



UFFICIO STAMPA

Prot. N. 20

- Ai MEMBRI DEL CONSIGLIO GENERALE
- Alle UNIONI PROVINCIALI
- Alle UNIONI ZONALI

LORO SEDI

Oggetto: Campagna psicologica per la riduzione dei prezzi

Nella sua ultima riunione, il Comitato Esecutivo ha approvato un programma dettagliato per una « campagna psicologica per la riduzione dei prezzi », considerando questo fattore della stabilità del costo della vita come uno degli aspetti essenziali della nostra politica in materia di difesa del potere di acquisto dei salari.

La campagna pubblicitaria è stata opportunamente definita « psicologica » in quanto dovrà tendere a creare una atmosfera, un clima favorevole nella pubblica opinione ed orientare questa nella scelta degli acquisti.

Si comprenderà subito che tale campagna pubblicitaria serve anche ad accompagnare ed integrare l'azione che andiamo svolgendo per realizzare la nostra impostazione di politica salariale, che punta ad una concreta difesa del salario reale attraverso forme integrative di salari a rendimento, cioè ad un aumento del potere di acquisto delle retribuzioni. Pertanto, mentre poi la Confederazione proseguirà sul piano delle attività sindacali a realizzare quelle forme di controlli sui prezzi che sono state indicate nella mozione del Consiglio Generale di Bari, ora si vuole agire sui prezzi anche con manifestazioni di pubblicità psicologica, integrativa delle altre attività confederali in tale materia.

La « campagna psicologica » prevede:

- DUE MANIFESTI MURALI, a colori a soggetti che impressionino favorevolmente la pubblica opinione e attraggano l'attenzione dei consumatori.

Tali manifesti saranno affissi a distanza di una settimana l'uno dall'altro, in ogni provincia di Italia.

Per l'affissione di tali manifesti, ciascuna Unione provinciale e zonale provvederà direttamente servendosi delle locali Aziende di Affissione seguendo i criteri indicati nell'allegato n. 1. L'Amministrazione Confederale rimborserà le relative spese su presentazione delle fatture per l'affissione.

- UN DEPLIANT a 4 pagine, a colori, che illustri ai consumatori-lavoratori la necessità del boicottaggio ai negozi che vendono a prezzi elevati. Tali depliant verranno spediti in larga copia a tutte le Unioni provinciali e zonali che saranno così impegnate a diffonderli tra i lavoratori.

- STRISCIONI MURALI con slogans facili e realizzanti un vero e proprio crescendo propagandistico. Anche tali striscioni saranno affissi in ogni provincia a distanza di alcuni giorni l'un tipo dal-



l'altro e con squadre organizzate da ciascuna Unione provinciale e zonale.

- CARTELLINI da appendere in ogni scompartimento, sui treni, a cura di questa Confederazione.

Costituzione dei «COMITATI CITTADINI PER LA DIFESA DEL CONSUMATORE».

In questa iniziativa è impegnata l'attività di ogni Unione provinciale. In ogni provincia, infatti, l'Unione deve promuovere la costituzione di un « Comitato cittadino per la difesa del consumatore » chiamando a farne parte: note personalità cittadine, rappresentanti del Comune, dei Sindacati della nostra Federazione del Commercio, del locale Comitato prezzi, della locale Camera di Commercio e della locale Associazione Commercianti. Ogni comitato dovrà svolgere, in sede locale, una intensa attività propagandistica, promuovendo conferenze e pubblici dibattiti sull'argomento « guerra alla speculazione - battaglia per la riduzione dei prezzi ».

Inoltre, il Comitato dovrà svolgere una capillare azione presso i commercianti della città ottenendo da alcuni di essi — con opportuni contatti — l'adesione alla campagna della CISL con l'impegno, per esempio, a ridurre effettivamente i prezzi di alcuni generi di prima necessità (calzature, tessuti, generi alimentari) applicando sui prezzi esposti in vetrina i relativi cartellini con l'indicazione dei prezzi ridotti. Il Comitato inserirà allora, nelle vetrine dei magazzini che abbiano aderito alla iniziativa, un cartello che rechi una scritta di questo tipo: «CISL - Comitato per la difesa del consumatore. — Questo negozio ha aderito alla campagna per la riduzione del costo della vita. Cittadini, fate qui i vostri acquisti e disertate i magazzini che vendono le stesse merci a prezzi più alti». Tali cartellini saranno forniti tempestivamente da questa Confederazione.

Naturalmente, ciascuna Unione adoterà criteri consentanei alla natura della propria provincia nell'orientare tale campagna, poiché è chiaro che in alcune zone la lotta dovrà essere rivolta a stabilizzare i prezzi di certi prodotti, mentre in altre zone si dovrà agire su altre merci.

Appena costituiti i Comitati, le Unioni promuoveranno un incontro di una rappresentanza dei Comitati stessi con i rispettivi Prefetti al fine di illustrare i compiti e le finalità della campagna.

