

Ma il commerciante non gioca sui prezzi

DI CARLO SANGALLI



Imago Economica

Dunque, è nato Mister Prezzi, anche se si sovrappone in parte al ruolo che già svolge l'Antitrust. Non possiamo che augurargli buon lavoro, con l'auspicio che questa figura (...).

A PAGINA 12

Dopo l'intervento del garante

Ma il commerciante non gioca sui prezzi

Il problema vero è il reddito e il potere di acquisto delle famiglie, che da anni non cresce

di Carlo Sangalli *

Dunque, è nato Mister Prezzi, anche se si sovrappone in parte al ruolo che già svolge l'Antitrust. Non possiamo che augurargli buon lavoro, con l'auspicio che questa figura istituzionale possa contribuire ad un'operazione verità sulla questione prezzi. Possa, cioè, fare quell'operazione di cultura e informazione sui temi legati ai prezzi e all'inflazione, come chiediamo da tempo. Dal nostro punto di vista tale questione è di centrale importanza, convinti come siamo che la democrazia più in generale, non solo la sua componente economica, si fonda su una veridica, documentata e autorevole informazione.

È necessario partire, ha detto Antonio Liroso, garante per la sorveglianza dei prezzi, proprio su queste pagine (vedi *Corriere Economia* di lunedì 28 gennaio 2008, ndr) da un maggior li-

vello di consapevolezza sulle dinamiche dei prezzi. Aggiungendo che occorre un approccio fondato su una maggiore cognizione delle reali dinamiche di mercato, della variabilità dei prezzi.

Speriamo che sia vero. Speriamo cioè che sia finalmente arrivato il momento di fare giustizia delle troppe cifre in libertà, delle improvvisate statistiche «fai da te» che sono state capaci d'innescare in questi anni solo generici allarmismi, di spargere falsità.

A cominciare dall'ormai storico luogo comune relativo alla conversione lira/euro secondo la formula «mille lire un euro». Una formula che è stata sonoramente smentita dall'Istat: tra il 2000 e il 2007 si è registrato un aumento dei prezzi del 17 per cento, un dato complessivamente in linea con quanto è successo nel resto d'Europa.

È poco corretto dunque, oltre che sbagliato, sostenere che le difficoltà del Paese provengono dal sistema dei prezzi e che sia soprattutto colpa della distribuzione commerciale che ricordo è stata liberalizzata sin dal 1998. Centinaia di migliaia di imprese, piccole medie e grandi competono ogni giorno fra di loro nel mercato, alcune non reggono que-

sta competizione e chiudono, altre ne nascono, ma tutto all'insegna della concorrenza.

Si tratta, dunque, di suggestioni assolutamente infondate. E mi stupisce che, ancora oggi, qualche interlocutore istituzionale incorra in tali sviste.

L'inflazione in Italia è oggi inferiore al resto d'Europa. Un dato obiettivo, sottolineando il quale si fa riferimento implicito ai provvedimenti del governo in mate-



ria di liberalizzazioni. Un'azione certamente positiva, però c'è anche dell'altro. C'è, ad esempio, che secondo quanto rilevato dall'Eurostat, negli ultimi tre mesi l'inflazione italiana sui beni alimentari è stata sensibilmente più bassa rispetto a quella registrata nell'area euro complessivamente intesa. Il problema vero, dunque, e lo ripeto non è la scarsa concorrenza della distribuzione né forme di speculazione, (ricordo che l'unico vero patrimonio che ha il commerciante è il consumatore) che fanno lievitare impropria-

te i prezzi, ma il reddito e il potere di acquisto delle famiglie che da anni non cresce.

Infatti, è stretto da una tenaglia tra l'eccessivo livello delle tasse e l'aumento delle cosiddette spese incomprimibili e cioè affitti, acqua, luce e gas, servizi bancari e assicurativi che ha di fatto ridotto il reddito disponibile destinato ai consumi. Basti pensare che queste spese nel '91 erano pari al 19 per cento del reddito, ora sono al 25 per cento. E questo avviene mentre assistiamo a prospettive di crescita del paese veramente molto basse che nel 2008 si

attesteranno
con una crescita
del Pil attorno al
l'1 per cento e
per i consumi di
un modesto 1,2
per cento. Ben
venga dunque
Mister Prezzi

senza però dimenticare che il primo dovere delle istituzioni è innanzitutto quello di ripristinare le condizioni per un serio dibattito di politica economica. Un dibattito che richiede di sottrarsi all'urgenza del fare subito e a qualsiasi costo, che rischia di trasformarsi in un compito impopolare, ma che sarebbe di grande utilità al Paese. E poi, in fondo, le persone hanno un debole per la verità. Mister Prezzi faccia il primo passo in questa direzione. Vedrà che gli altri seguiranno.

** Presidente
Confcommercio*