

17 ottobre 2003 0:00

## PREZZI ALTI E BOOM DEL COMMERCIO

### UN SUCCESSO CHE SI BASA SULL'IMPOVERIMENTO DEL CONSUMATORE

Firenze, 17 ottobre 2003. I commercianti, attraverso le loro due principali associazioni (Confesercenti e Confcommercio), in queste settimane sono alla ribalta perché stanno cercando di comunicare che loro poco c'entrano con l'aumento dei prezzi. **E lo fanno con slogan e argomenti che lasciano allibiti per la disinvoltura e la faccia tosta con cui vengono pronunciati.** Per cui se da un lato abbiamo la Confesercenti che per dire che i commercianti guadagnano una miseria diffonde costi di base frutto di calcoli di pura fantasia, dall'altro abbiamo la Confcommercio che, in una sorta di delirio di onnipotenza, chiede che tutti facciano qualcosa e che -solo poi- i commercianti forse faranno qualcosa.

**E tutti cantano miseria.** Con il manifesto obiettivo di creare il classico polverone che, confondendo il più possibile, lascerà tutto com'è. Ed è probabile, perché il Governo non sembra proprio determinato nel prendere iniziative che favoriscano il mercato e la concorrenza, ma solo ad uscire indenne dalla situazione.

Ma **per capire che si sta andando verso il massacro del portafoglio del consumatore**, ci arrivano i dati del ministero delle Attività Produttive rispetto alla rete commerciale al dettaglio nei primi sei mesi di quest'anno. Il bilancio è attivo, perché la differenza tra esercizi che hanno cessato l'attività e quelli che l'hanno iniziata, **ci sono 3 mila negozi in più!** È evidente che siamo in un settore che è tutt'altro che in crisi, per il semplice fatto che i guadagni, rispetto ai trend degli anni passati, sono più che moltiplicati e, giustamente, chi deve intraprendere una nuova attività o estendere quella che già ha, lo fa investendo lì dove le prospettive di profitto sono maggiori.

*Dopo il boom delle piccole e medie imprese, dopo il boom delle aziende su e per Internet, riesplode il commercio? Sì,* ma con la non piccola differenza che, mentre nei primi due casi si trattava di un boom che di per sé favoriva concorrenza, mercato e qualità, **nel boom del commercio abbiamo l'impressione che si tratti solo di un fenomeno legato alle maggiori e facili prospettive di guadagno approfittando di un trend al rincaro che è sotto gli occhi di tutti** (tranne che dell'Istat). Una situazione di breve durata e che lascerà non pochi feriti sul campo.

**Situazione pessima, perché basa il suo successo non sull'arricchimento del trend economico generale rilanciando anche i consumi, ma sull'impovertimento dell'anello finale, il consumatore.** Con relativa inattività di Governo e Parlamento, incapaci di governare e indirizzare la situazione. Ci aspettano tempi molto più tenebrosi e bui del passato, con i consumatori che potranno difendersi solo moltiplicando il loro "far di conto" anche per le cose più marginali.

Vincenzo Donvito, presidente Aduc