

SOBRIETÀ O CONSUMI? DECIDONO LE FAMIGLIE

Saranno i comportamenti dei cittadini a fare la differenza per la ripartenza dell'economia nel 2023. I nuclei familiari dovranno giostrarsi tra perdita del potere d'acquisto, uso del risparmio parcheggiato e spesa corrente. Vanno incoraggiate. Perché il paradosso è che i carrelli semivuoti al supermarket potrebbero condizionare in negativo l'industria. Proprio mentre i fattori critici si stanno riducendo, a partire dal costo delle materie prime

di **Dario Di Vico**

In estrema sintesi potremmo dire che adesso la palla passa alle famiglie. E la caduta secca dell'indice di fiducia registrato dall'Istat a ottobre (da 94,8 a 90,1) — calo superiore a quello delle imprese (da 105,1 a 104,5) — ci dà un segnale tutt'altro che rassicurante. Il timore è quello di una recessione dei consumi che avrebbe inevitabilmente conseguenze a monte sui livelli di attività delle imprese.

A sottolinearlo con forza è l'ultima nota congiunturale di Ref Ricerche che ci aiuta ad allargare lo sguardo a livello internazionale: «Nel caso europeo il deterioramento delle condizioni economiche delle famiglie è stato probabilmente più marcato rispetto a quello americano. E l'impennata dell'inflazione europea, strettamente legata alla crisi energetica, ha portato a una contrazione più ampia dei salari reali».

La fiducia e i prezzi

La nota cita a questo proposito le survey realizzate dalla grande distribuzione che segnalano una discesa, anche se meno pronunciata di quella indicata dall'Istat, della fiducia dei consumatori. E questo perché nei mesi scorsi le filiere del largo consumo, dopo un lunga azione di contenimento, sono riuscite a trasferire buona parte dei costi sui prezzi finali. E l'inflazione è arrivata a premere sul carrello della spesa, sfondando la soglia simbolica delle due cifre proprio a partire dai beni che si comprano al supermercato. Le famiglie italiane sono un soggetto robusto, negli anni più virulenti del Covid hanno saputo assolvere a molti ruoli. Sono state una comunità grazie alla quale gli italiani si sono decisi a vaccinarsi realizzando performance superiori a tanti Paesi europei, sono state un luogo di cura laddove non sempre le amministrazioni pubbliche hanno tenuto il passo dell'assistenza, han-

no redistribuito risorse al proprio interno tra soggetti garantiti e familiari non garantiti. Hanno colto l'occasione per rafforzare i legami (tanti padri non erano mai stati così a lungo con i loro figli) e benché fosse stata pronosticata un'impennata di separazioni tra mogli e mariti hanno invece dato dimostrazione di stabilità delle unioni.

Insomma se è vero che per molti versi l'Italia è «un Paese dal basso», i piani inferiori rispetto a istituzioni e politica hanno dato buona prova di sé e in qualche caso hanno concretizzato sul campo una vera azione di sussidiarietà. In fondo lo stesso suc-



Superficie 83 %

06901

cesso popolare del termine «resilienza» potrà far storcere il naso a qualche purista ma ha interpretato e sintetizzato la fenomenologia della tenuta. Nella fase successiva al lockdown e alla restrizione sanitaria le famiglie hanno continuato a far sentire la loro presenza, a calcare la scena e sono state de facto le protagoniste della ripartenza dell'economia. Mostrando quello che al Censis definiscono «il furore di rivivere», una vitalità coinvolgente che ha permesso — non da sola evidentemente — che il recupero del Pil italiano fosse per mesi invidiato dai principali partner europei. Circostanza pressoché inedita.

Il furore di cui sopra si è scaricato in primo luogo sui servizi che hanno potuto riprendere con sicurezza i loro livelli di attività. Poi è seguita la stagione del turismo, naturale prologo del furore, che ha visto andare a braccetto la voglia di spendere degli italiani con i vigorosi flussi di turisti stranieri rimasti per troppo tempo a digiuno della Grande Bellezza.

Il ritmo di attività è stato però ad ampio spettro gratificando quasi tutti gli eventi di peso in calendario, gli spettacoli all'aperto e ovviamente la ristorazione. I flussi di mobilità degli italiani, grazie alle insolite temperature registrate, sono stati vivaci fino al ponte di Ognissanti come ha potuto constatare chiunque si sia avventurato in autostrada in quei giorni. Ma adesso?

