

Il valore del denaro

mauro artibani

12-01-2008

CONSUMATORI, DOBBIAMO RECUPERARE IL VALORE DEL DENARO

Tra consuntivi 2007 e preventivi 2008 c'è poco da stare allegri.

2500 Euro di spesa in più: è quanto occorre, sostengono Adusbef e Federconsumatori, per gli aumenti dei prezzi, delle tariffe pure dei mutui a tasso variabile.

Un attacco in grande stile al nostro POTERE.

Si, al potere di acquisto dei nostri redditi.

Insomma, acquistiamo a più non posso, così viene prodotto il 70% del P.I.L.

Generiamo ricchezza per tutti.

Per tutta risposta non aumentano i redditi, anzi, diminuiscono i risparmi, sale il debito.

Un attentato alle nostre virtù.

E c'è chi minimizza: tra i cittadini dei paesi "ricchi" i consumatori italiani possiedono ancora ampi margini di risparmio e basse quote di debito. Abbiamo ancora ampie riserve da attingere, possiamo ancora dare, dare, dare. Tanto per non farci parlar dietro.

Questo daltronde è il nostro ruolo e, perchè nascondere, anche la nostra passione.

C'è un però, però.

Farlo meglio magari si può, anzi si deve.

Come Professional Consumers possiamo impegnarci, con la nostra azione, a riconquistare il patrocinio della DOMANDA così da tenere sotto controllo il prezzo delle merci, gestire la qualità dei prodotti, disciplinare pure i nostri istinti acquisitivi, dare agio a pratiche condivise ed azioni solidali.

Nel frattempo si fa imprescindibile rintuzzare l'attacco al nostro potere d'acquisto: per farlo si deve tentare di percorrere una via trasversale inedita; riacquisire alla nostra capacità di controllo il Valore del denaro.

Quel denaro speso troppo in fretta, sovrappensiero; speso sopra le nostre possibilità, svilito, inflazionato.

Si ha notizia di un Fabrizio che, seppur avventizio, in modo surrettizio, ci informa di un marchingegno per navigare nel mercato senza affanni.

Dice: "Il denaro deve incorporare il valore del lavoro necessario a guadagnarlo. Se acquisto un paio di scarpe a 270 Euro e il mio stipendio è di 1.000, il mio lavoro vale 3,7 paia di scarpe. L'apparecchio allora emette un SIC! equivalente alla perdita del valore del lavoro. Più SIC!, più svalutazione".

Ancorare il valore del denaro su fondali più stabili ne consente un più accorto impiego e un più redditizio uso.

Certo, il marchingegno va perfezionato, cablato, lubrificato. Incurante delle critiche Fabrizio, [Professional Consumer](#) in erba continua a lavorarci.

Per gli scettici può risultare un mezzo improprio, discutibile.

Discutiamone!

Mauro Artibani

professionalconsumer.splinder.com

professioneconsumatore.org