

La crisi e il ruolo dei consumatori

Mauro Artibani

30-03-2012

Gestori della crisi, mi corre l'obbligo di rammentarvi che i Consumatori trasformano, mediante l'acquisto, il valore in ricchezza; consumando l'acquistato poi ne consentono la ri-produzione.

Chi puo' fare di piu' e meglio nel portare valore al ciclo della produzione?

Per non apparire eccessivamente didascalico e per dar agio alla mia vis pedagogica, esemplifico.

Il sistema produttivo produce prodotti; l'imprenditore per intraprendere mette l'idea ed il capitale; il manager maneggia i fattori della produzione; l'operaio opera per la conformità del prodotto; il marketing mercanteggia con i nostri umori e costruisce la Domanda di Prodotto; quelli del capitale finanziario capitalizzano gli investimenti produttivi; il commerciante espone in vetrine scintillanti il Valore informa di merce.

Reclamano profitto, stock options, salari, parcelle, interessi sul debito, lo Stato ci mette pure del suo e chiede l'Iva, l'imposta che tassa la nostra azione sul mercato.

Tutti solerti, professionalmente impeccabili, tutti ligi al dovere.

E Noi?

Visto cotanto Fare possiamo deluderli? Giammai!

E allora vai con l'acquisto, trasformando magicamente quel valore in ricchezza che va poi distribuita.

Quel valore che altrimenti si scioglierebbe come neve al sole.

Un dramma per i suddetti che, ahinoi, non avrebbero di che sfamarsi.

E pure per le merci: il latte caglia, la moda passa di moda, l'hi-tech si obsolea: va tutto in malora.

Ci siamo fin qui?

Andiamo avanti.

Artefici, mediante l'acquisto, di questa miracolosa trasmutazione - orgoglio e vanto della nostra categoria - poi usiamo quei prodotti: li "consumiamo".

Loro, i suddetti, ridono soddisfatti: dovranno ri-produrli; avranno ancora da lavorare; pure lo Stato continuerà ad incassare, Dio ce ne renda merito, altra Imposta sul Valore Aggiunto.

Non crediate sia facile tutto questo: nell'adempire a questo ruolo che, con una punta di civetteria, si potrebbe definire Civile dobbiamo mettere in campo competenza, sagacia, abnegazione forsanche un po' di ingordigia; sfruttare al meglio le nostre risorse: tempo, attenzione, discernimento.

Tutto questo avviene sul mercato, luogo per definizione della contrattazione. Proprio in questo mercato dove si vendono e si acquistano utilità; lì, dove l'utilità del nostro ruolo trova definita

consacrazione, vogliamo contrattare le forme possibili di ristoro per lo straordinario valore economico dell'esercizio messo in campo.

Già, se ristorati potremmo continuare a fare del nostro meglio per andare oltre la crisi!

A buon intenditor, poche parole.

Mauro Artibani

Per approfondire il tema trattato: PROFESSIONE CONSUMATORE

Paoletti D'Isidori Capponi Editori

Marzo 2009

professionalconsumer.splinder.com

professioneconsumatore.org