

Il Messaggero

CRONACA di ROMA

LA POLEMICA

Il Codacons: «Il kit comunale? E' caro» Valentini: «Lieti se ci sono prezzi più bassi»

«Siamo riusciti a dimostrare con i fatti come l'iniziativa del kit scolastico, tanto

reclamizzata dal Comune di Roma, sia in realtà farsulla». Lo ha detto ieri Carlo Rienzi, presidente del Codacons, a margine della conferenza durante la quale è stato annunciato lo sciopero della spesa per il prossimo 16 settembre. «Il kit, venduto a 25 euro - ha affermato Rienzi - è composto da uno zaino, da un diario, da un astuccio e da una serie di quaderni. I centri commerciali presso i quali abbiamo acquistato offrono ulteriori vantaggi. Auchan, ad esempio, offre oggi lo stesso kit a 19,90 euro e presenta uno zaino più grande e un astuccio con più penne. Per un risparmio maggiore, abbiamo acquistato i componenti del kit separatamente».

«Il massimo - conclude il presidente del Codacons - della convenienza la si può ottenere acquistando lo zaino a 5 euro ai magazzini Mas di via dello Statuto, e il restante materiale da Auchan, dove l'astuccio costa 5,90 euro, il diario 2,50 euro e cinque maxi quaderni, ossia tre più del kit comunale, con soli 2 euro. Il totale della spesa è di 15,40 euro, con un risparmio di 9,60 euro».

Ma la risposta arriva immediata dal

Il kit proposto dal Comune costa 25 €, nei centri commerciali si può risparmiare anche 9 €

sistema distributivo, e di conseguenza al dettaglio, che consente di trovare il materiale

scolastico a prezzi meno elevati che nel 2003. È la prima volta che da un anno all'altro si registra un calo dei prezzi anziché un aumento per un kit scuola. Vorrei sottolineare che ormai, come dice Rienzi, il kit scolastico non è più un problema per le famiglie romane perché si



Campidoglio: «Siamo molto contenti - dichiara Daniela Valentini, assessore al Commercio - di sapere che esistono ulteriori possibilità di risparmio rispetto a quelle previste dall'accordo sul kit scuola a 25 Euro, come ci spiega il presidente del Codacons Rienzi. Infatti uno degli obiettivi di Romaspendebene è quello di creare le condizioni per una concorrenza al ribasso garantendo contestualmente un elevato livello di qualità dei prodotti». «Non a caso quest'anno - continua la Valentini - le cartolerie che hanno aderito alla campagna sono oltre 200, oltre ai punti vendita della grande distribuzione e ad oggi sono più di 20.000 i kit venduti. Questo ha creato una rete di

trova a costi accessibili per tutti. E se i ragazzi romani desiderano il kit a 25 Euro personalizzato e di marca hanno la possibilità di trovarlo, anche griffato, presso l'Outlet».

«A nostro avviso - conclude la Valentini - l'obiettivo è stato raggiunto: sempre più famiglie si rivolgono ai punti vendita che aderiscono all'iniziativa e si è estesa anche la rete. Se a questo si aggiunge un ulteriore calo dei prezzi è grazie alla concorrenza al ribasso innescata da Romaspendebene. Vorrei concludere con una punta d'orgoglio che molti Comuni italiani, a seguito della nostra campagna, hanno riproposto l'iniziativa, come Torino, Milano e altri ancora».