

3 marzo 2006 0:00

PREZZI ORTOFRUTTA. LE FALSE OPPORTUNITA' DI PREZZI BASSI, BUONE SOLO PER FAR GUADAGNARE I COMMERCianti E FAR FINTA DI ESSERE DALLA PARTE DEI CONSUMATORI. IL CASO FIRENZE

Firenze, 3 Marzo 2006. Si chiama "Mercato delle opportunita'". Organizzato dal gestore dei mercati all'ingrosso ortofrutticoli di Firenze, Mercafir, in accordo con l'assessorato fiorentino alle Politiche socio-sanitarie, e' la possibilita' di acquistare a prezzi scontati, in confezioni predefinite per peso e quantita', due volte la settimana, nel pomeriggio, presso la sede di questi mercati nel quartiere periferico di Novoli a Firenze nord, frutta e verdura di seconda scelta a prezzi scontati rispetto al mercato abituale al dettaglio.

Vediamo perche' si tratta di una fregatura e di una presa per i fondelli dei consumatori.

si tratta di prodotti di seconda scelta che non hanno mercato e che, o vengono buttati o vengono venduti a prezzi stracciati a chi ne fa un uso tipo succhi di frutta, Perche' il consumatore non dovrebbe pagarli al prezzo all'ingrosso, facendo cosi' rimettere meno soldi al grossista e non farlo comunque guadagnare?

- Le confezioni a peso e quantita' preordinata sono un'imposizione che avvantaggia i grossisti (che si liberano piu' facilmente della merce), ma che impone al consumatore l'acquisto di quantita' che non e' detto che poi siano convenienti rispetto ai propri consumi.

- Opportunita' di acquisto a prezzi ancor piu' bassi sono possibili (col vecchio e "sano" metodo della contrattazione) andando a qualunque mercato verso l'orario di chiusura (quindi senza dovere andare in quel posto a quell'ora, ma sotto casa tutti i giorni), e non solo per i prodotti di seconda scelta e alla quantita' che vengono imposte in questa iniziativa: tutti i dettaglianti evitano di portarsi via o di immagazzinare troppa roba che poi, il giorno dopo non e' detto che sia tanto vendibile da un punto di vista estetico.

Quindi, se per la Marcafir e i vari grossisti questa iniziativa rappresenta l'opportunita' di guadagnare in piu' rispetto a molto dubbiosi vantaggi per i consumatori, **da parte dell'amministrazione comunale** (che la promuove) **e' un fiore all'occhiello per giustificare la sua non-azione in merito**: meglio elargire finte buone occasioni che "prendere il toro per le corna", cioe' liberalizzare le licenze e gli orari degli esercizi commerciali, si' da favorire un commercio 24 ore su 24, leva di mercato, concorrenza, qualita' e convenienza, facendo si' che i consumatori scelgano quello che desiderano nella quantita' che desiderano, senza sobbarcarsi ore di spostamento coi mezzi pubblici per aggiungere la periferia e che, **alla fine, trasformano il pur finto guadagno in una rimessa.**

Vincenzo Donvito, presidente Aduc