Un ibrido commercio

La Cooperativa di consumo fra i ferrovieri di Firenze

Luca Fanelli

ei faldoni delle fotografie dell'Alleanza cooperativa torinese conservate presso l'Istituto piemontese "Antonio Gramsci" si trova un album, di formato orizzontale e rilegato in cuoio. Sul verso della prima pagina si legge: «All'Alleanza Cooperativa Torinese con viva ammirazione, la Cooperativa di Consumo fra i Ferrovieri di Firenze, 16.10.1950». Il fotografo è Locchi di Firenze.

La Cooperativa di consumo fra ferrovieri di Firenze nasce alla fine della II guerra mondiale per iniziativa di alcuni ferrovieri che rilevano il servizio di distribuzione di generi di consumo "La Provvida" che, istituito dal governo e «avvalendosi di infrastrutture aziendali ferroviarie, provvedeva a rifornire le famiglie dei dipendenti Fs di generi alimentari, generi di vestiario e calzature a prezzi molto più convenienti di quelli del mercato» (cfr. Paolo Landi, *Per una storia della Cooperativa dei Ferrovieri a Firenze*, «Informatore», 1997).





Alla fine degli anni '50 – epoca dell'album – la Cooperativa raggiunge la sua massima dimensione: otto spacci di generi alimentari, uno di tessuti, di confezioni per uomo, di calzature e di mercerie varie, un magazzino centrale; di questi, cinque sono dati in affitto dalle Ferrovie dello Stato, tre sono di privati; i soci sono più di 6.000. Gli avventori sono soprattutto ferrovieri, che, se abitano vicino, si recano sempre negli spacci; ma vi sono anche molti avventori non ferrovieri, attratti dai buoni prezzi; solo il negozio non alimentare ha qualche difficoltà.

Nell'epoca del boom economico il panorama della distribuzione mostra segni di mutamento: nel 1957 nasce a Milano su iniziativa di una società statunitense (Ibec) il primo supermercato; nel 1961 apre a Firenze. Essi uniscono prodotti in scatola a prodotti freschi e presentano una ampia scelta di prodotti trasformati (cfr. Emanuela Scarpellini, *Comprare all'americana. Le origini della rivoluzione commerciale in Italia 1945-1971*, Il Mulino, 2001, pp. 89-90). Anche in seguito all'alluvione di Firenze del 1966, gli spacci della Cooperativa hanno una forte crisi; nel 1967 la Cooperativa di consumo fra ferrovieri di Firenze si fonde con la Cooperativa di consumo "Casa del popolo" con sede a Sesto Fiorentino, per poi confluire successivamente nell'Unicoop.

Le immagini che abbiamo di fronte ci permettono di comprendere i caratteri degli spacci della Cooperativa di consumo, con un occhio particolare: non si avverte in queste immagini la presenza del fotografo. Ciò indica non tanto una impossibile "oggettività", bensì l'accordo tra fotografo e fotografati quanto a che cosa si vuole che le immagini trasmettano all'osservatore.

L'abbigliamento delle persone fotografate ci segnala la loro appartenenza a classi sociali differenziate. La maggioranza di loro sono donne, ma vi sono anche molti uomini. Osservando il comportamento degli acquirenti non percepiamo un rapporto personale tra cliente e commesso proprio del piccolo negozio di quartiere, anche per l'affollamento degli spacci; alcuni avventori però discorrono amabilmente e il com-



messo è una figura presente ed attiva: siamo dunque ben lontani dall'impersonalità dei supermercati.

Concentrando la nostra attenzione sui prodotti notiamo che alcuni sono venduti sciolti, mentre altri sono in scatola; di questi ci colpisce la disposizione seriale, che Andy Warhol pochi anni dopo sceglierà come simbolo di un'epoca, e tra una confezione e l'altra riconosciamo marchi ancora presenti oggi ed altri scomparsi. La varietà dei prodotti è più ampia della maggior parte degli alimentari del tempo, ma minore di quella dei supermercati, che, in particolare con il fresco (frutta e verdura, carne, uova, pane) tenderanno programmaticamente a sostituirsi a ogni altro canale distributivo.

e fotografie ci restituiscono dunque l'immagine di una forma di distribuzione che a posteriori ci appare ibrida, a metà tra il piccolo negozio, che fino a quegli anni caratterizza pervasivamente il panorama della distribuzione in Italia, e la grande distribuzione che proprio allora muove i propri primi passi. Schiacciata tra questi due modelli, che avranno ancora una lunga vita, la formula dello spaccio della cooperativa di consumo più che segnalare un passaggio, indica una possibile strada alternativa che non è stata imboccata.



Vorrei ringraziare l'Istituto piemontese "Antonio Gramsci" per la concessione dell' uso delle immagini; Renato Terrosi, Paolo Landi e Antonio Comerci per le informazioni che mi hanno gentilmente fornito sulla Cooperativa