

16 gennaio 1998 0:00

LIBERALIZZAZIONE LICENZE COMMERCIO

COMUNICATO STAMPA DELL'ADUC

LIBERALIZZAZIONE LICENZE COMMERCIALI. IL PROGETTO DEL MINISTRO DELL'INDUSTRIA E LE REAZIONI DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA SONO SPECULARI ALLA SOLITA BEFFA CONTRO I CONSUMATORI.

Firenze, 16 Gennaio 1998. Il progetto del ministro dell'Industria per il riordino delle autorizzazioni nel commercio al dettaglio e le reazioni di Confcommercio e Confesercenti, hanno un solo avversario: il consumatore.

Così interviene ulteriormente il presidente nazionale dell'Aduc, Vincenzo Donvito.

Infatti se lo guardiamo dall'ottica di chi deve usufruire dei servizi del commercio -il consumatore- la situazione non cambia rispetto a quella attuale. Le associazioni di categoria e il ministro dell'Industria, con l'attuale controversia, fanno solo un gioco delle parti a danno di chi è determinante per le loro scelte, il cittadino consumatore.

La proposta di decreto legge (perché non una proposta ordinaria di legge, con discussioni a tutti i livelli del Parlamento? L'urgenza? O forse la voglia di non far discutere Parlamento e paese reale?) non fa altro che fotografare la situazione economica, spostando il peso del condizionamento dell'Amministrazione lì dove il giro di soldi c'è: nelle grandi superfici. I negozi sotto i 300 metri quadri sono ormai una nicchia di mercato. Quindi è bene avere leggi e norme che condizionino la concessione di una licenza lì dove i soldi circolano, perché poi si possa fare mercimonio -economico e politico- delle varie deroghe. Ne' più' ne' meno di quanto già avviene oggi. Questo mercimonio ha un costo per il commerciante, che lo fa ricadere sul consumatore, gonfiando i prezzi rispetto ai valori reali.

Confcommercio e Confesercenti protestano per difendere i loro iscritti che, in questo modo, vedrebbero deprezzato il valore delle licenze e il mercato nero in cui vengono vendute. Sicuramente riceveranno qualche contentino dal ministero dell'Industria e sminuzzeranno la boria odierna. Ma sono come i luddisti dei secoli passati che, vedendo diminuire le possibilità occupazionali grazie all'uso delle macchine sul lavoro, non trovavano di meglio che distruggere queste macchine.

Il futuro del commercio (che ha ormai anche pochi vincoli frontalieri: si pensi agli acquisti via Internet) è nello sviluppare rapporti sempre più diretti e tecnologici con i consumatori, facendo volentieri a meno di chi ha fino ad oggi praticato mediazioni giocando su ignoranza e privilegi.

Ma questa tendenza del mercato, dell'economia e del Diritto, è estranea a ministro dell'Industria e associazioni di commercianti.

Andare in Europa significherebbe anche questo, ma sarà necessario che qualcuno oltre le