

CHI RUBA SULLA SPESA?

L'ondata di offerte speciali propone inquietanti interrogativi. Per la prima volta, la vigilia di Natale caratterizzata soprattutto nel settore alimentare da una vera e propria ondata di ribassi: patate, burro, pesce, insalata, cotechino sono calati sensibilmente. La frutta invece è diventata proibitiva. Si viaggia dentro una vera e propria giungla di cartellini in cui non è facile raccapezzarsi. Le iniziative delle Giunte comunali di Amministrazioni democratiche

I mercatini degli ambulanti sono sempre atraccolmi di gente. Gente di ogni estrazione sociale. C'è la moglie dell'operaio che deve fare i salti della scimmia per rimediare un pasto appena decente con la magra busta paga del marito; ma c'è anche la moglie dell'impiegato di banca e la professoressa di matematica che si aggirano fra le bancarelle per fare il pieno di frutta e di verdura.

I cartellini dei prezzi sono la migliore forma di pubblicità. Le mele si possono acquistare a 500 lire il chilo e anche meno. Cinquecento lire sono tante per chi compra la vita con i denti e deve, prima di tutto, pensare al pane e al companatico. L'anno scorso bastava la metà per avere la medesima quantità e qualità del prodotto. La frutta ha compiuto in un anno un balzo incredibile che ricorda solo quelli che compiono i trapezisti al circo. Come mai? Gli esperti parlano di minore produzione soprattutto nei Paesi che ci fanno direttamente concorrenza, la Spagna in particolare.



L'aumento improvviso delle esportazioni ha migliorato forse la nostra bilancia commerciale ma ha peggiorato decisamente in borsa della spesa. Ma anche a cinquecento lire, le mele risultano a buon mercato rispetto a quello che chiedono in molti negozi. I cartellini che espongono molte vetrine non solo nelle zone centrali ma pure in quelle periferiche sfiorano spesso le mille lire il chilo. Merce migliore? Mah, forse. Non tale comunque da giustificare una differenza così forte.

Questa vigilia di Natale sta sconcertando più di altre volte il consumatore. Chi gira con la tredicesima in mano per i soliti acquisti festivi si trova dentro una babele di prezzi tale da uscire pazzi. I manifesti di una certa catena di supermercati annunciano fortissimi ribassi per una lunga serie di articoli: la patata si offrono a 850 lire la confezione da dieci chili mentre il negozio all'angolo chiede ancora mille lire per quattro chili; il burro a 250 lire l'etto mentre altrove ci vogliono cento lire in più; il caffè a 1450 lire la confezione di due etti; l'insalata cicoria a 100 il chilo; il cotechino a 1680. E via di questo passo.

Ma non c'è neppure il tempo di rallegrarsene che i giornali presentano offerte ancora più convenienti da parte di un altro gruppo commerciale. Il burro viene segnalato a quota 220 lire, il caffè a 1350 (due etti), l'insalata cicoria addirittura a 145 (il chilo, non l'etto), le patate a 800 per la confezione da dieci chili. Dove andare? C'è solo, sembra, l'imbarazzo della scelta per chi dispone di un'automobile e del tempo necessario per andare a fare la spesa qualche chilometro più in là.

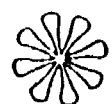
I risultati? Spesso le speranze non vanno deluse. Le offerte reclamizzate si trovano sui banchi di vendita quasi sempre. Qualche volta, però, il consumatore ha la sorpresa

di essere arrivato troppo tardi: c'è tutto, fuorché quello che l'insero pubblicitario ha promesso. La fame di prodotti a buon mercato — esasperata dai rincari continui — poltrizza spesso in poche ore queste offerte straordinarie. Al consumatore allora non resta che riprendere il viaggio verso altri centri di vendita alla ricerca di nuove occasioni.

E' durante queste peregrinazioni che si fanno, dentro un'area abbastanza ristretta, scoperte sconcertanti. Il burro, appunto, sale subito di 100 lire l'etto; il cotechino si raddoppia passando dalle 1680 alle 3500-4000 lire; le patate addirittura triplicano arrivando a quota 250; l'insalata supera sempre le 800 lire anche quando si tratta della cicoria; la frutta poi non si capisce più su che base venga valutata: c'è il mercatino che offre le mele a 500 lire e anche meno, il supermercato che pratica le 700 lire, il negozio le 900 e le mille. I commenti che si raccolgono quando ci si imbatte in altri consumatori perplessi sono diversi. Il più benevolo è: «Ma come è possibile una così grande varietà di prezzi?». Come è possibile nel settore alimentare ma pure negli altri. Un paio di stivali da donna è esposto in un negozio del centro a 75.000 lire; un chilometro più in là il prezzo scende a 40.000. Se non ci si stanca di frugare in città si possono trovare, a parità di qualità, anche a 30.000.

Il cappotto di loden viene messo in vendita da un grande magazzino a 25.000 lire con una riduzione rispetto ad una settimana fa di 8.000 lire. Da un'altra parte lo stesso cappotto vale 40 e anche 50.000 lire. Chi ci capisce è bravo. Eppure quasi sicuramente si tratta di articoli usciti dalla medesima fabbrica di confezioni in serie.

