

SCARSA CONCORRENZA
E MANCATI CONTROLLI

LA TASSA PIÙ INGIUSTA L'INFLAZIONE ARRETRA (POCO)

di **FERRUCCIO DE BORTOLI**

A che punto è l'inflazione? L'ultimo dato Istat di settembre vede il tasso tendenziale, anno su anno, in leggera discesa al 5,3 per cento. Ridotto di 0,1 punti percentuali rispetto ad agosto. Un'inezia. Anche l'inflazione di fondo, quella cosiddetta core, al netto dei beni energetici e degli alimentari freschi, è in diminuzione dal 4,8 al 4,6%. Ma non è molto distante dall'indice nazionale (Nic), cioè dal già citato 5,3%. Il governo considera il dato di settembre un successo perché lo confronta con l'andamento dei prezzi di quando entrò in carica. «Abbiamo dimezzato in un anno il tasso d'inflazione», dice con un certo orgoglio il ministro delle Imprese e del Made in Italy,

Adolfo Urso. E non gli si può dare torto.

Ma il fatto che l'inflazione di fondo non sia molto distante da quella generale significa anche che siamo stati particolarmente bravi — e lo diciamo con una punta di sarcasmo — a replicare, all'interno del nostro sistema produttivo e distributivo, i geni moltiplicatori del caro-vita. Anche a settembre il cosiddetto carrello della spesa registra un incremento, anno su anno, particolarmente vivace, pari all'8,4%. Ed è proprio su questo indice che dovrebbe operare, nel quarto trimestre, l'opera calmieratrice dei listini avviata in decine di migliaia di punti vendita su un paniere di prodotti scelti — si assicura di qualità — frutto dell'accordo tra chi produce, importa e vende al dettaglio.

INFLAZIONE NEL CARRELLO LA TASSA TRASCURATA

Sarà interessante vedere il comportamento dei consumatori che hanno reagito alla raffica di aumenti riducendo oltre il previsto gli acquisti. Qualche gruppo dell'industria alimentare — che ha spinto oltre modo sui margini cercando di migliorare il proprio *mark up* — è rimasto punito dalla caduta dei volumi. Il cliente lotta per non impoverire troppo il valore del suo scontrino che non è disposto, o non è nemmeno in grado, di aumentare più di tanto. Alcune

grandi sigle dell'*hard discount* non hanno partecipato all'iniziativa del «Carrello



Superficie 125 %

tricolore» perché si apprestano ad applicare sconti maggiori di quelli promessi. Un po' più di concorrenza non guasta e questo è un altro aspetto positivo dell'iniziativa del governo.

Ma è anche vero che il «Carrello» ha consentito alla grande distribuzione di spingere molto sui prodotti *private label*, cioè venduti a marchio proprio. Le imprese industriali, che sono apparse le più riluttanti all'invito del governo, sono poi un po' indispettite dal fatto che i supermercati facciano, con le *private label*, bella figura con i loro prodotti diciamo così «rivestiti». Nello stesso tempo, l'industria è accusata dalla grande distribuzione di aver fatto poco o nulla per contenere i prezzi sul «Carrello» e di aver dato solo un'adesione di facciata, un po' opportunistica. Inoltre l'autunno è la stagione delle promozioni, dei «due per tre», dei sottocosto. Classiche iniziative che sono state in gran parte sostituite dalla «promozione di Stato».

Il beneficio

Dunque, quale sarà alla fine il vantaggio reale per i consumatori? La differenza rispetto alle offerte che avrebbero comunque avuto nei punti vendita? La sensazione è che l'iniziativa del «Carrello tricolore» consenta a molti dei partecipanti di incassare un dividendo d'immagine popolare senza un particolare sacrificio, specie in una fase di prezzi alla produzione in calo. Oggi e domani si terrà un incontro a porte chiuse, su iniziativa di Centromarca, tra i rappresentanti dell'industria e della distribuzione (tra questi Esselunga, Coop, Conad, Selex, Vegé, Carrefour e Crai) e sarà interessante capire le politiche commerciali del 2024. E soprattutto se alcuni aumenti, che nel quarto trimestre sono stati sospesi, verranno recuperati a partire dal gennaio prossimo.

