26 settembre 2003 0:00

POLITICHE DEI PREZZI

TRA COMMERCIANTI E ISTITUZIONI IL CONSUMATORE RESTA VESSATO, FREGATO E ISOLATO. IL PESSIMO ESEMPIO DELLA TOSCANA CHE, SE SI VOGLIONO FERMARE GLI AUMENTI E NON SOLO PARLARSI ADDOSSO, PUO' SOLO PORTARE AI PREZZI CONTROLLATI E IMPOSTI

Firenze, 26 Settembre 2003. Dopo che l'Ocse ci ha ricordato che una delle cause del nostro caro-prezzi e' la mancanza di concorrenza e i troppi e parcellizzati punti di distribuzione per la vendita al dettaglio, ci si aspetterebbe -da parte delle istituzioni- quantomeno una riflessione e una rilettura di cosa possa non aver funzionato fino ad oggi.
Ma non e' cosi'. Anzi.
Il pessimo esempio ci viene dalla Regione Toscana, che, alle sue restrittive leggi sul commercio non ha alcuna intenzione di rinunciarci. Non solo, ma **ha deciso di inasprirle ancor di piu'**. La riforma della legge in materia -la cosiddetta legge Bersani- aveva stabilito dei principi generali liberalizzatori, affidandone la messa in opera alle Regioni che, come nel nostro caso, hanno solo confermato con altre parole le leggi precedenti. Infatti la Regione Toscana, siccome le sanzioni per chi non rispettava i giorni di chiusura, la separazione fisica tra vendite all'ingrosso e quelle al dettaglio, nonche' i limiti per le vendite promozionali, erano si' basse da essere snobbate in alcuni casi dai commercianti, **ha deciso di elevare le sanzioni pecuniarie e imporre la chiusura dell'esercizio commerciale da 2 a 15 giorni.**
Se questa e' la risposta che viene data ai rilievi di poca concorrenza e liberalizzazione del mercato da parte dell'Ocse, **e' evidente che siamo anni luce lontani da qualunque soluzione che, nel rispetto della liberta' di mercato, possa in qualche modo far scendere i prezzi.**
La necessita' di controllare e indirizzare il mercato e' evidentissima in questa ***scelta al contrario***. Per cui non ci sara' da stupirsi piu' di tanto se, nel protrarsi e allargarsi dell'esasperazione generale dei consumatori per il continuo aumento dei prezzi, **fra non molto avremo disposizioni di prezzi calmierati e imposti.** In una logica di controllo condizionato da parte dell'autorita', non ci sarebbe altro metodo per limitare la crescita dei prezzi. **I commercianti giustamente vogliono guadagnare e oggi possono farlo solo rivalendosi sul prezzo finale piuttosto che nella varieta' del sistema di offerta.** Il business del commercio e' limitato da forme di promozione e concorrenza costrette in schemi usurati: *perche' -per esempio- i consumatori non dovrebbero premiare un supermercato aperto 24 su 24 con prezzi bassi, che venderebbe di piu' guadagnando sulla quantita' e sul prolungamento del servizio?* Perche' le vendite promozionali non possono essere effettuate sempre?
Risposte e soluzioni semplici che cozzano contro la necessita' del potere amministrativo di **controllare in una logica di concessione invece che di mera vigilanza contro truffe e diritti dei consumatori**. In cui le autorita' si parlano addosso con proposte di osservatori di molto improbabile utilita', in quanto non potrebbero far altro che osservare la crescita dei prezzi.
Vincenzo Donvito, presidente Aduc