

L'intervento

La nuova stagione dei mercatini

di **VINCENZO DONVITO***

SECONDO un'indagine di «Format-ricerche di mercato» il 28% degli italiani (il 4% in più del 2007) dichiara di avere problemi economici per gli acquisti alimentari. Il 43,5% sceglie in base al prezzo del prodotto e, a parte il 34,7% che segue indicazioni dietetiche, solo il 21,8% cerca, in diversi modi, la qualità.....

**Presidente Aduc
Associazione per i diritti
degli utenti e consumatori*



(...)
INOLTRE, se consideriamo che il 19,8% compra gli stessi alimenti dell'anno scorso ma in quantità inferiore e il 14,1% ne compra di diversi e più economici, non c'è da stupirsi se i dati della Confcommercio dicono che in Toscana, nei primi nove mesi dell'anno, sono 735 le attività che hanno chiuso, mentre le vendite al dettaglio sono calate del 2,9% (-2,5% gli alimentari).

Sono di questi giorni i dati sugli aumenti esponenziali degli acquirenti nel mercato al dettaglio di seconda scelta della Mercafir di Firenze, con singoli che acquistano anche per piccoli gruppi di amici o di condominio, nonché il lancio di campagne sottocosto di alcuni leader della grande distribuzione.

Nonostante — dopo i crolli delle Borse — le restrizioni sul credito, si diffondono gli acquisti con questa formula, stimolata anche da dettaglianti che tamponano così le diminuzioni del business. Si vede più gente nei mercatini dove, nelle bancarelle, si può anche trattare sul rapporto quantità-prezzo e non essere solo «calcolati» da una macchina. Alcune aziende agricole hanno aperto nuovi punti di vendita diretti e

questi negozi sono pieni di acquirenti. Soprattutto nel non-alimentare aumentano i negozi «cinesi» con prezzi stracciati e qualità conseguente, con clienti di ogni nazionalità.

Per significare il disagio diffuso, è notevole l'aumento del contenzioso dei consumatori contro i venditori per la non rispondenza dei prodotti a quanto previsto (il nostro servizio di consulenza è intasato di richieste).

Una situazione che non può non esser tale perché, da parte dell'autorità amministrativa, a parte i vari Osservatori, si fa poco. I commercianti hanno costi fissi sempre in crescita e non viene favorita la detassazione e quell'ampliamento di mercato che farebbe crescere concorrenza, offerta e domanda. L'Antitrust ha rilevato come a Firenze, nonostante le leggi sulle città turistiche indichino il contrario, sono stati multati esercizi commerciali che hanno tenuto aperti i battenti durante alcune festività. Che, per quanto di competenza dell'amministrazione locale, si debba partire da qui per meglio aiutare il cittadino consumatore, ci pare innegabile.

Vincenzo Donvito