadeguata massa critica in grado di farla competere efficacemente con gli altri attori della grande distribuzione organizzata.

Si può parlare di primi segnali di una crisi epocale per il sistema coop? La leva formidabile del prestito sociale potrà continuare a controbilanciare i modesti (e in qualche caso anche disastrosi) risultati della gestione caratteristica? Difficile azzardare previsioni, ma i dati sopra citati sono sicuramente poco rassicuranti. Ritengo di poter immaginare che laddove le coop sono in posizione di mercato dominante, come in Emilia Romagna, Toscana e Liguria esistano margini per scaricare sui prezzi e quindi sui consumatori le proprie inefficienze, mentre le cooperative che operano in mercati molto competitivi rischiano di entrare in sofferenza. Il venir meno dei benefici della raccolta del prestito tra i soci, conseguente ad una tendenziale caduta della propensione al risparmio degli Italiani, da un lato e la messa in discussione delle barriere protezionistiche in essere in alcune regioni dall'altro, sarebbero sufficienti a metterne in discussione la capacità di tenuta sul mercato. Si tratta di un ipotetico scenario, non auspicabile che si verifichi. L'allargamento della sfera dell'attività alla vendita dei farmaci da banco, della telefonia mobile con "COOP -VOCE", alla vendita dei carburanti, e alle librerie coop sembra che non sia destinata, nell'immediato, a migliorare i risicati (e in qualche caso negativi) margini operativi che contraddistinguono i Bilanci.

Occorrono scelte coraggiose per affrontare le nuove sfide

I rimedi, naturalmente, ci sono, ma occorrono scelte strategiche coraggiose. Per competere in un mercato sempre più agguerrito e globalizzato occorre abbandonare il localismo e il provincialismo, realizzando cooperative di dimensioni più grandi, superando le attuali dimensioni territoriali regionali così come si fece con grande difficoltà agli inizi degli anni sessanta quando iniziò un processo di fusione delle piccole coop che operavano all'ombra di ogni campanile e sotto la tutela delle Sezioni socialista e comunista.

Ritengo comunque che in prospettiva, se il sistema coop vuole garantirsi un futuro, sia ineluttabile un processo di fusioni tra le varie cooperative in modo da dar vita ad una grande cooperativa di livello nazionale dotata di una massa critica adeguata a competere da protagonista sul mercato.

Ad oggi devo però dire che la lungimiranza strategica di dare vita ad una grande coop a livello nazionale è del tutto assente in quanto prevale lo spirito di conservazione da parte dei tanti potentati locali e delle caste che nel tempo si sono andate cristallizzando, diventando nei fatti le vere proprietarie di ogni singola cooperativa.

Unicoop Tirreno in Campania: promozione del modello cooperativo o colonizzazione?

In questo contesto si inquadra la crisi di Unicoop Tirreno in Campania. Direi che la crisi che ha colpito Unicoop Tirreno e che viene interamente scaricata su un territorio considerato difficile e problematico come la Campania, appare una motivazione debole e non oggettiva. La problematicità del territorio e la competizione spiegano solo in piccola parte la disavventura e la crisi della sua presenza nella Regione.

Le ragioni della crisi vanno ricercate in una sorta di peccato originale, che il sistema coop e la stessa "Coop Toscana Lazio" non seppero comprendere, commettendo un grande errore di strategia imprenditoriale.

Coop Toscana Lazio (così si chiamava allora Unicoop Tirreno) era abituata ad operare in una parte importante della Regione Toscana, con situazioni di scarsa competizione, con un consenso e un radicamento politico e sociale molto forti e, in alcune situazioni, di pressoché monopolio. Era quindi una cooperativa non avvezza ad operare in mercati competitivi e con scarso radicamento sociale. Questo aspetto fu sottovalutato ed oggi se ne avvertono tutti i limiti.

Si sottovalutò che tentare di penetrare in un territorio diverso da quello in cui storicamente la cooperativa era nata e si era sviluppata e radicata, avrebbe comportato sforzi ed investimenti enormi per accreditarsi e per radicarsi.

