



Consumi

Dal modello anglosassone al modello Mediterraneo così cambiano i consumatori

■ di GIAMPAOLO FABRIS

Se fosse necessaria un'ulteriore conferma del declino dell'american way of life e dell'emergere di una diversa proposta di civilizzazione, che per semplicità chiamiamo mediterranea, l'occasione è platealmente offerta dalla richiesta a Fiat dagli Stati Uniti di tecnologie e di assistenza. Il modello americano dei consumi ha esercitato, negli ultimi decenni, un effetto referenziale a livello planetario. La vera struttura portante del modello da imitare, comunque, a cui aspirare. Un modello in cui l'automobile ha goduto sempre di un particolare rilievo. Le macchine con "le pinne" - Cadillac, Chevrolet, Buick - hanno costituito gli archetipi della centralità dell'auto nello stile di vita americano. Quando poi hanno perso quella streamline, che tutta una filmografia hollywoodiana aveva consacrato, le dimensioni, i volumi, le marche del made in USA hanno continuato a costituire, nell'immaginario collettivo, una presenza emblematica e prestigiosa. Detroit non è mai stata soltanto la capitale dell'auto: anche uno dei miti del sogno americano.

Adesso che Marchionne fa il pendolare tra una parte e l'altra dell'Oceano e il Presidente Obama indica esplicitamente in tipologie di auto tanto dissimili quelle da imitare, e nella Fiat il partner ideale, c'è qualcosa di più di un momento neo in topico dovuto alla crisi economica a mixare il paradigma del modello americano. Auto piccole, con buone prestazioni, prezzi contenuti, bassi consumi, ecologicamente avanzate, estetica apprezzabile. E Fiat è scelta come compagno di viaggio. Addirittura come modello di management tanto da richiedere allo stesso Marchionne un ruolo di leadership di primissimo piano.

Se l'auto è l'aspetto più vistoso di una weltanschauung messa drammaticamente sotto accusa è anche l'abnorme accesso al credito delle famiglie americane - proprio quello che consentiva di mantenere livelli di consumo affluenti e vistosi che il mondo guardava con invidiosa ammirazione - ad essere messo in prima fila sul banco degli accusati. Certo con la complicità di un sistema creditizio irresponsabile, vorace e truffaldino. Mala decisione di indebitarsi, sia sotto forma dei rautui subprime che di ricorso indiscriminato al plastic money, è stata comunque presa autonomamente dal consumatore americano. Sempre il Presidente Obama nei giorni scorsi ha sentito la necessità di presiedere personalmente una riunione delle major delle carte di credito. Persinceraarsi meglio sull'entità della mina vagante del debito e per creare maggiori cautele, regole e garanzie per il futuro. Pensare che, solo in un recentissimo passato, la scarsa propensione del consumatore italiano al credito al consumo veniva bollata come arretratezza. E la sua tradizionale vocazione da fornicuzza - laddove consumare viene indicato come un atto doveroso perché l'economia possa girare a pieno ritmo - come comportamento socialmente discutibile. Forse, ancora una volta, è l'area mediterranea, pur stereotipicamente tanto arretrata, non solo a differenziarsi per una atipicità di comportamenti ma a proporsi come riferimento per un diverso modo di consumare.

*La profonda crisi
in atto segna la fine
di valori economici
e di uno stile di vita
che hanno segnato
un'intera epoca*