

# ConCorrenza

di Davide Giacalone

**U**na buona medicina contro l'aumento dei prezzi è la concorrenza. Se non è facile trovare governanti e legislatori disposti a somministrarla è perché gli interessi al mantenimento delle rendite – a danno dei consumatori – sono presenti e attivi, mentre quelli all'apertura della competizione sono futuri e resi inattivi dal non essere compresi e imbrogliati.

Dietro questa faccenda, solo in apparenza tecnicamente economica, c'è la ragione per cui cittadini ed elettori che non hanno chiari i propri interessi finiscono con il favorire quelli altrui.

L'aumento dei prezzi non ha una sola origine. Ha un innescò, ma poi concorrono cose diverse. L'inflazione non erode solo il potere d'acquisto: divora anche i risparmi, la ricchezza delle famiglie. E noi italiani siamo grandiosi produttori di risparmi, sicché abbiamo un interesse materiale a volerla bassa, l'inflazione. Se ad aprile la media dell'eurozona era del 7% e da noi dell'8,3%, significa che ci stiamo impoverendo più velocemente di altri. Peccato che lo Stato sia un grandioso produttore di debiti, sicché vederli erodere dall'inflazione non è che gli dispiaccia poi troppo.

Se la massa monetaria – la quantità di moneta in circolazione – è divenuta eccessiva, l'aumento dei tassi d'interesse è un utile rimedio. Difatti tutte le banche centrali occidentali li hanno alzati e annunciano che saliranno ancora. Ma quello strumento non è magico e non è neanche detto che funzioni, senza contare che rendere più costoso il credito non aiuta di certo la crescita economica. Ma c'è almeno un altro fronte che può essere aggredito: quello della formazione dei prezzi. Abbiamo tutti fatto caso a uno sgradevole dettaglio: quando il prezzo di una materia prima cresce, che sia il gas o il grano, immediatamente si alza il prezzo del prodotto finito, che sia il pieno o una spaghet-tata; quando però il prezzo della materia prima comincia a scendere (e da mesi scendono sia il gas che il grano) non solo il prezzo del prodotto finito si adegua con calma e senza spingere, ma può capitare che non si adegui affatto o che, come è il caso della pasta, cresca. Su quel fronte lì

il tasso d'interesse non sposta un capello.

Da noi esiste un ufficio denominato "Mister prezzi". Non so quale sia il suo costo complessivo, ma so che sono soldi buttati. Fare il controllore dei prezzi presuppone una conoscenza e una tempestività d'intervento che esclude il controllore possa far altro che inutilmente bofonchiare. La concorrenza al contrario funziona: se un produttore tiene a lungo i prezzi alti si genera la convenienza di un altro produttore a fregargli il mercato praticando un prezzo inferiore; se un negoziante specula sui prezzi, approfittando dell'inflazione per aggiungere un personale sovrappiù arrotondante, il negoziante vicino farà sapere che i suoi prezzi sono più bassi e attirerà parte della clientela del concorrente. E così via. Il presupposto di questo gioco virtuoso è l'informazione, ovvero il conoscere i prezzi del giorno in posti diversi. Nell'era del digitale è tecnicamente facile e a sua volta attività lucrosa. La conseguenza del gioco è un calo dei prezzi, quindi una efficace azione contro l'inflazione. E, del resto, veniamo da molti anni con inflazione bassissima perché la (benedetta) globalizzazione ha ampliato la platea dei competitori, facendo precipitare i prezzi di molti prodotti.

Allora perché non ci sono le manifestazioni di piazza a favore della concorrenza? Perché l'interesse di chi è più forte è quello di evitarla, potendo così pelare i clienti, ma siccome non può dirlo in questi termini inventa trincee che evocano racconti diversi, come quella dei balneari o dei tassisti. Sicché chi approfitta si fa passare per vittima e le vittime è già tanto se non si sentono dei profittatori. Ora arriva il caldo e il prezzo del medesimo ombrellone dell'anno scorso sarà più alto. Buona inflazione e buon impoverimento ai bagnanti che non hanno capito e difeso il loro interesse. Quello alla concorrenza.