Si sottovalutò che la cooperativa non era abituata ad operare in mercati competitivi.

La strategia di penetrazione in Lazio e in Campania fu concepita come una sorta di colonizzazione di un eldorado scarsamente dotato di strutture commerciali moderne e competitive. Fu un grave errore di sottovalutazione in quanto erano fin da allora ravvisabili tutti gli elementi di un mercato che si andava evolvendo e modernizzando con la penetrazione della grande distribuzione.

Ciò naturalmente spiega solo in parte gli errori commessi che hanno portato alla crisi attuale e al disimpegno nella Regione.

L'errore principale è da ricercare nel fatto che Unicoop Tirreno si avvicinò all'ingresso nel territorio Campano e Laziale con due forti handicap: il primo la sottopatrimonializzazione e la sottocapitalizzazione, che all'epoca e ancora oggi la cooperativa si presentava e si presenta come un gigante dai piedi di argilla con un fatturato di ben 1.221.791,00 nel 2011 a fronte di un patrimonio inadeguato di 259.654,00 nel 2011. Per dirla in parole semplici, la cooperativa non aveva la solidità e la forza patrimoniale per reggere un tale ambizioso progetto; il secondo elemento fu una certa faciloneria nella scelta dei format commerciali e nelle location, accompagnata da un Know how inadeguato a competere in quel territorio. In altre parole Coop Toscana Lazio (oggi Unicoop Tirreno) non andava lasciata sola nell'ambizione di esportare il modello cooperativo in Campania e nel Lazio, ma andava sorretta da tutto il sistema Coop Italia, come più tardi avverrà con il progetto di penetrazione in Sicilia, che vedrà impegnate un insieme di grandi e robuste cooperative Emiliane e del distretto Nord Ovest, sopportando i rilevanti costi di penetrazione e di avviamento iniziale.

Se all'origine furono quindi commessi degli errori di strategia imprenditoriale, appare altrettanto sbagliata – e quindi da combattere come giustamente stanno facendo i lavoratori e i soci – la scelta strategica di abbandonare la Campania, buttando il bambino con l'acqua sporca.

Coop T. in Campania: una presenza da salvaguardare

Non tutto ciò che ha prodotto l'attività di Unicoop Tirreno sul territorio Campano è da buttare via: basti citare i circa 140.000 soci (in continua crescita), un giro d'affari di circa 150.000.000,00 di euro, comunque interessante (anche se in flessione), il legame e l'indotto con il territorio con circa un centinaio di fornitori locali su un totale di 450.000, gli 850 dipendenti, che rappresentano una risorsa importante che la cooperativa ha creato consentendo loro di acquisire un reddito e una professionalità.

Le perdite di Bilancio registrate dalla cooperativa negli ultimi anni – circa 19.000.000,00 nel 2010 e circa 11.562.000,00 nel 2011 – pur essendo preoccupanti, non sono comunque riconducibili unicamente alla presenza in Campania, ma a ragioni più profonde, sia interne che esterne e, in ogni caso, non possono essere usate a motivazione di una scelta che appare miope e grave per le ricadute economiche e sociali sul territorio.

Occorrerebbe compiere una analisi più approfondita , soppesando tutti gli elementi e la posta in gioco (prospettive economiche, impatto sociale e di immagine della cooperativa) prima di adottare politiche che hanno un impatto drammatico sul piano umano e sociale.

