

11 settembre 2001 0:00

SCIOPERO DEGLI ACQUISTI?

NON FARSI PRENDERE DALLA DEMAGOGIA E DAL POPULISMO: CHI E COME CI DICE CHE LO SCIOPERO E' RIUSCITO? IL CONSUMATORE E' UN INDIVIDUO. NON ESISTE LA MASSA DEI CONSUMATORI

Firenze, 11 Settembre 2001. Domani ci sara' il cosiddetto "sciopero degli acquisti", organizzato da alcune associazioni di consumatori con l'adesione anche di diverse organizzazioni, anche sindacali.

Se qualcuno cerca tra gli aderenti la sigla dell'Aduc, non la trovera', perche' non rivolgiamo alcun invito ai consumatori per questa iniziativa che riteniamo demagogica e populista.

Se si parla di sciopero, occorre che i risultati siano poi verificabili. Quando scioperano dei lavoratori, ci sono i cartellini non timbrati e le piazze che si riempiono o meno, e quindi chi ha organizzato puo' dire se lo sciopero e' riuscito o meno. Nel nostro caso, chi dice cosa? Diventa un gioco a chi la spara piu' grossa, come nello scorso luglio, per una analoga iniziativa: il giorno dopo gli organizzatori parlarono di venti milioni di scioperanti, salvo poi ridimensionare a 10 milioni ricordando quella iniziativa alcuni giorni fa. E chi ha potuto contare i 20 o 10 milioni che fossero? Nessuno. Quali dati sul calo del giro di affari dei commercianti sono stati diffusi? Alcuno. Dove sta il successo dello sciopero? Nella testa degli organizzatori, e basta.

Analoga iniziativa che si e' tenuta alcuni giorni fa in Grecia, con una mobilitazione che non ha paragoni con quella italiana, perche' coinvolgeva anche i partiti dell'opposizione al Governo, ed e' stata monitorata con piu' attenzione, con questi risultati: diminuzione del giro di affari intorno al 30-40% per il giorno dello sciopero, e aumento del giro d'affari del 40% per il giorno precedente lo sciopero. (!!)

Le giuste ragioni dello sciopero italiano si infrangono sui metodi e anche su alcune proposte di soluzione.

In una societa' dei consumi, come fa il soggetto attivo di questa stessa societa' -il consumatore- a scioperare contro la sua ragion d'essere, cioe' se stesso? Non lo fa, oppure si trasforma da consumatore in soggetto politico di parte. Consumatori sono il 100% degli italiani, anche lo stesso commerciante che fa il furbo aumentando i prezzi, per cui il consumatore non puo' avere una rappresentanza collettiva e, quindi, usare strumenti collettivi di dissenso come lo sciopero: se lo fa snatura la sua stessa essenza. Il consumatore e' individualista di per se', altrimenti non e' un consumatore.

Si possono avere opinioni diverse in materia, come sicuramente diverse sono le idee di chi chiama domani allo sciopero. Ma se qualcuno, a partire da una politica dei diritti dei consumatori vuole creare dei nuovi soggetti politici, lo faccia pure. Ma sappia che sta facendo il "partito dei consumatori", cioe' una contraddizione in termini, e altra cosa rispetto alle politiche dei diritti dei consumatori.

A nostro avviso le forme di manifestazione del proprio non-gradimento di questa o quell'altra politica economica, devono tener conto del consumatore come individuo, e spronarlo a manifestare con gli strumenti tipici del caso (che grazie all'ampio coinvolgimento dei mass-media, sono alla portata di tutti) come petizioni, lettere ai legislatori e agli amministratori. Cioe' tutti strumenti che partono dalla consapevolezza individuale e che si esprimono con strumenti individuali. Col supporto delle associazioni, che possono amplificare il messaggio e svolgere opera di lobbying nei confronti di chi legifera e decide, ma non assurgere a rappresentanti del 100% degli italiani.

Infine, non e' un caso che gli organizzatori dello sciopero di domani plaudano al blocco delle tariffe deciso dal Governo e perorino simili sistemi in diversi campi. Piu' che un'economia di mercato dove il consumatore sia soggetto attivo e determinante grazie al suo potere di scelta e di indirizzo, viene strizzato l'occholino a economie di pianificazione e di controllo dello Stato, dove il consumatore diviene oggetto piuttosto che soggetto.

Vincenzo Donvito, presidente Aduc