

4 gennaio 2018 12:49

## Saldi e orgia mediatica. Coinvolti il 100% dei consumatori. Risparmi garantiti

di [Vincenzo Donvito](#)



E' cominciata l'orgia mediatica dei saldi. Quel periodo di tempo, ricorrente un paio di volte all'anno, in cui le istituzioni vogliono farci credere di controllare il mercato al dettaglio essenzialmente per l'abbigliamento, ma che serve solo a giustificare la spesa che (Regioni e Comuni, essenzialmente) affrontano per far finta di pianificare la loro presenza e il loro interessamento in questo ambito dell'economia locale e nazionale: alla faccia delle liberalizzazioni! Il tutto assume le sembianze di un'orgia \* essenzialmente a livello mediatico, perche' il comportamento di negozianti e consumatori, in linea di massima, non e' difforme da quello che avviene in qualunque altro periodo dell'anno. Se qualcuno vorra' farci credere che questo sabato 6 ci saranno le folle di acquirenti nei centri commerciali e nei centri citta', ricrediamoci: con lo smussamento del fatto che e' il giorno della Befana e per molti al massimo si va da qualche parte per vedere un po' di cortei di magi e co., e che alcuni negozi saranno chiusi- sara' un sabato come qualunque altro, quando per comprare si cerca sempre l'occasione (a parte quei consumatori malati che si sentono meglio se spendono di piu').

In diversi (tra cui associazioni di commercianti e consumatori) sono impegnati a sciorinare i loro dati di previsione per business e numero di acquirenti. Anche noi di Aduc lo siamo, e vi diciamo che la percentuale dei consumatori coinvolti sara' CENTO. Come qualunque altro giorno dell'anno, in cui -online o con la ricerca fisica- i risparmi sono garantiti, basta cercarli, e non e' difficile. E come qualunque altro giorno dell'anno, i diritti e i doveri di consumatori e commercianti sono gli stessi. Se vi vogliono far credere che cosi' non e', vi prendono in giro, come del resto fanno spesso in qualunque altro periodo dell'anno (consumatori e commercianti onesti esclusi). Il diritto e il dovere numero UNO e' sempre lo stesso: se si acquista un prodotto che non e' conforme a presentazione, pubblicita', etc., si ha diritto (consumatore) e il dovere (commerciante) a cambio o rimborso. E, infine, e' bene che il consumatore apprezzi quel commerciante che gli consente di cambiare un acquisto fatto nel proprio negozio per il solo fatto che si e' cambiata idea, nessuna legge obbliga il commerciante a farlo, e' solo pura strategia di fidelizzazione commerciale.

\* termine d'uso diffuso che, al di la' del significato etimologico, serve ad indicare un contesto in cui non si capisce piu' nulla essenzialmente per i ruoli che i vari attori dovrebbero svolgere