Unicoop Tirreno sbaglia a comportarsi in un modo che non la distingue dalle altre insegne della grande distribuzione, ponendosi in netto contrasto con quelle che sono le finalità sociali che la Carta costituzionale assegna al sistema cooperativo, concedendo loro agevolazioni e vantaggi. Non può ignorare che le cooperative sono, per definizione , società a carattere mutualistico e l'importanza di tale funzione sociale è da sempre oggetto di misure di sostegno da parte del legislatore, come, ad esempio, il regime speciale di tassazione agevolata e la possibilità di raccogliere il risparmio tra i propri soci senza eccessivi vincoli e controlli . Per queste ragioni il profitto immediato non può essere l'unico obiettivo da perseguire e, se da parte del management e dell'intero sistema coop Italia errori sono stati commessi, non è corretto che vengano scaricati sui lavoratori e su un territorio con forti criticità sul piano economico e sociale. In altre parole Unicoop non può e non deve comportarsi come le altre imprese speculative. Tuttavia non si può chiedere ad un malato grave di alzarsi dal letto e di mettersi a correre. E che di malattia si tratti non è cosa che si possa nascondere perché gli ultimi Bilanci della cooperativa parlano da soli. Inoltre basta pensare che per fare fronte ad una situazione pesante e preoccupante la società di gestione risparmio "Castello Sgr"(di cui la finanziaria dell'Arcidiocesi di Trento Isa Spa possiede il 34,65% delle quote) ha acquisito nel 2012 ben 10 immobile corrispondenti ad altrettanti supermercati ad insegna Coop in Toscana e nel Lazio. La "Castello Sgr" ha infatti firmato l'accordo con "Unicoop Tirreno S.c." per 16.512 metri quadri complessivi di superficie per un controvalore di circa 50 milioni di euro. Sono stati anche sottoscritti dieci contratti di locazione per gli stessi immobili, ad un costo di 3,4 milioni di euro all'anno. Per fare fronte alle proprie difficoltà, Unicoop T. ha cominciato a vendere parte del proprio patrimonio, il che la dice lunga sulla crisi che sta attraversando.

Quale rimedio porre ad una strategia sbagliata e nociva per il territorio e per i lavoratori, oltre che per i 150.000 soci?

Occorre ritornare a quello che ho definito il “ peccato originale” che condizionò pesantemente la scelta di penetrare nel territorio Campano, che era sorretto più da un certo rampantismo colonizzatore che non da un vero e corretto disegno di esportare il modello cooperativo nella Regione.

Come già ho avuto modo di affermare, l'errore principale è da ricercare nel fatto che Unicoop Tirreno si avvicinò all' ingresso nel territorio Campano con due forti handicap :

- 1) la sottopatrimonializzazione e la sottocapitalizzazione , che all'epoca e ancora oggi la cooperativa si presentava e si presenta come un gigante dai piedi di argilla con un fatturato di ben 1.221.791,00 nel 2011 a fronte di un patrimonio inadeguato di 259.654,00 nel 2011. Per dirla in parole semplici, la cooperativa non aveva la solidità e la forza patrimoniale per reggere un tale ambizioso progetto;
- 2) una certa faciloneria nella scelta dei format commerciali e nelle location, accompagnata da un Know how inadeguato a competere in quel territorio.

E' da qui che occorre ripartire, chiamando in causa la Legacoop e la ANCC, chiedendo loro di assumersi responsabilità precise, che sono quelle di avere consentito ad una cooperativa sottopatrimonializzata di imbarcarsi da sola in una avventura sovradimensionata rispetto alle proprie possibilità economiche e imprenditoriali. Ora non è corretto scappare, lasciando che altri gestiscano le macerie che inevitabilmente si lascerebbe alle spalle. La responsabilità sociale che dovrebbe guidare qualsiasi impresa(cooperativa e non) impone una assunzione di responsabilità complessiva da parte di tutto il movimento cooperativo del consumo, riconsiderando la propria strategia per la Campania.

Le istituzioni locali – Regione, Comuni e Provincia – dovrebbero chiamare Unicoop Tirreno, la Legacoop e Coop Italia ad una assunzione di responsabilità e di impegni finalizzati al mantenimento della presenza di coop in Campania, chiedendo di stanziare i mezzi finanziari adeguati per riorganizzare la propria presenza e per puntare ad una nuova prospettiva di crescita e di sviluppo , utilizzando tutti gli strumenti a disposizione, compreso COOPFOND, nata proprio per favorire lo sviluppo della cooperazione nel mezzogiorno d'Italia.

Il ruolo di Legacoop ,Coop Italia e di Coopfond

“Coopfond è la società controllata al 100% dalla Legacoop nazionale che gestisce il fondo mutualistico per la promozione cooperativa alimentato dal 3% degli utili annuali di tutte le cooperative aderenti a Legacoop e dai patrimoni residui di quelle poste in liquidazione.

