

140 000 nel '27, per il numero crescente dei disoccupati, oltre che per le caratteristiche della struttura distributiva e daziaria. Riviste autorevoli come «La Riforma Sociale» e poi anche i principali quotidiani torinesi avevano più volte insistito sugli effetti negativi della polverizzazione commerciale presente in città. Su «La Stampa» del 17 agosto 1926, Alberto Geisser notava come Milano su 875 000 abitanti contasse 5490 rivenditori di derrate alimentari, mentre Torino, con soli 525 000 abitanti ne avesse invece ben 6611, con la conseguenza di un «insensato aumento delle spese generali» che costava al consumatore torinese un migliaio di lire all'anno in più. Sulla «Gazzetta del Popolo» del 18 agosto dello stesso anno, Giuseppe Prato provò a quantificare con più precisione il maggior sacrificio sopportato dal consumatore torinese, affermando che

la famiglia tipica di lavoratori (due coniugi, un figlio sopra i 15 anni e due di età inferiore) che Torino e Milano assum[evano] come base dei loro indici del carovita, [sarebbe venuta] quindi a pagare un tributo di 847 lire a Milano, di 1700 a Torino, alla fecondità riproduttiva della classe esercentescas.

Nell'autunno del '26 la campagna per il ribasso dei prezzi fu voluta a livello nazionale da Edmondo Rossoni, il quale, per opporsi alle riduzioni dei salari, aveva sostenuto «che queste dovevano seguire e non precedere una riduzione del costo della vita» e aveva anche sferrato attacchi contro «la cosiddetta libertà di commercio»²⁴. A Torino questa campagna, che trovava larghissimi consensi nella base del sindacato e del Pnf nell'assumere toni sempre più aspri, demagogici e persino minacciosi, fu condotta in prima fila dal sindacato fascista, aiutato più o meno efficacemente dalla «Gazzetta del Popolo», dal prefetto De Vita e dal nuovo podestà, l'ammiraglio Luigi Balbo di Sambuy, discendente dell'aristocratica e illustrissima famiglia piemontese. Il giornale della Sip, polemizzando apertamente con il «parassitismo bottegaio» e la «passività liberistica», sosteneva la necessità di operare un'efficace razionalizzazione del settore distributivo fondata sulla diffusione dei «grandi magazzini» e anche sullo sviluppo della cooperazione.

«L'infinito numero dei mediatori è senza dubbio una delle cause principali del dislivello tra prezzi di costo e prezzi di consumo, – scriveva la «Gazzetta» del 15 luglio 1926, – e l'onorevole Rossoni ha posto la questione se non sia il caso di limitare per legge il numero dei negozi attuali in rapporto al numero degli abitanti», così come nel passato era avvenuto per le farmacie e con minore efficacia per gli spacci di vino. Effettivamente una nuova legge che regolamentava il commercio fu emanata

²⁴ Cfr. LYTTTELTON, *La conquista del potere* cit., p. 553.