

## **Motivi di una crisi** *di Maurizio Zanin*

Riconosciuta dalla società civile come risposta alle difficoltà nelle varie fasi e periodi storici, la cooperativa di consumo, con successi e delusioni, è diventata, tra la fine dell'Ottocento e la prima metà del Novecento, un tessuto economico e associativo costituito da un numero rilevante di persone e di aziende, distribuito su tutto il territorio.

L'organizzazione e la distribuzione della rete cooperativa, più negozi anche all'interno dello stesso comune come nel caso di Ponte nelle Alpi, riflettevano profondamente modelli di vita e di mobilità del passato, in cui gli spostamenti delle persone avvenivano attraverso un prevalente uso dei mezzi di trasporto pubblico e più spesso con la bicicletta o a piedi.

Il mercato di riferimento era prevalentemente frazionale, basato sul "servizio di prossimità". Questa impostazione di vicinanza, di uso frequente e comune, di conoscenza e di confidenza rendeva stretto il rapporto tra i soci ed il Consiglio di Amministrazione e la sua attività.

Ai soci consumatori, spesso piccoli produttori agricoli, operai ed artigiani con limitata capacità di spesa, la cooperativa offriva generi alimentari a lunga conservazione, prodotti industriali di difficile reperibilità, mentre, ad esempio, erano notoriamente di produzione diretta dei soci la frutta e la verdura, le carni, soprattutto di basso cortile, così come le uova, talvolta conferite e scambiate con altri prodotti, le budella salate per la lavorazione dei maiali e la produzione dei salami.

L'osteria costituiva uno spazio complementare per la persona e per l'economia della cooperativa, così come i suoi consumi rappresentavano una ulteriore componente rafforzativa del ruolo centrale nella vita della comunità della cooperativa di consumo.

Questo luogo "maschile" ha avuto nel tempo della non televisione una funzione rilevante di socialità e di scambio di informazioni; evidenziandosi come "spazio tollerante", sospeso tra lavoro, famiglia e tempo libero, che ha permesso un ampliamento delle relazioni interpersonali.

La cooperativa di consumo aveva anche un proprio patrimonio immobiliare, che consentiva il suo consolidamento economico. La partecipazione dei soci agli investimenti, inoltre, determinava un elevato e forte senso di appartenenza e coesione sociale.

Di fronte alla grandezza fisica dei tanti fabbricati, frutto non solo di apporti economici, ma anche e più spesso di lavoro volontario, del tempo libero dei soci dedicato ad un'opera collettiva, si capisce quale determinazione e concretezza ispirasse il disegno di questi operatori, che quasi misuravano la propria convinzione e la propria volontà nella realizzazione di mura e mattoni, talvolta in singolare contrasto con le proprie modeste abitazioni.

La durata nel tempo delle cooperative di consumo consentiva poi la continuità fra generazioni, con il passaggio nominativo e l'adeguamento delle quote sociali alle persone più giovani.

Questa continuità e contiguità, grazie alla quale si andava via via rafforzando il senso di cointeressenza e di coinvolgimento tanto delle persone quanto delle famiglie, contribuiva a costituire una forte catena economica, etnica, di appartenenza.

Sono rari i casi di apertura di filiali cooperative, esisteva invece un insieme di aziende

cooperative, derivate da una matrice comune, moltiplicatesi in modo quasi naturale e spontaneo dal basso, nelle quali l'organizzazione e l'offerta commerciale si erano modellate sui bisogni della comunità.

In un orizzonte precario e di dura quotidianità, questa matrice semplice e riproducibile ha permesso ad ogni cooperativa il proprio originario, autonomo radicamento, determinando, per ogni realtà locale, uno specifico carattere distintivo, una specifica identità e un proprio timbro, una forte appartenenza comunitaria.

Le cooperative di consumo erano regolate costantemente da un metodo di democrazia diretta e partecipata, in cui non si avvertiva un distacco, una sofferenza fra Consiglio di Amministrazione e base sociale.