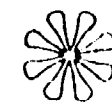
Gli elettrodomestici sono i più reclamizzati sotto le feste. E si capisce. Chi durante l'anno non sa come acquistare la lavatrice o il giradischi, aspetta la tredicesima per entrare in un negozio. Ma in quale negozio mettere piede? Le marche sono sempre le stesse. In questo campo non ci si può giustificare — come per i gollini per esempio — con le pretese del laboratorio artigiano. Ma è raro trovare il medesimo cartellino sul medesimo articolo. Il lavoro varia a seconda del negozio.



La televisione a colori, questo pezzo da novanta del pacchetto dei consumi natalizi, non fa eccezione. Quanto costa? Nessuno è in grado di dare risposte sicure. Anche gli amici a cui ci si rivolge si stringono nelle spalle. «Eh, una buona TV sta sulle ottocentomila ma si può arrivare al milione». Chi la sa lunga e vanta amicizie in questa o quella azienda di elettrodomestici, afferma che con lo sconto può «venir via anche per 600 mila lire. Conosco il tale — si aggiunge a mo' di conferma — che ha speso appunto solo poco più di mezzo milione...» eccetera eccetera. Se un negozio mostra un cartellino che sta poco sopra le 500 mila, si tratta allora di un affare? Può darsi. Ma se capita — come

capita — di scoprire per caso che in una vetrina è esposto un apparecchio a colori a 350 mila lire? Se si sono già spese 600 mila lire, c'è da farsi venire un collasso.

Ma perché questa fantasia di prezzi? Chi ruba sulla spesa? La giungla dei cartellini propone domande brutali. Ma le risposte, quando si cerca di trovare il bandolo di questa intricata matassa, non sono semplici. Intanto, questa babele di prezzi ha il suo risvolto positivo. Forse per la prima volta, quest'anno, alla vigilia di Natale il consumatore si è trovato di fronte ad un fuoco di artigiano di proposte convenienti. I prezzi di numerosi prodotti alimentari di prima necessità sono stati addirittura ridotti.



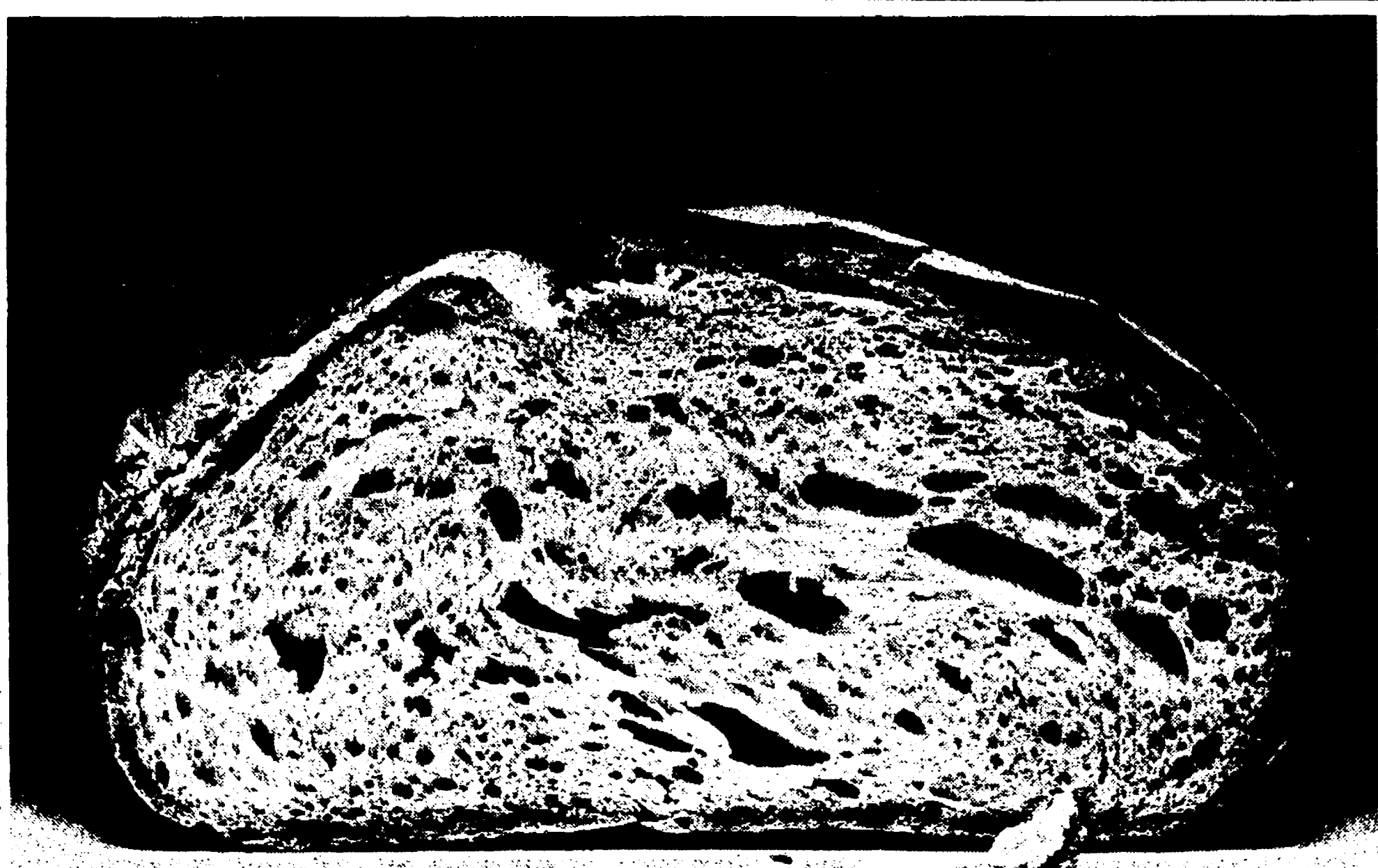
L'azione condotta dalle forze popolari — e che si è riflessa nell'accordo programmatico a sei — per frenare la spinta inflazionistica ha dato i primi tangibili risultati. C'è chi ha avvertito il nuovo clima e vi si è adeguato prontamente presentando un pacchetto alimentare scontato e c'è chi, invece, con la speranza di facili guadagni, ha fatto finta di niente presentando i vecchi cartellini o, addirittura, modificandoli in più.

