

## Vai Alfio, facci guadagnare!

Vai Alfio, facci guadagnare! di Professional Consumer (sito) mercoledì 8 agosto 2018 0  
Commenti 0 Preferiti **Alfio Bardolla**, titolare dell'omonima Azienda quotata in Borsa, dice: "Se una persona guadagna 1.000 euro al mese è perché non vale più di 1.000 euro al mese." Beh non male Bardolla, non male, se si deve ancora intendere il lavoro come un valore in sé. Sì, insomma, se aumenta la capacità produttiva inutilizzata delle Imprese, si riduce il valore del lavoro che ha concorso a generarle e quegli euro di ieri, oggi te li sogni! Eggià, quando questo accade ci sarà un prezzo da pagare. Si riduce il valore di questo lavoro, indipercuiposchia, pure il salario che lo retribuisce e il gioco è fatto! Ennò Alfio, si lavora alla produzione per guadagnare quello che, nel lavoro di consumazione, si deve spendere per per smaltire il prodotto e poter riprodurre. Giust'appunto, se si riduce il salario si riduce il potere d'acquisto; le imprese saranno ancor sovraccapaci, si riduce ancor più quel valore "insè" del lavoro e si finisce con lo star peggio di prima. Bene, se tanto ci da' tanto quando questo lavoro perde l'insè diventando, nell'economia dei consumi, funzione accessoria nel fornire reddito per l'esercizio di consumazione, quale sarà il suo valore? Bella domanda eh? Un momento, abbiamo Alfio il financial coach più famoso d'Italia. Dice di vendere la ricetta per far diventare ricchi migliaia di persone. Beh, dia un'occhiata a quel che dicono altri nel mondo: In un futuro non molto lontano i consumatori saranno pagati per condividere i loro dati personali. Non l'ho sognato, lo dice il presidente di una delle più grandi aziende pubblicitarie del mondo, Maurice Levy, l'ex amministratore delegato e ora presidente di Publicis Groupe, il terzo gruppo di comunicazione al mondo. Eggià, il chairman del gigante pubblicitario francese da 15,8 miliardi di dollari, ha previsto che sempre più consumatori vorranno monetizzare i loro dati personali e una terza parte agirà da intermediario tra le aziende dei social media e i loro clienti. "Ci sono già alcune voci che circolano che stanno già parlando della monetizzazione. Dal mio punto di vista vedremo molti cambiamenti in futuro. So che alcuni governi non sono a favore, ma quando il consumatore dice c'è tutta questa ricchezza di informazioni che si sta utilizzando e l'unica cosa che sto ricevendo è un servizio gratuito. Ma stai ottenendo molto di più da me forse dovrei ottenere una parte di quel reddito. Beh, sono assolutamente convinto che questo sarà il futuro". Eia eia alalà, vai Alfio, non nel futuro, ci vuol troppo tempo. La cosa va cotta e mangiata, in fretta altrimenti va in fumo. Già che ci sono le fornisco il promemoria di quel che si fa nel quotidiano lavoro di consumazione: Con la spesa trasformiamo le merci in ricchezza; consumandole le facciamo riprodurre, diamo continuità al ciclo, sostanza alla crescita economica. Sono una carta di accredito senza pari, la faccia valere, potrà tirare sul prezzo! Mauro Artibani, l'Economaiò [https://www.amazon.it/s/ref=nb\\_sb\\_ss\\_i\\_3\\_7?\\_\\_mk\\_it\\_IT=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&url=search-alias%3Daps&field-keywords=mauro+artibani&prefix=mauro+a%2Caps%2C207&crd=E9J469DZF3RA](https://www.amazon.it/s/ref=nb_sb_ss_i_3_7?__mk_it_IT=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&url=search-alias%3Daps&field-keywords=mauro+artibani&prefix=mauro+a%2Caps%2C207&crd=E9J469DZF3RA) Questo articolo è stato pubblicato qui