QUOTIDIANO INDIPENDENTE
TORINO Via Roma
Telefoni: dal 40-943 al 40-949

MARTEDI' 21 Agosto 1956
Anno XII - Num. 195
L. 30 (sped. in abb. postale)

Frangar, non flectar

INSERZIONI: S.P.I., via B. Teresa 7, tel. 42-029, 60-990, 88-961. - Prezzi per mm. d'altezza in una col.: Annunci finanziari e legali L. 450 - Necrol. L. 200 (partecipaz. L. 1200 in linea). - Echi di cronaca L. 700 la linea - Echi spettacoli L. 800 la linea - Pubbl. econ.: Vedere rubriche. Pagamento anticipato. - Il giornale si riserva il diritto di rifiutare qualsiasi inserzione. ABBONAMENTI (c/o post. n. 2/29710): ITALIA: anno L. 7800, sem. L. 3900, trim. L. 2000 - ESTERO (Paesi a tariffa postale ridotta): anno L. 11.200, sem. L. 6000, trim. L. 3100.

Un sistema da ritoccare

La battaglia dei prezzi

Roma, 20 agosto.

C'è sempre un periodo dell'anno in cui il governo si preoccupa dei prezzi al dettaglio dei generi alimentari, e dei proibitivi costi di distribuzione che aggravano il commercio degli ortofrutticoli, della carne e del pesce. Di solito, (speriamo che questa volta non sia così) si tratta di una febbre di stagione: un Consiglio dei ministri se ne occupa, il ministro dell'Industria e Commercio diirama una circolare, e tutto si ferma lì. Intanto i consumatori cominciano ad abbattersi ai nuovi aumenti di prezzo subiti; altre cure più urgenti li prendono; e il problema del «caro vita» e la battaglia quotidiana con gli esercenti rimane la croce delle massaie, la cui forza organizzata è nulla.

Gli inglesi affermano che il grado di democrazia in un Paese si può misurare con la resistenza che i consumatori oppongono all'ingiustificato aumento dei prezzi. Se questo è vero, bisogna riconoscere che la democrazia in Italia è ancora piuttosto lontana.

I commercianti, naturalmente, negano energicamente di avere una qualche responsabilità nella continua ascesa dei costo della vita.

I dettaglianti dimostrano, conti alla mano, che le spese generali e gli oneri tributari assorbono quasi del tutto i loro profitti; i grossisti scaricano sui produttori la colpa della sfilzatone, mentre questi ultimi indicano i grossisti alla pubblica vendetta. Ma non c'è nessuno che pongo francamente il problema accusa il sistema, l'impalcatura tecnica, giuridica e amministrativa attraverso la quale i prodotti passano dai centri di produzione a quelli di consumo. Questo significa che le varie categorie di operatori commerciali si trovano di fronte, nato, a loro agio in questa impalcatura, che ha una caratteristica essenziale: di essere fervemente corporativa, creata e mantenuta per assicurare ai così detti «abituati operatori» il controllo del mercato, nell'assenza di una piena concorrenza di iniziative.

Il sistema distributivo italiano è veramente il trionfo del restrizionismo, del vicolo cieco, degli alti prezzi e dei bassi consumi. Il commerciante è abituato al