Tanto della costituzione del Comitato cittadino, quanto della visita al Prefetto, ogni Unione dovrà farne comunicati alla stampa locale assicurandosi una larga pubblicità.

- LA «GIORNATA DEL CONSUMATORE». Nel corso dello svolgimento delle varie iniziative, sarà da questa Confederazione fissata una « giornata del consumatore » che dovrà svolgersi sincronicamente in tutta Italia, in ogni provincia.

Ciascuna Unione avvertita tempestivamente curerà di organizzare, per la « giornata », una riunione del Comitato cittadino con la partecipazione del pubblico.

Un membro del Comitato terrà una conferenza, cui seguirà un dibattito. Al termine delle riunioni siano votati degli ordini del giorno affermanti la necessità dell'intervento dei pubblici poteri per un effettivo controllo sui prezzi e si inviino, in serata, telegrammi ai rispettivi Prefetti dandone comunicazione alla stampa locale. Negli o.d.g. votati si minacci « lo sciopero del consumatore ».

La data della « giornata del consumatore » sarà tempestivamente indicata da questa Confederazione non appena si avranno le conferme delle avvenute costituzioni dei « Comitati cittadini » in tutte le Unioni.

Per opportuna conoscenza, si informa che la « campagna » prevede altre iniziative che saranno realizzate da questa Confederazione. Infatti, si sta preparando un cortometraggio cinematografico, che verrà

proiettato in tutti i principali cinematografi italiani. Inoltre, si stanno prendendo accordi per inserire la pubblicità della nostra campagna sui pacchetti delle sigarette, sulle scatole dei cerini e sui telegrammi in arrivo. Una speciale timbratura postale sarà applicata dagli uffici postali sui francobolli delle lettere in partenza dai Capoluoghi di provincia. Alla radio, rete nazionale, si terrà uno dei prossimi « Convegno dei Cinque » sull'argomento dei prezzi e l'on. Pastore dirigerà la discussione.

Come si vede, si intende conferire a questa iniziativa della C.I.S.L. una grande importanza ed una grande intensità. Ciò impone che le Unioni provinciali e zonali mettano il migliore impegno per la riuscita della « campagna ».

RIEPILOGANDO:

- 1) La campagna avrà inizio ai primi del prossimo mese di febbraio 1952 con la comparsa dei manifesti.
- 2) Ciascuna Unione promuova intanto la costituzione del « Comitato cittadino per la difesa del Consumatore » in modo che entro il 31 gennaio siano costituiti in tutte le provincie. A presiedere il Comitato potrà essere chiamata una nota e stimata personalità locale. Il Segretario dell'Unione farà il segretario del Comitato. Appena costituito il Comitato, se ne dia comunicazione a questa Confederazione indicando i membri che ne fanno parte, con i loro indirizzi.
- 3) Ciascuna Unione prenda opportuni contatti con le rispettive Associazioni dei Commercianti per illustrare le finalità altamente sociali della nostra « campagna », e per assicurarsene la collaborazione, anche per dimostrare tangibilmente che la nostra azione non è diretta contro la categoria dei commercianti, ma contro certe forme di speculazione.
- 4) Appena perverranno i depliant, ciascuna Unione provveda a diffonderli tra i lavoratori, conservandone una certa scorta per la distribuzione durante la « giornata del consumatore ».
- 5) Si assicuri larga pubblicità alle iniziative sulla stampa locale, rimettendo a questa Confederazione i ritagli per documentazione.
- 6) Alla vigilia della « giornata del consumatore » si promuova la visita del « Comitato cittadino » al Prefetto e alle altre autorità locali.
- 7) Si predisponga la « Giornata del consumatore » che presumibilmente sarà da noi fissata nella seconda quindicina di febbraio, ai più tardi.

Ciascuna Unione è pregata di dare assicurazione e di esprimere, tempestivamente, suggerimenti e proposte per la migliore riuscita della « campagna ».

Il Segretario Confederale

Rocceg

Il Segretario Generale

Pastor

7 gennaio 1957

questo in tutti i principali caratteri...
pubblicità della nostra campagna...
in un'area...
partenza del Comitato di...
Classe - sull'argomento del...
Come si vede al...
grande italiano...
della - campagna...
Ogni...
RIPILOCANDO?

la campagna...
Ciascuno...
Al...
seconda...
Ciascuno...
Al...
seconda...
Ciascuno...
Al...
seconda...

la campagna...
Ciascuno...
Al...
seconda...
Ciascuno...
Al...
seconda...

la campagna...
Ciascuno...
Al...
seconda...
Ciascuno...
Al...
seconda...

la campagna...
Ciascuno...
Al...
seconda...
Ciascuno...
Al...
seconda...

la campagna...
Ciascuno...
Al...
seconda...
Ciascuno...
Al...
seconda...

la campagna...
Ciascuno...
Al...
seconda...
Ciascuno...
Al...
seconda...