

Ogni settore dell'economia è governato da una serie di regole create nell'intento di garantire uno sviluppo equilibrato delle attività.

Tuttavia le norme dello Stato o degli organi locali non sono le uniche a stabilire i termini del confronto che si attua ogni giorno fra gli operatori della distribuzione; ne esistono altre, non scritte come ad esempio il confronto quotidiano con la concorrenza, ed altre ancora, più radicate nelle persone, come ad esempio l'etica dei comportamenti sul lavoro, che incidono in maniera ugualmente significativa.

Dall'osservazione degli operatori, i quali vivono sulla loro pelle le modifiche intervenute nella distribuzione dei beni durevoli alle famiglie, si è cercato di verificare se le regole hanno saputo seguire i cambiamenti del mercato o sono divenute inadeguate.

Recuperare certezze

Una tendenza registrata in tutti i settori di attività negli ultimi anni è quella di un restringersi dei tempi: diventa più breve il ciclo di vita dei prodotti, diminuisce il tempo di approvvigionamento e la rotazione sul punto vendita, diventa più veloce l'assistenza per manutenzioni o riparazioni e, grazie alla semplificazione dei comandi, si riduce anche il tempo che serve al consumatore per impadronirsi di tutte le potenzialità di utilizzo del prodotto.

Il rapporto fra gli operatori del settore e i vari organismi pubblici cui ci si rivolge per la disciplina e il controllo delle attività, non sembra invece avere seguito un'analogha tendenza: l'intero meccanismo di regolamentazione del sistema, dalle licenze commerciali alle normative fiscali, dalla contrattualistica del lavoro alla disciplina degli orari, sembra muoversi in modo lento e farraginoso.

Contrariamente a quanto si potrebbe pensare, i rimproveri più marcati non riguardano tanto le iniquità o le arretratezze, ma piuttosto la scarsa chiarezza e comprensibilità delle regole, oltre alla mancanza di un progetto globale che riesami l'assetto del sistema distributivo italiano e ne garantisca un più corretto sviluppo.

La sensazione di provvisorietà e indefinitezza dell'insieme di regole che governano le attività distributive ha come importante ripercussione negativa una perdita di certezze riguardo a ciò che è consentito e ciò che non lo è.

Il continuo accavallarsi di norme e leggi dovute ai rapidi avvicendamenti del mondo politico e alle problematiche di coordinamento fra gli organismi centrali e quelli periferici, ha portato alla costituzione di un quadro alquanto aggrovigliato dove è difficile identificare dei contorni ben definiti da usare come riferimento.

Per ovviare a questo si assiste ad un progressivo processo di delega verso avvocati, commercialisti e consulenti del lavoro, identificati come i nuovi sacerdoti degli adempimenti di legge, ma anche il ricorso a questi professionisti non offre certezze su ciò che può essere il bene o il male per l'azienda di cui si è titolari.

Si creano così situazioni di profondo disagio dal momento che chi vuole comunque essere in regola vive nel terrore di non averle rispettate tutte e non è in grado di verificarlo direttamente: si sono infatti verificati casi di sanzioni che hanno colpito operatori convinti di avere seguito la legislazione vigente, senza aver tenuto conto di possibili diverse interpretazioni della stessa.

Questa sindrome "da smarrimento legislativo" porta al convincimento che la complessità del sistema di regole finisce inevitabilmente per premiare coloro che sanno approfittare delle pieghe di un

sistema così complesso da rendere difficilissima una applicazione univoca e un suo controllo.

La legge è uguale per tutti, ma

Se da una parte si richiedono regole semplificate ed univoche nell'interpretazione, dall'altra c'è piena consapevolezza che il territorio italiano è ricchissimo di peculiarità sul piano sociale, culturale ed economico, che si riflettono inevitabilmente sulla struttura distributiva dei beni e sui consumi delle famiglie.

La legge dunque deve essere uguale per tutti, ma non tutti siamo uguali, ogni operatore anzi si trova ad interfacciare un mercato estremamente caratterizzato, con una diversa clientela, un diverso livello di competitività e quindi un diverso grado di difficoltà per portare al successo la propria azienda.