E' stata costituita ai sensi della legge n. 59 del 31 Gennaio 1992. Nel 1993 il Fondo è stato costituito sotto forma di società per azioni, con un capitale sociale di 120.000 Euro.

Mission:

■ *Concorrere alla nascita di nuove cooperative e alla crescita di quelle esistenti, alla creazione di condizioni di sviluppo cooperativo specie nelle aree più svantaggiate dal punto di vista economico-sociale, per realizzare la politica di promozione cooperativa di Legacoop;*

■ *Considerare la diffusione della cooperazione un'attività di interesse generale, da realizzare con la massima responsabilità verso le comunità locali, Legacoop e le cooperative conferenti le risorse;*

■ *Adoperarsi perché in tutto il Paese possa crescere la cooperazione nel rispetto delle peculiarità locali e dei principi cooperativi, che saranno considerati – assieme alle qualità imprenditoriali – il principale elemento di valutazione dei progetti;*

■ *Scegliere, tra chi è intenzionato a intraprendere nuove attività, partner capaci e affidabili, interessati a investire in comparti innovativi e di alto valore sociale.*

Obiettivi strategici:

■ *Continuare a privilegiare gli interventi ad alto merito sociale, nelle aree svantaggiate e quelli finalizzati al consolidamento delle realtà imprenditoriali del mezzogiorno selezionando i progetti più qualificati nonché delle aree a più basso insediamento cooperativo.*

■ *Contribuire all'incremento della dimensione media dell'impresa cooperativa, sostenendo tutte le possibili forme d'integrazione, dalle classiche fusioni tra cooperative alla creazione di reti strutturate tra soggetti con interessi omogenei, dalla creazione di società di scopo alla creazione dei gruppi cooperativi paritetici previsti dal nuovo diritto societario.*

■ *Favorire l'internazionalizzazione dell'impresa cooperativa."*

Lo Statuto Coopfond prevede:

“Articolo 2

*La società non persegue fini di lucro e, ai sensi dell'articolo 11, comma 2, della citata legge n. 59/92, ha ad esclusivo oggetto sociale la **promozione e il finanziamento di nuove imprese e di iniziative di sviluppo della cooperazione, con preferenza per i programmi diretti all'innovazione tecnologica, all'incremento dell'occupazione ed allo sviluppo del Mezzogiorno**, da realizzare mediante il “fondo mutualistico per la promozione e lo sviluppo della cooperazione”, istituito a norma dell'articolo 11, comma 1, della stessa legge.*

Articolo 3

In attuazione degli scopi di cui sopra, la società svolge le seguenti attività:

a) promuove la costituzione di società cooperative o di consorzi di queste;

b) assume partecipazioni in società cooperative o in società da queste controllate;

c) finanzia specifici programmi di sviluppo di società cooperative o di consorzi di queste, che operano nei diversi settori di attività;

d) promuove, ed eventualmente organizza e gestisce corsi di formazione professionale del personale dirigente amministrativo o tecnico delle imprese appartenenti al settore cooperativo;

e) promuove studi o ricerche su temi economici e sociali di rilevante interesse per il movimento cooperativo;

f) predispone specifici progetti volti al conseguimento dei propri scopi sociali, per i quali può inoltrare richiesta di finanziamento allo Stato o a enti pubblici;

g) compie qualsiasi operazione ritenuta funzionale al perseguimento delle finalità statutarie.”

Conclusioni

Come si può ben constatare non mancano certo gli strumenti affinché la cooperazione possa impegnarsi per un serio progetto di sviluppo della propria presenza anche in Campania, come sta facendo in Sicilia e in Puglia.

Infine, per mantenere e sviluppare la presenza di coop nel territorio Campano, sarebbe utile e opportuno, come è stato fatto con il “Progetto Sicilia” coinvolgere le grandi coop di consumo in un nuovo e ambizioso progetto che contribuisca allo sviluppo complessivo dell’economia regionale.

Mario Frau

7/02/2013