

30 novembre 2003 0:00

Arrivano le abbuffate ...

di [Vincenzo Donvito](#)

La Confcommercio dice che gli italiani spenderanno qualche euro in piu' quest'anno per le abituali spese di fine d'anno. Ovviamente la Confesercenti, per non dire le stesse cose dei suoi "avversari" dice che gli italiani spenderanno un po' di meno. Noi non siamo in grado di fare previsioni cosi' precise, ma prendiamo atto che se dovesse verificarsi un caso o l'altro, poco cambiera' per la nostra economia, in quanto queste previsioni significano solo che i commercianti saranno un po' piu' ricchi o meno. Non sono pochi ad averlo gia' compreso, i consumatori stanno svolgendo una sola funzione: arricchire o meno i commercianti. Perche' sono questi ultimi che determinano il nostro rapporto con il complesso dell'economia.

Senza i commercianti i consumatori non esisterebbero.

E viceversa.

Solo che questo "viceversa" sta prendendo consapevolezza ancora troppo lentamente.

Non c'e' paragone rispetto ad alcuni anni fa, ma sono ancora troppo pochi i consumatori "pignoli". Cioe' quelli che si leggono le etichette, confrontano i prezzi tra piu' esercizi commerciali prima di fare un acquisto, rincorrono le offerte e **vanno a fare le compere con la consapevolezza di cio' che intendono acquistare**. Lo shopping -alimentare o meno- e' ancora molto diffuso, cioe' uscire per fare acquisti e decidere li' per li' se e quanto acquistare rispetto alle offerte che si vedono.

E' la logica delle grandi superfici: presentare tutto il possibile e immaginabile, oltre ovviamente all'inimmaginabile, per stimolare l'acquisto . e si torna a casa con borsoni e sacchetti pieni di roba, come se si abitasse a chissa' quanti chilometri dal piu' vicino supermercato o fosse in previsione chissa' quale catastrofe che ci costringera' a stare chiusi in casa.

Uno shopping che, per il settore alimentare, ha portato anche al decadimento della freschezza dei prodotti che acquistiamo: se si fa la spesa una volta la settimana, giocoforza non si potra' avere roba di giornata o giu' di li': il pane, il latte, le uova, le verdure, per esempio. "E chi ce l'ha il tempo per andare a fare la spesa tutti i giorni?", dira' qualcuno. E' vero. *Ma se il supermercato fosse aperto 24 ore su 24, la sera, magari abbruttendoci per una mezzoretta in meno davanti alla televisione, non potremmo andare a fare i nostri acquisti e, quindi, comprare solo quello che ci serve da consumare a brevissima scadenza?* E non ne risentirebbe anche la varieta' dei nostri acquisti, magari piu' legati alle stagioni e quindi alla freschezza di quanto ci puo' essere offerto. "Ma c'e' la globalizzazione", dira' il solito qualcuno. E' vero, ed e' bene che ci sia -gli rispondiamo. *Ma vuoi mettere un sanmarzano campano di luglio con un pomodorino "finto pachino" cileno di gennaio o febbraio?* Facciamoci un pensierino.

Torniamo al nostro "viceversa" e, dopo questi esempi discorsivi su orari degli acquisti e qualita' e quantita' degli stessi, forse ci sara' meglio comprensibile **il potere che il consumatore ha in mano e che troppo poco utilizza**, cioe' quello del non-acquisto. A maggior ragione dobbiamo farlo valere in previsione delle simpatiche e attese scorpacciate delle prossime settimane.

Altroche' sciopero della spesa. Facciamo capire ai commercianti con chi hanno a che fare, quali testoni siamo e come possiamo mandarli in rovina al di la' dei loro banconi strapieni di roba e luccicanti, se loro stessi non mostrano disponibilita', onesta' e bravura nei nostri confronti.