L'originalità e il profondo rispecchiamento sociale hanno consentito lo sviluppo e "la prosperità" delle cooperative, così come la loro energia e coesione nei momenti difficili ne hanno garantito la sopravvivenza e la conservazione nel tempo.

Come modello d'impresa sociale, per la sua diversità sul piano dei principi e per le sue finalità, la cooperativa di consumo si è trovata spesso contrapposta ad altre forme d'impresa: da una parte un'organizzazione il cui obiettivo era quello di conseguire un bilancio economico e sociale equilibrato (un risultato elevato avrebbe perfino trovato critiche per manifesta lucrosità della cooperativa a danno dei soci), dall'altra l'iniziativa privata con il manifesto obiettivo del massimo profitto.

Anche se saranno evidenti nel tempo i limiti di tale costruzione materiale e culturale, questo è il carattere primordiale della formazione, la ragione dell'affermazione di questo tipo di società.

Dalla fine degli anni cinquanta in poi, le trasformazioni che coinvolsero tutto il Paese determinando, tra l'altro, una diversa mobilità delle persone e delle cose, produssero profondi cambiamenti, ridisegnarono e ridimensionarono un'intera scala di rapporti, l'insieme delle relazioni. Prima ancora di mettere in discussione il suo ruolo economico e la sua ragion d'essere, corrosero progressivamente il riconoscimento sociale della società cooperativa e della sua funzione di servizio solidale globale e ridussero notevolmente la sua capacità di aggregare e di collocare in primo piano le esigenze collettive.

La funzione fondativa di una cooperativa di consumo come quella di Polpet, che si era sedimentata lungo tutte le periodizzazioni del Novecento in un'area difficile di confine non poté reggere però al banco di prova della nuova rete di vendita privata, con la sua offerta commerciale per consumi di massa, rispetto alla quale non bastava più una concezione del piccolo è bello né l'etica della gestione.

### **La transizione degli anni sessanta**

A partire dagli anni sessanta, il settore commerciale, fino ad allora considerato scarsamente appetibile, fu interessato da una pesante attenzione, anche di tipo assistenziale e clientelare. In un'Italia di profondi cambiamenti sociali, di migrazioni interne e internazionali, di esodo dalle campagne, della prima affermazione dell'industria (la Fiat contava 150.000 addetti), al cambiare della città, anche la distribuzione mutava.

Tra il 1961 ed il 1971, le licenze commerciali erano passate, in Italia, da 871.161 a 1.088.427, con un aumento ipertrofico del 24,94%; nel Veneto da 63.742 a 81.093, con un incremento del 27,22%; nella provincia di Belluno da 4.644 a 5.746, più 23,73%, con 2.491 negozi di alimentari.

Nel Veneto, secondo i dati ISTAT, i supermercati con area di vendita superiore ai 400 mq erano passati da 11 a 34 (uno solo a Belluno, che però non figura più agli inizi degli anni '70), mentre i negozi con area di vendita compresa tra i 200 ed i 400 mq erano, nel 1971, 37 rispetto agli 11 del 1961 (solo da 1 a 2 unità situate nella provincia di Belluno).

Per quanto riguarda le quote di mercato, calcolate su scala nazionale, nel 1971 apparteneva alle prime embrionali catene private il 3,5% di queste, alla rete cooperativa l'1,6%, mentre il 95% era controllato da negozi piccoli e piccolissimi, caratterizzati il più delle volte da autosfruttamento e lavoro nero.

Il settore non godeva inoltre di una buona reputazione e l'idea del commerciante profittatore era molto radicata, e trovava motivazioni anche semplicistiche in occasione di rapidi e consistenti aumenti dei prezzi, rispetto ai quali veniva individuato come il principale responsabile della situazione negativa.

Con un rapporto tra esercizi commerciali alimentari e numero di abitanti di 1 a 88, la provincia di Belluno era, nel Veneto, il fanalino di coda.

