L'interesse di bottega dei portatori di interesse

Mauro Artibani 16-01-2012

Cerchiamo di ficcare il naso nei modi del fare di quelli che fanno i casi propri negli organismi dove operano per influenzarne gli orientamenti e trarne vantaggio.
I Consumatori per esempio, soci dell'organismo "Libero Mercato spa", là dove si produce, si vende, si acquista; si crea valore, lavoro, ricchezza.
Già, pur essi operatori per vantaggio di bottega.
Tal vantaggio trova deciso agio con il governo di una Domanda misurata, cogente, remunerante che sappia anticipare l'acquisto, così da ridurre la dipendenza dall'informazione pubblicitaria, svestendo i vestimenti del marketing, controllando la spesa per tenere a bada l'impiego del reddito, pure il credito a debito.
Modi giusti questi per ridurre quelle ipertrofiche filiere produttive che disperdono gli utili d'impresa, gonfiano il prezzo delle merci, mortificano i redditi da lavoro.
Altro giro, altro vantaggio, altra Domanda, magari eco-compatibile in grado di condizionare l'offerta, magari costretta alla misura nell'impiego delle risorse scarse, magari pure di merci ben confezionate per ridurre i volumi di smaltimento che inquinano, magari per contenere i costi epperchennò i prezzi e rassodare il potere d'acquisto.
Nuove domande compatibili con gli interessi, lo sviluppo, la durata della bottega; nuova ed incisiva responsabilità sociale degli atti svolti.
Domande sapienti che restituiscono dignità all'esercizio del consumo, ancorchè dovizia per l'interesse dei più; più di quello 0,15% fatto di impresari, gestori di capitale, manager, azionisti*, interessati solo al proprio interesse.
Farlo coniugando tornaconto e responsabilità si può, si deve e così magari sottrarre pure minorità a quelle aristocratiche, seppur nobili, pedagogie del bene comune che abbaiano alla luna.

**Luciano Gallino, Con i soldi degli altri, pag 135 - Einaudi 2010*