
Sovranità del consumatore

Autore: Luigino Bruni

Fonte: Città Nuova

Sono almeno cento anni che nell'economia di mercato si proclama la sovranità del consumatore, poiché sarebbero i consumatori con i loro gusti ad orientare i mercati e le imprese. Lo strumento tradizionale di questa sovranità è quello dell'uscita (exit): il consumatore è sovrano perché se non gradisce un prodotto esce da un dato mercato o da una data impresa. Nella sfera politica, dove l'uscita (dal mio comune o dal mio paese) è difficilmente praticabile, si protesta (voice) per migliorarne la qualità; nel mercato, invece, dove per fortuna si può uscire, non ha senso protestare. Se il prezzo della frutta del negozio sotto casa aumenta o la qualità della verdura peggiora, esco e mi rivolgo ad un altro negozio. Con questa mia scelta do un segnale al mio fruttivendolo, oriento il mercato della frutta, ed esercito la mia sovranità. Grazie a questi milioni di segnali le imprese producono solo quello che i sovrani consumatori apprezzano, e al prezzo minore. Fin qui la teoria e la retorica della sovranità del consumatore. Se, però, guardiamo da vicino questa sovranità, ci accorgiamo subito che il sovrano è nudo. Per quale motivo? Nelle moderne economie di mercato il consumatore non può essere sovrano se non diventa cittadino, se non si sente cittadino anche quando consuma. Il cittadino non è interessato solo alle merci (dove l'uscita può funzionare), ma si preoccupa anche e soprattutto dei beni, in particolare dei beni civili, quali i beni di prossimità, i beni di identità e i beni relazionali. Oggi la vera sfida nelle moderne democrazie si gioca sui beni civili, non più sulle merci: il benessere e il malessere è sempre più misurato dai beni ambientali, dai diritti, dalle libertà, dalla qualità delle nostre relazioni. E nei beni civili l'uscita non è sufficiente per essere sovrani. Di fronte ad un deterioramento della qualità dell'asilo nido del mio comune, o del clima relazionale della azienda in cui lavoro, non mi basta uscire, voglio piuttosto impegnarmi e protestare perché la qualità in questi ambiti civili migliori, per me e per gli altri. Il movimento del consumo critico va proprio in questa direzione, e così civilizza il mercato. In questi giorni a Milano ho partecipato ad una festa del commercio equo e solidale del Pime. Non ho incontrato consumatori, ho visto dei cittadini. Girando tra quei banchi colorati ho vissuto una autentica esperienza di democrazia, e mi sono sentito, almeno per qualche ora, sovrano.