Nel 1971, i negozi cooperativi iscritti nei registri prefettizi erano in Italia circa 2000, nel Veneto 308; nella provincia di Belluno, tra il 1961 ed il 1971, erano passati da 53 a 57 unità, con un leggero incremento.

Nei paesi dove mancava ogni specializzazione urbanistica commerciale e le iniziative private si originavano in spazi di risulta delle abitazioni, con una organizzazione improvvisata e familiare, per le cooperative di consumo sussisteva ancora un vantaggio competitivo, dovuto al loro posizionamento in centro paese, in unità immobiliari di notevole ampiezza e pregio, crocevia di vita e di relazioni.

In altre parole, il dettaglio tradizionale, gonfiato e ampliato, manteneva una propria capacità di sopravvivenza e si presentava come un competitore concorrente di forte impatto quantitativo, ma di bassa qualità.

Ben diverso era in quegli anni lo scenario dell'Europa Occidentale: in Svizzera, Austria, Germania, Olanda e Belgio il numero delle attività tradizionali subiva, nel decennio 1961/1971, un decremento oscillante tra il 10,4 ed il 24,1%, evidenziando un fenomeno di concentrazione e di ristrutturazione della rete di vendita.

Studi e ricerche a livello internazionale indicavano come lo sviluppo del commercio al dettaglio e la riforma del settore non dipendeva solo dalle imprese private succursaliste, ma anche da una marcata presenza della cooperazione e delle forme associative tra dettaglianti, e dalle politiche che queste organizzazioni riuscivano a sviluppare.

L'ammodernamento e la riforma del sistema distributivo potevano essere coniugate assieme e quindi non andava ostacolato uno sviluppo che, se era vantaggioso per le imprese private, apriva nuove prospettive alle reti cooperative e offriva loro le condizioni per una positiva trasformazione.

Il movimento cooperativo però, nel suo complesso, viveva in quel periodo una drammatica immobilità, mentre si assisteva ad una progressiva riduzione del suo ruolo, dei suoi conti economici, del suo bilancio patrimoniale.

Vanno poi considerate, a completamento del quadro generale nazionale di quegli anni, altre importanti tendenze di lungo periodo, quali la mancanza di capitali sul mercato finanziario e la totale assenza di un mercato internazionale.

Il commercio era un settore inefficiente, nel quale l'intermediazione aveva acquistato un

ruolo di accumulazione e di potere, che teneva separata l'Italia dal resto del continente.

Che il commercio fosse un fattore di sistema sempre più politico era evidente nei fatti. In un panorama di bassa capitalizzazione delle imprese commerciali, i 1.500 miliardi di vecchie lire pagati dallo Stato per la nazionalizzazione dell'energia elettrica avevano preso delle direzioni significative: la SADE (Cini-Volpi-Gaggia) era entrata nel settore dell'alimentare, acquistando aziende quali Bellentani, De Rica, Bertolli; anche la EDISON (Valerio), contemporaneamente alla vicenda Montecatini che negli anni successivi condurrà le due società quotate in borsa alla fusione, aveva acquistato Standa - proprietari Monzino e Borletti - e la SME che, dopo acquisti sempre nella produzione alimentare, annunciava lo sviluppo di una rete distributiva meridionale. Nel Veneto, PAM

progetta una rete di vendita di supermercati fra Venezia e Milano, mentre alcuni diritti commerciali del Vajont venivano acquistati da società venete e trasferiti in pianura. Così le prime società succursaliste, organizzate in catene di attività, godevano in esclusiva i vantaggi dello sviluppo dei consumi.

E' in questo contesto che viene varata la prima legge organica sul commercio, la 426 del 1971, che invece di prevedere provvedimenti per lo sviluppo delle medie e grandi superfici superiori ai 400 metri, esprime volontà protezioniste per la difesa dell'esistente.

Nella stessa legge di settore, si concede ai Comuni il potere decentrato di formulare piani poliennali di sviluppo, delegando loro il controllo dell'accesso al mercato delle strutture fino a 400 metri e si introducono, fra l'altro, le divisioni per tabelle merceologiche.

