

Consumatori senza il becco d'un quattrino

Mauro Artibani

22-03-2011

Per i Consumatori la crisi è un fatto.

Già, la crisi: se siamo senza il becco d'un quattrino da spendere, dice Tizio, basta non spendere per far aumentare la capacità di spesa.

Ennò, ribatte Caio, guardati intorno. Tutto, ma proprio tutto, s'è fatto merce e noi tutti clienti; se vuoi vivere la vita devi acquistarla.

Essi, ieri in giro, a fontanelle asciutte, la mia sete l'ho ristorata al distributore a gettone di acqua minerale; poi mi vien voglia di far pipì, ci vado in auto, pago la sosta, nel wc pago a gettone: capito!

D'un tratto un dire alto e cristallino dice: giacchè i redditi sono insufficienti a smaltire tutto quel bendiddio, l'offerta si è fatta superiore alla domanda. Indipercuiposcia: hanno più bisogno i Produttori di vendere che i Consumatori di acquistare.

Questo vantaggio deve trovare remunerero: l'opportunità di poter rivalutare il valore d'uso e ricontrattare il valore di scambio delle risorse con le quali i Consumatori fanno funzionare il meccanismo dello scambio.

Massi: il tempo, poi l'attenzione, nonchè l'ottimismo, ancorpiù il denaro, per fare la spesa.

Vantaggio che si può scambiare con la riduzione dei prezzi: senza se, senza ma, senza più politiche reflattive.

Guadagnare spendendo insomma!

Già, mica scemo Sempronio.

Mauro Artibani

Per approfondire il tema trattato: PROFESSIONE CONSUMATORE

Paoletti D'Isidori Capponi Editori

Marzo 2009

professionalconsumer.splinder.com

professioneconsumatore.org