

L'ULTIMA OCCASIONE PER CAMBIARE

MARIO DEAGLIO

L'istanza italiana di rinnovamento si era espressa domenica, in maniera ordinata e civile, con la vittoria schiacciante di Renzi nelle primarie del Partito democratico.

A dimostrare la rischiosità dei problemi italiani, poche ore più tardi si è espressa in maniera ben diversa, con i blocchi stradali dei «forconi» e una violenza grave e diffusa che a Torino ha raggiunto punte particolarmente elevate.

Non si possono liquidare i disordini di ieri come un fatto occasionale. Il messaggio che se ne può ricavare - come si può ricavare anche dall'affermazione elettorale di febbraio del M5S - è una volontà diffusa nel Paese di andare oltre l'attuale assetto della politica e dell'economia ma in questo andar oltre si oscilla pericolosamente tra la democrazia e forme che sanno di fascismo e di squadristico. Alla base c'è il peggioramento delle condizioni economiche di una parte non piccola degli italiani negli ultimi cinque anni, anche se l'origine delle difficoltà precede la crisi. Tale peggioramento risulta insopportabile ad alcune categorie proprio perché si stanno manifestando i primi, deboli, venticelli di ripresa. Chi non li sente spirare nel proprio settore si ritiene doppiamente penalizzato.

Questa sensazione riguarda in primo luogo il piccolo commercio: con centinaia di migliaia di negozi e intorno a un milione e mezzo di addetti, stretto dall'avanzata della grande distribuzione e dalla riduzione delle vendite dovuta alla crisi, si sente abbandonato dal mondo politico, attento a quanto avviene nelle fabbriche assai più che a quanto avviene nelle botteghe, guardato con sospetto dai consumatori e angariato da una burocrazia locale talvolta soffocante. Le indagini della Guardia di Finanza hanno posto in luce una considerevole evasione fiscale nel settore, il che non l'ha certo fatto salire nella consi-

derazione dell'opinione pubblica.

Le forze politiche hanno gravi responsabilità e dovrebbero dare maggiori segni di attenzione. Per uscire, è necessaria un'azione a due facce: da un lato, la sofferenza economica di centinaia di migliaia di «impresine» commerciali non può continuare a essere semplicemente ignorata e ne va evitato il collasso, dall'altro deve essere chiaro che nella loro forma attuale queste imprese sono spesso antiquate e devono accettare di evolvere. Per salvare e rilanciare il piccolo commercio occorre probabilmente passare a un commercio meno piccolo, incoraggiando tendenze, già in atto, alla razionalizzazione e alla fusione.

La transizione da un'impresa familiare con un singolo negozio a forme di impresa leggermente più sofisticate che gestiscano 3-4 negozi, con economie abbastanza forti soprattutto dal lato degli acquisti è infatti lentamente in corso. Quest'evoluzione verso una piccola distribuzione più snella dovrebbe essere incoraggiata con stimoli fiscali e finanziari, nei limiti consentiti dalla situazione generale. I negozianti dovrebbero inoltre essere stimolati alla modernità, a esempio ad aprire siti Internet sui quali inviare alla clientela notizie sulle novità in vendita, gli sconti e simili. Una politica del piccolo commercio dovrà in ogni caso rappresentare una parte integrante delle future politiche di settore che questo Paese è urgentemente chiamato a realizzare.

Un secondo settore molto in vista nelle manifestazioni di ieri è quello dell'agricoltura. La crisi ha portato alla fine di un precedente atteggiamento spavaldo (con il non rispetto delle «quote latte» decise dall'Unione Europea e il rifiuto di pagare le relative multe) che aveva trovato un forte appoggio nella Lega. Ora gli agricoltori si lamentano non tanto per il divieto di aumentare la quantità quanto per i prezzi troppo bassi pagati da industrie e grossisti; si pongono in posizione di scontro con la catena distributiva e con le indu-

strie alimentari assai più che con il governo. Nonostante i grandi vantaggi ottenuti per decenni dalle politiche agricole europee, tra loro sta emergendo un'impostazione protezionista: lo dimostra la manifestazione del Brennero contro le derrate agricole provenienti dagli altri Paesi dell'Unione Europea e inseriti nella catena produttiva dei prodotti con il marchio «made in Italy». Male ha fatto il ministro delle Politiche Agricole, Nunzia De Girolamo, a unirsi ai manifestanti.

Una parte del problema è probabilmente rappresentato dalla catena di «raccolta» del prodotto che richiede, specie per frutta e verdura, un numero di passaggi superiore a quello degli altri paesi europei. Il tutto si traduce in un maggior divario - rispetto a quello medio europeo - tra il prezzo pagato ai produttori e quello pagato dai consumatori. Il Parlamento dovrebbe trovare il tempo per un'indagine conoscitiva sull'agricoltura che consenta di uscire dal tradizionale stereotipo dell'Italia Verde e, prendendo atto dell'esistenza di considerevoli sforzi innovativi, serva di base a una futura politica volta a valorizzare le produzioni agricole italiane sul mercato globale.

Il messaggio che deriva da queste convulse giornate è che non basta cercare di riempire il bicchiere, ormai quasi vuoto, dell'economia e della politica. Occorre sostituire il bicchiere con un altro di forma diversa, non solo sui grandi temi ma anche su quelli più specifici. «E' l'ultima occasione», ha detto ieri Matteo Renzi, «altre gli italiani non ce ne danno più».

mario.deaglio@gmail.com