Una legge, quindi non neutrale, che tutela l'esistente e rispetto alla quale l'ARVCC - Associazione Regionale Veneta delle Cooperative di consumo, associazione di settore della Lega Regionale delle Cooperative di consumo - si dichiara subito teoricamente e ideologicamente contraria, considerandola un provvedimento di blocco, specialmente nelle aree territoriali a forte dinamismo demografico ed economico.

### **La condizione di una risposta**

Il dibattito unitario sulla cooperazione, riaperto nel dopoguerra dalla sinistra politica e dalle espressioni sociali del mondo cattolico, era venuto meno sia per la caduta di credibi-



Corrispondenza con la Federazione provinciale bellunese delle Cooperative - Latterie - Mutue, alla quale era associato il Magazzino cooperativo di Polpet (1978).

lità di queste, sia per i limiti di un'elaborazione teorica e giuridica che si rivelava incapace di proporre la cooperazione in generale, e quella di consumo in particolare, come soggetto qualificante, valorizzandola come un'originale forma d'impresa, economicamente partecipata e autogestita, capace di trovare un proprio spazio fra il settore pubblico e quello privato. Tutto ciò discendeva in buona parte da un'alterazione del dibattito politico e ideologico, ma era soprattutto il frutto di una scarsa conoscenza di questo tipo di società economica, complessa per dimensioni e funzionamento, nella quale la partecipazione dei soci, che si consideravano come proprietari autentici in modo pressoché esclusivo, era vissuta come "appartenenza".

Gli storici mancati riconoscimenti e le discriminazioni di questo periodo segnano un ripiegamento e una marginalizzazione anche culturale e politica del movimento cooperativo che, con il restringersi delle sue prospettive, si burocratizza e inizia un'involuzione in chiave economicista e tecnicista, che ne fa una "salmeria" del movimento operaio. L'interruzione dei Convegni cooperativi nazionali, porta ad un limbo di elaborazioni e di prospettive, di direzione e di strategie, durato a lungo.

Solo quando la domanda di cambiamento si allarga, coinvolgendo anche strati sociali nuovi - i ceti medi, operatori culturali, intellettuali - si riapre, anche sui mass media, il dibattito sulla cooperazione di consumo.

Dopo la spinta politica e culturale del '68-'69, prima del movimento studentesco e poi del movimento operaio, vissuta come una rottura all'interno della cultura di sinistra e nella società civile, che metteva al centro la partecipazione e le aspettative di cambiamenti radicali, si comincia a ripensare la cooperazione di consumo, considerandola come movimento innestato in un percorso storico, nobile ma "datato" e quindi da innovare.

Il dibattito coinvolge anche il movimento sindacale, prima reticente, che comincia a riconoscere nella cooperazione una valida forza anticrisi del Paese e a non considerarla più come uno strumento rigido di difesa e di mutualità.

Due nuove emergenze erano apparse intanto nella quotidianità degli anni settanta, entrambe eccezionali per gravità e portata: il terrorismo politico e l'inflazione a due cifre, dovuta alla crisi petrolifera ed alla conseguente crisi economica che, a partire dal 1972, aveva determinato vertiginosi aumenti dei prezzi al consumo.

L'inflazione continuerà con ritmi sempre più incalzanti per tutto il decennio, passando dal 5,2 % del 1970 al 10,4 dell'anno successivo e quindi al 19,4%.

Nel tentativo di trovare misure correttive, si apre allora un dibattito pubblico di grande ampiezza, si costituiscono dei comitati provinciali prezzi, mentre appare sempre più evidente l'inefficienza della rete distributiva e la sua incidenza sulla dinamica dei prezzi. Questo induce il movimento cooperativo a ricercare soluzioni operative per la propria rete di vendita e ad accelerare i tempi della sua trasformazione, in modo da poter essere propositivo e incisivo là dove le tensioni erano più forti e dove più forti ed immediate erano le risposte da dare.

