

## L'etica come forma di rispetto del consumatore

*Roberto Predolin*

L'etica rappresenta il vero architrave morale, il fondamento autentico di un corretto sviluppo sociale, ma, purtroppo, nel mondo del lavoro, della produzione e del commercio tende ad assumere una sfumatura sempre più rarefatta: gli attori del mondo economico perseguono incessantemente i propri interessi di parte cercando unicamente di massimizzare i margini di profitto individuale nel tempo più breve possibile. Si è persa la dimensione nobile dell'associazionismo, quello spirito aggregativo della società civile costitutivo di senso di appartenenza, l'unica autentica dimensione capace di garantire senso e valori condivisi alla società.

Mai come oggi si sente nostalgia e bisogno di energia di coesione coesiva per opporsi alle forze centrifughe del particolarismo diffuso, riuscendo ad aggregare iniziative dotate di senso per la collettività, per la comunità, per la città. Si è andato assottigliando sempre più questo spirito di comunità: una volta il cittadino investiva nella sua città mentre adesso si attende che qualcuno lo faccia per lui, è cambiato completamente l'approccio, l'atteggiamento mentale anche a livello imprenditoriale.

L'esercizio a maggioranza di capitale pubblico deve assumersi dei ruoli diversi rispetto a quanto fatto fino a questo momento, perché se è vero che è un servizio pubblico, deve essere anche in grado di reggersi autonomamente dal punto di vista economico dimostrando di saper sopravvivere nel contesto del libero mercato in condizione di parità come qualsiasi altro soggetto privato.

Di fronte alla presenza di dinamiche inflattive e di crescita incontrollata dei costi dei beni di prima necessità come quelli agroalimentari, calmierare in modo razionale alcuni prezzi può essere una soluzione in cui la parola etica assume un significato pratico e concreto. Studiare forme di controllo dei prezzi significa tutelare il potere d'acquisto di tanti consumatori in difficoltà: tutto questo ha certamente a che fare con un'opzione di tipo morale di fronte alle logiche di cruda efficienza del sistema del libero mercato. La lotta per realizzare una perequazione etica dei prezzi nei confronti del consumatore richiede un significativo impegno in un processo di riformulazione di processi logistici per rendere più corta l'intera filiera distributiva. Uno dei motivi per cui oggi i prezzi salgono improvvisamente alle stelle raggiungendo picchi clamorosi e ingiustificati è determinato dal fatto che qualsiasi prodotto che arriva nei mercati, nei negozi al dettaglio, nei supermercati, attraverso percorsi non lineari ma labirintici: una successione incomprensibile di passaggi ridondanti che incidono sul prezzo finale facendolo lievitare.

Quando l'indagine conoscitiva sui prezzi si riferisce solo al prezzo terminale mostra di non aver compreso nulla di quello che accade, perché sono proprio i vari passaggi della catena distributiva a determinare il prezzo. Attorno al settore agroalimentare si genera spesso una sorta di isteria collettiva del consumatore che tende ad assumere comportamenti poco razionali, da questo punto di vista occorre un rapporto più etico da parte del sistema mediatico in genere nei confronti di un consumatore-vittima di campagne pubblicitarie mirate.

Nella *mission* di Sogemi è integrata una dimensione etica verso il consumatore, che passa attraverso una riqualificazione della catena del prezzo e della logistica dello stoccaggio e della distribuzione del mercato agroalimentare attraverso una gestione etica del mercato all'ingrosso.

Bisogna anche avvalersi di un'offerta sempre più incentrata sui prodotti del regionalismo favorendo le opportunità determinate dall'impiego di una filiera corta.

Il mercato agroalimentare agisce ormai in un contesto globalizzato a volte illogico nei percorsi distributivi: ci sono prodotti che partono dal continente africano e attraversano Spagna e Francia prima di arrivare nel nostro Paese. Bisogna favorire un sistema distributivo più razionale con beneficio sull'alleggerimento dei costi.

L'Italia sconta un sistema di comunicazioni e una rete di accesso merci poco moderna, burocratica e inefficiente. È di priorità assoluta invertire il rapporto tra trasporto su gomma e su rotaia con un'opzione a favore del trasporto ferroviario. Si tratta di una sfida decisiva per il futuro del nostro sistema-Paese che paga un surplus di costi dovuto alla irragionevole centralità del sistema dell'autotrasporto protrattasi per troppi decenni.

Occorre una regia pubblica di respiro nazionale per ridisegnare il sistema della logistica di questo Paese, autentico collo di bottiglia del sistema distributivo italiano. Servono tempi più corti per le consegne, maggior attenzione per la creazione di aree polmone per le città italiane al fine di consentire ai prodotti di arrivare ed essere distribuiti con costi relativamente più bassi di quelli attuali, a beneficio del benessere del consumatore e di prosperità del mercato.

Sul versante internazionale stiamo puntando sulla relazione con operatori dell'area ellenica: Grecia-Brindisi-Milano, per una nuova direttiva della logistica che valorizzi la vocazione mediterranea del nostro Paese contribuendo a migliorare le dorsali del commercio internazionale nel settore agroalimentare.

Abbiamo sempre più necessità di abbattere i costi esorbitanti dei prezzi al consumo puntando sull'accorciamento della filiera. Occorre delimitare una barriera non solo giuridica e legale, ma anche etica per tenere fuori dal perimetro del mercato chi non merita la fiducia del consumatore.

L'equilibrio etico del mercato è fatto da un giusto rapporto prezzo/qualità nella trasparenza della relazione con il consumatore, solo in questo modo è possibile assicurare uno sviluppo del mercato in sintonia con una maggiore diffusione di benessere sostenibile.

*(Roberto Predolin, presidente di Sogemi)*