

LO STUDIO

DS6901

DS6901

Paese impoverito e sfiduciato I rincari percepiti dagli italiani sono il doppio di quelli reali

L'inflazione frena ma nessuno se ne accorge: non basta il record del lavoro

“
Stefano Caselli
SCUOLA DIREZIONE AZIENDALE BOCCONI
Gli italiani sono
consapevoli
del basso livello di
salari e opportunità

LAURAMORELLI

A marzo 2021 un chilo di pane fresco a Milano costava in media 4,21 euro, due anni dopo lo stesso chilo di pane veniva il 15% in più, 4,85 euro. Aumentavano anche tutti gli altri generi alimentari, dalla pasta (+41% nell'ultimo anno) arrivata a oltre i due euro al chilo, fino al latte (+13%) stando ai dati dell'Osservaprezzi del ministero. Ma non bastano gli effetti concreti dell'inflazione, cresciuta del 5,6% l'anno scorso dopo il picco del 12,6% alla fine del 2022 erodendo sia il potere d'acquisto che il tasso di risparmio degli italiani. Ci sono anche gli effetti per così dire secondari, sulla percezione dell'impoverimento. Secondo un rapporto dell'Ufficio studi Coop, nel nostro Paese la differenza tra l'inflazione misurata, cioè quella registrata statisticamente che si attesta intorno al 7% in media negli ultimi 12 mesi, e quella percepita, cioè quella dichiarata dai cittadini, pari al 14,6%, è del 7,6% in più, un valore tra i più alti in Europa. Peggio di noi avviene solo in Portogallo e in Grecia. È come se ogni famiglia si sentisse più pove-

ra rispetto a un anno fa, senza esserlo realmente, di 3.600 euro, per un totale di 92 miliardi. Una differenza che si è aggravata sempre di più, anno dopo anno.

In sostanza, la percezione che abbiamo dell'aumento dei prezzi è ancora più negativa di quella reale e siamo più pessimisti. E questo nonostante l'occupazione sia a livelli record e molte categorie stiano firmando rinnovi dei contratti con adeguamenti (magari solo parziali) all'inflazione, che aumentano le buste paga.

Questo scostamento avviene infatti nonostante a livello economico la situazione sia migliore rispetto all'immediato post-Covid. Intanto l'inflazione sta diminuendo e dal +5,9% dello scorso anno, per quello in corso ci si attende una crescita compresa tra l'1,3 e 1,9%, in ogni caso al di sotto della soglia del 2% stabilita dall'Ue. Poi c'è più lavoro, con un tasso di occupazione stando all'Istat pari al 61,9% e un numero di occupati, a dicembre 2023, superiore a quello di dicembre 2022 del 2,0%, cioè oltre 450 mila persone in più, mentre il reddito disponibile delle famiglie consumatrici è aumentato del 4,7% (+5,7% nel 2022), pari a un incremento di 58,7 miliardi di euro. Inoltre molti contratti di lavoro sono stati rinnovati, da quello del terziario, della distribuzione e dei servizi fino a quello bancario, e le retribuzioni, seppur più lentamente e non in modo allineato all'inflazione, sono in aumento: nel 2021, rilevava l'Ocse, sono cresciute dello 0,6% contro l'1,9 dei prezzi; nel 2022 del

3,6%, contro l'8,1 dei prezzi; nel 2023 del 3,1% contro il 5,6 dei prezzi. Più potere d'acquisto, insomma, ma solo sulla carta e non nello spirito degli italiani. Che quindi investono e consumano meno.

La spiegazione di questa sensazione negativa e pessimista sta nella parola fiducia. «Ci sono varie componenti che possono spiegare il fenomeno – osserva Stefano Caselli, professore di economia degli intermediari finanziari e numero uno della Sda Bocconi – uno di questi è la fiducia verso il futuro: in Italia non si parla di crescita o se ne parla troppo poco e quindi il nostro Paese sembra non crescere o crescere meno rispetto a Francia e Germania, quando sappiamo che non è così». Di conseguenza, «l'Italia appare meno competitiva rispetto agli altri Paesi europei», spiega.

Sempre Coop sottolineava che nei primi mesi del 2024 l'indice di fiducia era in calo in tutte le principali economie del continente ma l'Italia sconta un pessimismo più diffuso tra la popolazione con solo il 58% dei cittadini convinti che le cose nella propria vita stiano andando nella giusta direzione, contro il 76% dei tedeschi, il 63% dei francesi e il 77% degli spagnoli. Allo stesso modo le aspettative dei consumi nei prossimi dodici mesi vedono l'Italia in fondo alla classifica con solo il 55% dei cittadini che li vedono in crescita, contro il 67% della Germania.

A incidere sulla fiducia, aggiunge Caselli, ci sono «da un lato una consapevolezza, raggiunta ormai in tutte le fasce sociali a partire dai giovani, che a parità di posizione i sala-



ri italiani sono più bassi rispetto a quelli ad esempio di Francia e Germania. Dall'altro, questi indicatori raccontano la persistenza di convinzioni radicate a livello culturale verso il nostro paese che lo fanno vedere meno competitivo, come ad esempio il peso della fiscalità o le opportunità che offre». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INFLAZIONE PERCEPITA E INFLAZIONE MISURATA STATISTICAMENTE IN ITALIA