Si trattava di affrontare un altro piano di dibattito e di lavoro: a partire dall'analisi dell'intero settore del consumo, dei prezzi, della distribuzione, andavano individuate soluzioni operative che, tramite un coordinamento tra le diverse realtà, consentissero di affrontare in modo adeguato le sfide del futuro. La sola raccolta di dati quantitativi, che costituiva uno strumento indispensabile di conoscenza economica, non era sufficiente a dare risposte di carattere generale, ad elaborare delle linee politiche di comportamento per trarne

indicazioni utili sul piano operativo, ad individuare i condizionamenti e i vincoli sia di natura interna sia di quella esterna. Molto di più sarebbe stato necessario.

L'esperienza insegnava come fosse difficile e quanto tempo fosse necessario per pervenire ad una unità d'indirizzo. La necessità di un coordinamento permanente e di una strategia che consentisse di trovare opportuni strumenti di organizzazione non costituiva un obiettivo secondario: era indispensabile chiamare tutte le energie e le risorse umane e politiche interessate al rilancio e alla riorganizzazione delle cooperative di consumo, anche perché la Federcoop non rappresentava più lo strumento riconosciuto di direzione politica.

Si trattava inoltre di trovare un terreno che potesse prevedere meno separatezza, nel quale ridefinire le identità locali, il più delle volte intese in senso stretto e riduttivo, e l'autonomia, che spesso era vicina alla richiesta di non interferenza, per riuscire invece a comprendere quanto erano vecchi i modelli di gestione, per modificarli e adeguarli alla società nella nuova epoca del cambiamento economico e degli sconvolgimenti tecnologici. Andava cioè affrontata criticamente una realtà in rapido declino, posta su un binario di immobilità, incapace di trovare motivazioni di ampio respiro; per garantirne la sopravvivenza e salvaguardarne la sua funzione, dovevano essere individuati non solo gli strumenti per assicurare l'equilibrio economico di bilancio delle singole aziende cooperative, ma dovevano anche essere chiarite le prospettive generali e compiute scelte più globali. Si trattava non solo di discutere di gestione, ma anche di avviare una reale integrazione commerciale fra aziende cooperative, di comprendere il mercato dei consumi, di affrontarne le contraddizioni e i vincoli, di superare gli ambiti provinciali, di ricercare le dimensioni aziendali ottimali, di parlare di rete di vendita e di strutture, ipotizzando quelle più economiche ed efficienti, di pensare ai rapporti con gli Enti locali, per affrontare con loro i problemi di urbanistica commerciale e di viabilità, di avviare ristrutturazioni, concentrazioni, investimenti e operazioni finanziarie:

Questo tentativo, certo difficile da realizzare in termini economico-aziendali e sociali, andava compiuto se non si voleva imboccare la strada della emarginazione.

Insomma, si trattava di avere motivazioni e fiducia per un grande sforzo politico e culturale, ma il cambiamento di passo non c'è stato ovunque. Occorre tener conto che nel Bellunese lo sviluppo economico reale si era prodotto ed era stato percepito molto più lentamente rispetto alle altre province del Veneto. Qui il movimento scontava l'incapacità di fare sistema, di rapportarsi con l'esterno, di contare, di costituire una forza trainante per lo sviluppo provinciale; appariva provato da un vuoto di direzione politica prodottasi nel tempo.

### **Attività, proposte, progetto**

Nel 1973 prende decisamente avvio operativo un progetto regionale da parte dell'AR-VCC, articolazione dell'ANCC (Associazione nazionale delle cooperative di consumo), organismo politico sindacale di rappresentanza e tutela. Alla base del progetto stava una indagine puntuale, condotta per valutare la consistenza e il peso delle cooperative venete aderenti alla Lega nazionale delle cooperative e mutue.

