

## Commerciare

Ragionando sulla parola “commerciare”, è facile raccogliere alcune suggestioni, utili anche a portare il discorso su un piano operativo.

“Avere a che fare con le merci” dice la parola commerciare, e quindi lavorare con le merci, relazionare con le merci, attraverso le merci, usare le merci come “tramite” per svolgere operazioni economiche.

Dentro la parola “commerciare” sta scritto, però, un bisogno importante, anzi essenziale.

In tempi in cui l’equilibrio della convivenza civile è stato così profondamente turbato, viene da pensare a come i commerci abbiano la necessità di un contesto di pace per prosperare, al punto da diventare essi stessi sinonimo di pace: con la guerra muore la rete dei commerci, perché crollano le attività produttive; nella convivenza pacifica, viceversa, si torna alla dinamica dell’offerta e della domanda.

Se i popoli scambiano, commerciano, hanno contatti economici, si supera una concezione aggressiva dei rapporti fra le genti, si accostano patrimoni culturali ed economici diversi, si comunica.

Commerciare non è, quindi, soltanto un’occasione di crescita economica, ma di necessaria relazione fra civiltà anche lontane.

Lo dice la Storia e lo dice, come bisogno, il Presente.

Proprio alla luce di queste riflessioni, sono convinto che occorra sfruttare in pieno il significato della parola “commerciare”, per rilanciare un’idea di sviluppo che sia compatibile

- con la varietà delle singole realtà economiche,
- con la rete di rapporti che la globalizzazione istituisce,
- e, non ultimo, con la necessità di approdare ad una situazione di pacifico equilibrio.

Per cogliere in pieno queste potenzialità insite nel commercio, è opportuno dilatare la nozione di “merce”.

Merce non è solo il prodotto finito o la materia prima, merce non è soltanto un bene materiale o strumentale: merce è anche l’offerta di un servizio, la proposta di una competenza, la predisposizione di un itinerario di formazione, la delineazione di un modello organizzativo; merce è tecnologia, mano d’opera....

Commerciare non può limitarsi alla vendita di beni materiali o strumentali , ma deve inglobare l’offerta di tutta la ricchezza di elementi che la parola “merce” contiene...

Commerciare, in parallelo, deve significare anche comprare, lasciare ricchezza là dove si vende, rendere meno impari la transazione economica, valorizzando, e penso anche ai paesi in via di sviluppo, le risorse esistenti, presenti come mano d’opera, o come materia prima, o come prodotto dell’economia locale .

A questa **reciprocità**, a mio parere, dovrebbe tendere il commercio, che, alla ricerca di un guadagno equo, dovrebbe affiancare una rivitalizzazione delle risorse dei partner, capace non di esaurire la ricchezza ma di generarla.

Il commercio può diventare occasione di sviluppo, ad esempio, se i più avanzati sapranno, in una sorta di moderno **baratto**, scambiare servizi e competenze con materie prime e merci che, in altre aree geografiche, potranno conoscere altre piste di circolazione, altri circuiti di distribuzione e commercializzazione.

Penso all'opportunità economica di ampliare il concetto di relazione commerciale, favorendo, nell'ottica dello sviluppo delle imprese, rapporti fra paesi, aziende e soggetti anche disomogenei per ricchezza o livello di sviluppo o volume d'affari.

L'importante è che, alla base di ogni transazione commerciale e/o "baratto" (che dir si voglia), stia la trasparenza sostanziale degli accordi e il denominatore comune di un "codice d'onore" impostato sulla qualità.

Alla qualità si deve tendere come un fine e la qualità si deve utilizzare come il mezzo con cui essere presenti nel "baratto", nella logica della equa retribuzione.

Nel "baratto" la qualità che, ad esempio, i produttori agricoli mettono a disposizione del consumatore, come materia di scambio, trova nel prezzo la sua conferma e la sua sollecitazione.

E, se il discorso si sposta ai prodotti agricoli dei Paesi in via di sviluppo, anche qui la qualità potrebbe diventare un elemento di scambio, perché incrementata dagli interventi dei Paesi più ricchi, volti alla formazione, al passaggio di competenze e conoscenze tecnologiche, all'avvio di impianti specializzati.

Una visione utopica? Forse, ma bisogna pensare che i grandi utopisti della Storia hanno sempre allargato le prospettive del loro tempo. Forse anche da loro possiamo accogliere l'invito ad un pensiero più aperto, che valichi i confini del già visto e del già fatto.

Il commercio può essere lo strumento per grandi aperture e per nuove, trasversali relazioni economiche.

Angelo Rossi  
[angelorossi@clal.it](mailto:angelorossi@clal.it)