



Consumi

All'uscita del tunnel non ci sarà il ritorno all'opulenza

di GIAMPAOLO FABRIS

L'attesa per una ripresa dei consumi si fa sempre più insistente e condivisa: da parte del mondo delle imprese, del governo, dell'opposizione. Magari quest'ultima chiede maggiore attenzione alle fasce più deboli, ai precari ma niente sostanzialmente di diverso. Insomma occorre riproporre prima possibile lo statu quo precedente la grave situazione di crisi che stiamo attraversando.

A chi studia i consumi, al di là dello specchio deformante degli aggregati statistici, quest'approccio non può che stupire. Perché nel frattempo – in una congiuntura tanto sfavorevole che raggiunge oggi il suo acme ma che ha almeno un quinquennio alle spalle – non solo i comportamenti, ma anche atteggiamenti e valori che rappresentano i driver al consumo sono mutati. Non in tutta la popolazione ma in strati comunque sempre più ampi. Che hanno adottato nuovi stili di vita all'insegna di discontinuità anche radicali nei confronti dei precedenti modi di vivere. Sintonizzarsi con questi significa proporsi, all'uscita del tunnel della crisi, con un'offerta coerente con le nuove sensibilità sociali ed ambientali. E' partendo da questi presupposti che Stiglitz, Nobel dell'economia, osservava in questi giorni che "la vera domanda che dobbiamo porci è in quale modo possiamo moltiplicare le probabilità che, in fondo al percorso di questa crisi, ci si possa incanalare verso una ripresa robusta".

Non si può più continuare a produrre e vendere ipotizzando bocce ferme sul fronte del consumo. Non si può alimentare un'offerta di beni e servizi per cui non si sente più, come in passato, una reale necessità ignorando il mutato contesto in cui ci si trova adesso ad operare. Non cogliere che, dietro la flessione dei consumi, non c'è soltanto un minor reddito disponibile ma lo stato nascente di nuovi comportamenti che presto diver-

ranno egemonici. Nei prossimi mesi dovremo confrontarci con gravi problemi sul fronte dell'occupazione e, conseguentemente, anche reddituali. Ma, per la prima volta dopo decenni, lo scenario sarà di prezzi decrescenti praticamente in tutti i settori.

Il consumatore in questi anni non solo è divenuto più attento, più selettivo, più competente. Ha sviluppato un crescente nomadismo alla ricerca di punti vendita, prodotti e servizi ad un costo più contenuto. Che valuta cioè, secondo

personalissimi iter, come equi, non necessariamente a costi stracciati. La sua autostima è cresciuta riuscendo a trovare, anche in quest'area, alternative in grado di soddisfare ugualmente bene i suoi bisogni. Si è accorto che la rinuncia ad alcuni acquisti, o l'aver allungato i tempi di sostituzione (che ha provocato un bagno di sangue a chi vende), non ha provocato particolari disagi. Si è imbattuto sempre meno spesso in prodotti realmente innovativi per cui valesse davvero la pena spendere o mutare le proprie abitudini. Anche la gerarchia dei bisogni è cambiata così che, in un clima recessivo, vi sono comparti del consumo che sono andati controcorrente: quelli legati alla salute anche nell'accezione più olistica, il viaggio e la vacanza, gran parte dei prodotti hi-tech. Nuovi sistemi di valori (autenticità, etica, cultura digitale, sostenibilità ambientale) stanno orientando, in maniera diversa dal passato, le sue scelte.

Non c'è uno scenario di austerità ad attenderci. Ma un'epoca si è conclusa per sempre. Nuovi indirizzi per la produzione, sia a livello macro che di scelte di politica economica, non potranno certo essere immediati. Si tratta, quindi, di trovare un equilibrio economicamente sostenibile tra esigenze all'insegna del primum vivere e nuovi modelli di sviluppo che devono essere percorsi con determinazione: perché il futuro è proprio in quella direzione. Il presidente Usa Obama nei giorni scorsi a Detroit, durante la visita ad una azienda riconvertita alla produzione eolica soltanto da un paio di anni ma già di grande successo ha annunciato: "Creeremo nuovi posti di lavoro con 500 mila persone nel settore delle turbine e dei pannelli solari per far sì che gli edifici pubblici divengano ecologici". Non vorrei indulgere alla retorica di questi giorni ma forse, ancora una volta, l'esempio da seguire ci viene da Oltreoceano.

Si annuncia uno scenario di prezzi decrescenti: calerà la domanda anche quando l'emergenza sui redditi sarà finita