Venne prodotto un documento che, nella prima stesura, conteneva un'analisi delle loro dimensioni, della loro efficienza e della loro presenza in termini di mercato, e nel quale non mancavano neppure considerazioni e valutazioni esplicite, riferite ai problemi politici e sociali ed alle loro relazioni con i principali dati economico-aziendali (vendite, costi, redditività, patrimonio proprio, valutazioni di bilanci comparati per periodi di tre anni).

Dati e ipotesi furono discussi ripetutamente all'interno della Lega regionale, in riunioni plenarie con tutte le associazioni di settore e successivamente a tutti i livelli di organizzazione interna, nazionale e interregionale.

In conclusione si constatò che le componenti di debolezza economica delle aziende del movimento nel Veneto non consentivano di ipotizzare una capacità di investire, nel medio periodo, la tendenza in essere. La presenza storica di circa duecento cooperative di consumo non costituiva un dato significativo; il processo di industrializzazione e di trasformazione economica aveva determinato mutamenti di comportamento e di cultura radicali rispetto al passato, che imponevano per le cooperative antiche, ormai emarginate, fusioni e concentrazioni immediate, difficilissime da condurre a soluzione, e che avrebbero probabilmente determinato l'estinzione della vecchia base sociale.

Contemporaneamente alla discussione interna, si erano andate valutando le indicazioni espresse dalle lotte operaie di grandi fabbriche quali quelle di Porto Marghera, la Zoppas di Conegliano, la Marzotto di Valdagno, la Stanga di Padova, la Lanerossi di Schio, la S. Remo di Caerano S. Marco, o dalla società civile (ad es. a Jesolo e in altre zone ancora), che si rivelavano molto diverse tra loro, arrivando a comprendere gli spacci di fabbrica sostenuti dalla CISL e la costituzione di cooperative bianche, tese a bloccare l'inflazione e l'aumento incontrollato dei prezzi.

Oggetto di valutazione furono anche le tendenze e lo sviluppo della distribuzione privata nelle principali città, rapportata con la presenza e le potenzialità della nostra rete. Furono consultati anche i partiti e le organizzazioni della sinistra storica, per capirne gli orientamenti e le valutazioni: questi incontri avvennero in una cornice di grande autonomia organizzativa e decisionale.

Il recupero e il riposizionamento delle cooperative antiche si dimostrava difficile per la loro incapacità di cogliere i segnali che provenivano dalle agitazioni di fabbrica e dalla società. Molti operai sindacalizzati erano entrati però nei Consigli di Amministrazione e avevano contribuito, anche con modi drastici, ad un cambiamento di rotta; talvolta i quadri professionali di fabbrica furono spinti ad entrare nei Consigli di Amministrazione e ad organizzare la gestione amministrativa delle aziende. Cominciavano intanto a costituirsi nuove cooperative di consumo.

Con le lotte rivendicative, come quelle alla Galileo di Battaglia Terme e alla Valdagno, gli operai avevano ottenuto l'assegnazione di spazi con contratti a fitto zero fuori dalle fabbriche ai quali, con la formazione di basi associative, divennero cooperative interfabbrica e aperte ai soli soci. Tutte le nuove cooperative che si erano costituite avevano una base sociale di massa, come quella costituita a S. Donà di Piave, che aveva aperto in successione una struttura in locazione di 400 metri per soli soci; lo spaccio di Conegliano, aperto poco dopo con le stesse modalità, con un accordo Cgil-Cisl-Uil; e ancora il supermercato a Campalto, nuovo quartiere di edilizia popolare di Mestre. In questa fase venne adottato uno statuto nazionale che prevedeva il ristorno ai soci sul bilancio di fine anno.