Così può capitare di vivere come profondamente ingiusto e dannoso il fatto che i più grandi possano praticare la vendita

sottocosto di alcuni prodotti e i più piccoli eludere più facilmente l'I.V.A..

E' presumibile che la revisione di queste leggi ed una più capillare opera di controllo difficilmente potranno avvenire e dare risultati in tempi stretti, di conseguenza si tratta di situazioni che continueranno ancora a verificarsi.

Tuttavia il vero giudice del mercato è il cliente ed è doveroso considerare che negli ultimi anni, avvalendosi delle esperienze acquisite nelle recenti fasi economiche, i suoi parametri di valutazione si siano modificati più rapidamente di qualsiasi altra legge dello Stato o delle amministrazioni locali.

Oggi il cliente dispone di una capacità di discernimento superiore al passato: ha imparato a fare confronti non solo in una logica di prezzo, ed ha acquisito la capacità di smontare e rimontare le tessere di un mosaico sempre più complesso che appaghi il suo progetto di acquisto.

Si tratta di un aspetto importante che i

responsabili più accorti dei punti vendita stanno già utilizzando per dimostrare la propria unicità, elaborando un insieme originale di accorgimenti, in grado di porli al riparo dai rischi derivanti dall'attività di chi ricorre al sottocosto o all'evasione fiscale.

Garanzie e tutele

Accanto al radicato convincimento che leggi vigenti non riusciranno mai, pur nella loro articolata complessità, ad assolvere al compito di garantire la correttezza dei rapporti commerciali fra la produzione, la distribuzione e il consumo, stiamo osservando con estremo interesse la nascita e lo sviluppo di una coscienza etica del commercio, in grado di esprimere la volontà e non solo gli obblighi dell'uomo di azienda.

La linea di condotta morale sul lavoro è infatti una libera scelta dell'imprenditore, attraverso la quale egli può trasferire valori e promesse al pubblico.

Parlare di etica professionale non significa muoversi su un piano ideale e teorico: al contrario si tratta di un'arma importante che, adeguatamente usata, può dare risultati significativi.

In questo senso l'impegno nei confronti dei clienti da parte dei distributori più avveduti si manifesta non solo attraverso l'offerta di garanzie accessorie da affiancare a quelle del produttore, ma esprimendo più in generale una tutela nei confronti di chi ha riposto la propria fiducia nel punto vendita per acquisti impegnativi come quelli di elettrodomestici o mobili.

La tutela è un concetto nuovo e importante, che si pone al di sopra del piano contrattualistico (condizioni di garanzia, periodi) e presuppone non una semplice assunzione di responsabilità, ma piuttosto un atto propositivo nei confronti del cliente, tale da fargli avvertire la partnership col commerciante.

Sviluppi futuri

L'osservazione di come i distributori vivono l'evoluzione delle regole del settore distributivo porta dunque a due importanti considerazioni prospettiche.

La prima riguarda la volontà di recuperare un'autonomia anche sul piano della conoscenza di tutte quelle norme che, per la loro complessità, vengono spesso trasferite per la gestione ad esperti della materia.

Ai consulenti si può chiedere un contributo, sicuramente indispensabile, ma si fa strada la teoria che la corretta gestione degli obblighi e delle scadenze non sarà mai sufficiente a far cogliere all'imprenditore le migliori opportunità per lo sviluppo della sua azienda: questo è un compito che spetta solo a lui ed alla sua squadra.

La seconda è relativa allo sviluppo etico della categoria che sta diventando sempre più un aspetto strategico e non un elemento collaterale.

Le realtà distributive più attente ritengono che la crescita della coscienza professionale sia un fattore determinante, per cancellare il vecchio stereotipo del commerciante che pensa solo ai suoi guadagni, e discriminante per la categoria stessa, in quanto consentirà al cliente, attraverso la verifica della tutela esercitata nei suoi confronti, di non fare più di ogni erba un fascio .

Muovendosi in questa prospettiva è presumibile che le regole saranno sempre meno un elemento da subire e sempre più un elemento da promuovere.