Il valore effettivo

In altre parole, qual è il valore reale di tutti gli impegni di blocco o addirittura diminuzione del 10 per cento e anche più del prezzo? Se si tratterà di una semplice rimodulazione dei rincari, il sollievo per i consumatori sarà semplicemente temporaneo e illusorio. I dati Istat sul carovita di settembre ci dicono altre verità. Le famiglie con minore capacità di spesa restano le più colpite. A dimostrazione del fatto che l'inflazione è una tassa regressiva e colpisce chi ha meno.

L'inflazione media, non quella tendenziale, è stata per questa coorte di consu-

matori, nel terzo trimestre del 2023, del 6,7%, in discesa dal 9,4% del secondo. Per le famiglie a più alta capacità di spesa vi è stata una diminuzione dal 7,1 al 5,6%. I beni energetici incidono percentualmente di più le famiglie meno abbienti. La differenza tra le due categorie, pur rimanendo ampia — e socialmente inaccettabile — è comunque diminuita. I costi dell'energia non sono destinati a proseguire nei prossimi mesi la loro discesa, anche se la nuova crisi israelo-palestinese sembra infuocare meno del previsto le quotazioni già comunque spinte al rialzo dalle scelte dei Paesi produttori. L'inflazione rimane, nelle sue reali conseguenze, un mistero collettivo.

L'attesa generale, anche suffragata dalle previsioni per il 2024, è quella di una discesa vistosa. Prevale un ottimismo di maniera che ci sembra eccessivo. Ricordiamoci che, per lungo tempo, si è ritenuto — anche autorevolmente — che la fiammata sui prezzi, scatenata dalla pandemia e dalla guerra, fosse momentanea e facilmente riassorbibile. Ora rischiamo un errore analogo. Ci stiamo lentamente rassegnando all'idea che avremo tassi relativamente alti per molto tempo.

L'epoca del denaro a costo zero, o addirittura negativo, è archiviata per sempre. E forse è addirittura un bene perché ci ha inebriato con l'impalpabilità del debito. E ora cominciamo, con il giudizio delle agenzie di rating e dei mercati, a tremare per la paura di pagarne il conto.

Il versante

Un ragionamento analogo fatica a imporsi sul versante dell'andamento dei prezzi. Si sottovalutano gli effetti perversi della mancanza, in molti settori, di una reale concorrenza. L'esempio più clamoroso è quello dei servizi e del turismo, settori nei quali i listini sono aumentati tre volte di più che in altri comparti più aperti e meno investiti dal boom della domanda, come l'abbigliamento. L'accorciamento delle catene internazionali del valore garantirà maggiore sicurezza negli approvvigionamenti ma anche minore pressione al ribasso sui prezzi.

La transizione energetica non è poi neutrale. Tutt'altro. Richiede costi maggiori per le imprese e lo Stato che, inevitabilmente, saranno riversati sui consumatori. Dunque, bisogna imparare a convivere con un'inflazione seppur in discesa, ma più alta del previsto. Non ce ne siamo ancora resi conto. Se vi fosse questa consapevolezza, la spinta all'ade-

guamento dei salari (che non c'è) sarebbe forte e socialmente tesa. E così le pretese dei risparmiatori che assistono, pressoché inermi, alla caduta del valore reale dei loro risparmi.

Non c'è titolo di Stato che protegga realmente dall'inflazione. Negli anni Ottanta, i loro genitori più avvezzi a fare i conti con l'inflazione, avrebbero preteso rendimenti reali positivi. E avrebbero già fatto sentire la loro voce.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

È difficile calcolare quale sarà il reale vantaggio per i consumatori

dell'iniziativa governativa per bloccare i prezzi della spesa quotidiana

Il dubbio che si risolva in un dividendo di immagine per chi ha aderito,

seguito poi da un rinvio dei rincari nei prossimi mesi, è legittimo

Il caro vita resta nelle sue conseguenze reali un mistero collettivo

Si accetta l'idea che starà tra noi a lungo, più del previsto

Senza però capire fino in fondo il suo costo, soprattutto per le fasce più deboli

**La morsa dei
prezzi è scesa
un po': per chi
ha più alta
capacità di
spesa una
diminuzione
dal 7,1 al 5,6%**



Premier

Giorgia Meloni

Il governo ha promosso
l'iniziativa del Carrello
Tricolore, partita il
primo ottobre, per
fermare i prezzi

06901

06901

8,4

per cento

L'aumento medio del carrello della spesa negli ultimi 12 mesi
Su questo dovrebbe agire il piano «calmiere» proposto dal governo

Adolfo Urso
Ministro delle
imprese
e del made in Italy