Ma gli incontri ed i confronti portarono anche a salvaguardare alcune cooperative storiche, che si adeguarono presto alle tendenze di mercato, come quella di Castelfranco Veneto che apre un supermercato di 400 metri quadrati di vendita in pieno centro, o quelle della Riviera del Brenta, che si unificano con un gruppo operaio di Porto Marghera, e incorporano tutte le società per dar vita alla Coop Mirese. Altre esperienze significative sono avvenute a Stienta di Rovigo con una ristrutturazione e un ampliamento, a Concordia

nel Portogruarese, con una ristrutturazione, a Vittorio Veneto, dove si è arrivati ad accordo intercooperativo e successivamente ad un concentrazione di particolare interesse, che porterà ad un successivo investimento immobiliare con il capitale finanziario emiliano. E' stato un impegno frenetico, durante il quale il ruolo di Coop Italia è da considerare come fondamentale, un supporto indispensabile per il servizio e la crescita del movimento. A tale proposito vanno ricordate la presenza e l'attività di Francesco Bellis.

In questo periodo ci fu un approfondimento continuo per individuare una strategia di fondo dello sviluppo cooperativo, che determinò la nascita di strette relazioni fra le Associazioni regionali del Veneto e della Emilia Romagna, dove erano già avvenute difficili unificazioni provinciali, relazioni che hanno portato a nuovi piani di sviluppo, all'apertura di supermercati e anche alla chiusura di molte centinaia di negozi tradizionali del vecchio mondo cooperativo. La decisione politica finale, avvenuta nel 1975, non è stata la costituzione di una nuova cooperativa di consumo interprovinciale veneta, ma la costituzione della cooperativa interregionale - ancora più grande - Coop Emilia-Veneto con sede a Bologna. La Banca d'Italia aveva intanto autorizzato la raccolta di prestiti da soci e ciò consentirà l'inizio di una attività di autofinanziamento che sarà una chiave di volta per programmi di sviluppo del settore.

La storia della cooperativa di Polpet è la storia di un tramonto in quanto cooperativa di consumo e dell'estinzione di un'esperienza commerciale e di un'azienda cooperativa del Novecento, in una cornice di montagna. Ma su di essa si possono innestare nuove esperienze sociali. Va tuttavia aggiunto che questa storia non è rappresentativa del destino di tutta la cooperazione di consumo, e quindi la lettura nel tempo sincronico e in territori diversi assume significati diversi. Inserire riferimenti e indicazioni sullo sviluppo più generale nelle storie minori è quindi opportuno, anche perché su queste vicende i testi scritti sono ancora assenti.

Vanno dunque incoraggiate altre ricerche sulle origini della cooperazione, da un lato come analisi della basi fondative del socialismo e del riformismo e, dall'altro, come elementi di comprensione delle trasformazioni sociali ed economiche ancora in corso.

Come ARVCC, nell'impresa di pensare e di immaginare, ma anche di seguire ed inseguire le situazioni, di lottare e agire per costruire questo progetto di nuova prospettiva per la cooperazione di consumo del Veneto, abbiamo profuso un impegno che per anni ci ha assorbito la vita in maniera totale. COOP non è stato facile, ma ne valeva la pena.

Un'ultima mia opinione: esiste ancora una forte distanza del territorio bellunese rispetto a quello del Veneto e del veneziano in particolare e riguarda le dinamiche sociali, la velocità dei cambiamenti, la facilità e la difficoltà degli incontri, la diversità del modo di affrontare le situazioni, di congiungere dei "mondi" e di farli compenetrare, di entrare nello stesso "gioco e nello stesso ritmo", avendo fattori e interessi fortemente condivisi.

Per me, fra Belluno e Venezia ci sono due fusi orari verticali e per il territorio bellunese, uscire dal Novecento, comporterà tempi lunghi e operazioni più complesse.

### **Nota dei curatori**

Il testo di questa relazione è stato consegnato a Ferruccio Vendramini dopo colloqui avuti in precedenza per identificare i problemi relativi alla storia del Magazzino di Polpet.

Si ringrazia Maurizio Zanin per avere accettato di dare un contributo al dibattito storico in corso sulle cooperative di consumo, nel ricordo di Arnaldo Biasibetti con il quale ha condiviso l'esperienza nel movimento cooperativo.

L'autore, già dirigente nel settore della Cooperazione di consumo in ambito provinciale e poi regionale, è attualmente responsabile per il Nord-est di "Espansione Commerciale".