Come si vede, una prima risposta agli impegnativi interrogativi proposti sopra si riceve durante la peregrinazione attraverso la rete distributiva.

I grandi magazzini, allora, che reclamizzano le loro offerte sono meglio dei piccoli rivenditori? Non è detto. La bancarella del mercatino fa quasi sempre la concorrenza anche alla grande catena distributiva. Ma ci sono pure i negozi che riescono — collegandosi fra di loro o stabilendo un rapporto diretto con la produzione e in particolare con il movimento cooperativo — a spuntare prezzi convenienti per il consumatore. «Tre chili di arance mille lire». E' il cartello che in questi giorni espongono molti negozi milanesi. Sogno che, pure nel caso di un mercato lasciato per troppo tempo a se stesso, l'ondata al ribasso stia facendosi strada, dimostrando che i prezzi possono andare anche giù.

A Torino, a Milano e in altre città le sardine vengono vendute da qualche settimana a 700 lire; la metà esatta di quanto non fossero messe in commercio prima. L'iniziativa è stata presa dalle Amministrazioni comunali di questi grossi centri industriali d'accordo con i pescatori dell'Adriatico che lamentavano un guadagno modesto (50 e anche meno lire al chilo). Il burro è stato messo in commercio fra le 220 e le 250 lire l'etto, con un risparmio di almeno 100 lire. Manovra demagogica? No, fatti i conti è il prezzo che risulta sia per quanto riguarda il burro nazionale che quello della Comunità europea. Anche il sacco di patate da 10 chili a 850 lire non toglie niente al produttore che vende le sue patate a meno di 80 lire. Per frenare il coinvolto a volte basta ritagliare le manifestazioni più virulente della speculazione e costruire canali distributivi più razionali.

ORAZIO PIZZIGONI



FARE DEL BUON PANE E' STATO IL NOSTRO PRIMO LAVORO.

È da cent'anni che la nostra essenziale materia prima è il grano ed è per questo che Barilla può parlare di tradizione portata avanti nel tempo.

Infatti, nel 1877, Barilla faceva a Parma del pane così buono che molti vollero che facesse altre cose.

Oggi i prodotti Barilla sono molti: la pasta di semola di grano duro e la pasta all'uovo in tutti i formati della gastronomia italiana, i tortellini tipici dell'Emilia, i grissini

e le fette biscottate, i biscotti, le allegre pizze e le miscele per dolci.

Tutti prodotti che nascono dai grani più adatti: selezionati e controllati secondo le diverse esigenze. Trasformare il più prezioso alimento della natura, il grano, in cose buone e naturali per la tavola di milioni di persone è sempre stato l'impegno Barilla.

Un lavoro antico: impastare, modellare, metter in forno, essiccare. In grande quello che è artigianato.

E gli uomini Barilla conoscono il loro lavoro perché gli anziani hanno trasmesso ai giovani i segreti e la tradizione, di generazione in generazione, dal lontano 1877. Proprio come il fornaio trasmette ai suoi garzoni l'arte antica e semplice di fare il buon pane quotidiano. Barilla per questa sua semplicità nel fare, per la costanza produttiva e l'esperienza, può così vantare di ottenere ogni giorno, da tanti giorni, il consenso di consumatori italiani e stranieri.



DAL 1877 DIFENDE LA QUALITÀ

Alimenti Findus.

Così naturali.
Così di qualità.
Così genuini.
Così convenienti.
Sempre.



FINDUS

così, solo Findus.

POLLO CHIRICHÌ

con poca spesa
un pranzo gustoso
e genuino

GENERALE ALIMENTARE s.p.a. - GATTEO (Forlì) - Via Pablo Neruda, 53 - Telefono 937.023