I consumatori in risposta alla perdita del potere d'acquisto, sostiene Ref Ricerche, iniziano a ridimensionare la spesa «anche nelle voci meno interessate dai rincari». Da qui il timore piuttosto fondato che le sofferenze delle famiglie finiscano per tirar giù un numero crescente di settori manifatturieri e terziari minandone programmi, tenuta occupazionale e investimenti. «Non credo a un crollo radicale dei consumi — sostiene però Francesco Maietta, responsabile area politiche sociali del Censis

— Piuttosto, penso che le famiglie stiano operando uno scrutinio rigoroso dei propri acquisti. Qualcosa del genere era successo con la Grande Crisi del 2008. Una razionalizzazione delle scelte, un adattamento alla nuova situazione in attesa di capire quanto davvero finirà per pesare lo tsunami delle bollette».

In Italia, a suo dire, non siamo di fronte a una povertà di massa, anzi molte famiglie possono attingere ad ampie scorte di risparmio. Scelte adattive sono quelle che portano a frequentare maggiormente i discount, a costruirsi «un paniere soggettivo» che mixa sia i luoghi di acquisto che i prezzi dei prodotti.

Il «paniere misto»

«Quindi non è detto che il consumatore faccia tutta la spesa al discount ma magari in quella sede compra prodotti che lo interessano meno e che lo fanno risparmiare, riservandosi di non badare al portafoglio quando invece si tratta di comprare merci o servizi ai quali tiene di più». È anche vero che la percezione dell'aumento dei prezzi non è ancora così estesa, in fondo è una discontinuità che ci riporta 40 anni addietro e ci vuole tempo per metabolizzarla. «Alla fine prevarrà un comportamento orientato alla sobrietà, alla Macron. E sicuramente il risparmio sull'energia farà parte di questa tendenza», aggiunge Maietta.

La mobilità, a leggere i dati autostradali o quelli del traffico ferroviario, resta una spesa alla quale si presta maggiore attenzione ma è ancora molto influenzata da un effetto di rebound rispetto alle limitazioni anti-Covid. «È ancora presto per comporre una mappa della sobrietà. Si può dire che le bollette alte ci hanno costretto a ragionare sull'uso dei device, che l'abbigliamento potrebbe soffrirne a differenza del vino di pregio».

E le trasformazioni strutturali delle famiglie italiane con pochi figli, molti anziani e tanti single che riflesso possono avere sulle scelte di consumo? «Beh, non è detto che l'età elevata corrisponda a una riduzione di consumi, anzi. Nelle tasche del 70enni c'è spesso una disponibilità economica che i giovani non hanno e quindi sono buoni consumatori. È domanda pagante. Del resto la longevità attiva è una delle novità della nostra società».

La contraddizione

Il paradosso finale è che una ipotizzabile gelata dei consumi potrebbe arrivare e condizionare negativamente l'industria proprio quando, dice Ref Ricerche, «ci sono segnali di allentamento delle tensioni internazionali sul lato dell'offerta».

Tradotto: quando stanno ripiegando i prezzi di molte commodity, le catene del valore hanno ricucito i loro sistemi di fornitura, i noli marittimi sono tornati a livelli più bassi, i ritardi nelle consegne si sono ridotti, le imprese iniziano a ritenere adeguato il livello dei magazzini.

Le catene e il territorio

E quando l'Italia — a differenza di altri Paesi dove c'è la prevalenza delle grandi imprese — ha saputo superare alle difficoltà delle catene di fornitura valorizzando i produttori presenti in ambito locale, soprattutto all'interno degli intramontabili distretti industriali.

La palla, come detto, passa adesso alle famiglie e molto dell'economia italiana dell'anno di grazia 2023 dipenderà dall'arbitraggio che i consumatori riusciranno a fare tra perdita del potere d'acquisto, sobrietà, utilizzo del risparmio precedentemente parcheggiato e spesa corrente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

90,1

Punti

L'indice di fiducia delle famiglie in ottobre secondo l'Istat Era 94,8 in settembre

+11,9

Per cento

L'indice dei prezzi al consumo Istat in ottobre rispetto a un anno fa

Maietta (Censis):
«Si razionalizzano le scelte, si mixano i discount con i prodotti a cui si tiene, in attesa di vedere come finirà»

Il termometro Secondo le famiglie europee il picco dell'inflazione è alle spalle, ma la fase di crescita dei consumi sta per terminare

