

Editoriale

L'affermazione della "società del consumo" è una vera e propria rivoluzione, il cui impatto sociale ed economico non va sottovalutato rispetto ad altre più note e sanguinose rivoluzioni del secolo scorso. Nata negli Stati Uniti negli anni '20, investe poi l'Europa e, dal secondo dopoguerra, anche l'Italia.

Certamente, oggi, nei paesi occidentali, la grande fame di "cose" per soddisfare bisogni primari è finita. Non lo è però la voglia illimitata di soddisfare desideri. Il consumo è attualmente un potente fattore di consenso sociale: grazie all'azione dei media, l'identificazione generalizzata nei valori del consumo dà vita alla cultura di massa.

Il consumo non ha perso la propria centralità nell'economia: è la voce principale della domanda, e la domanda è lavoro, e il lavoro è reddito e ancora consumo. Il consumo sembrerebbe essere anche una virtù sociale. Tutti abbiamo presente una recente promozione televisiva, del tipo "pubblicità progresso", volta a sollecitare i cittadini a consumare, giacché senza consumo cadono la produzione e l'occupazione.

La crescita del consumo deve molto al robustissimo stimolo della pubblicità. Vi sono però molti altri strumenti che contribuiscono a sostenerla. Il credito è uno di questi, e non tra i minori. Presente da tempo in altri paesi economicamente più evoluti, esso ritarda a evidenziarsi in Italia, e prorompe solo in tempi assai recenti.

A questo tema sono dedicati gli interventi contenuti in "focus", che ne analizza motivazioni, benefici e rischi, e strumenti operativi.

Il quadro complessivo che emerge dall'insieme dei contributi è innanzitutto quello di un avvicinamento legislativo, comportamentistico e quantitativo agli standard europei. Dobbiamo dedurne che siamo su una buona strada? Forse sì, ma a condizione di evitare eccessi ed errori presenti in altri paesi, dove si sono create situazioni di sovraindebitamento e si sono evidenziati abusi, favoriti da

una legislazione troppo permissiva. Non a caso è in discussione al Parlamento europeo una nuova Direttiva in tema di credito al consumo.

Un secondo elemento che emerge è l'affermarsi di un comportamento assai diversificato da parte dei cittadini-consumatori. Dal momento che oggi il mantenimento di un certo livello di consumo è ritenuto dai più un obiettivo irrinunciabile, ma che nello stesso tempo l'andamento del reddito è più irregolare rispetto al passato, lo sviluppo di un'offerta di credito al consumo rappresenta un'opportunità positiva, che i consumatori sembrano voler cogliere. Tale evoluzione però è fisiologica a condizione che il cittadino non sovrastimi le proprie aspettative di reddito nel medio e lungo periodo, a fronte di aspirazioni di consumo rigide verso il basso. Data l'attuale situazione italiana, ci si può ragionevolmente chiedere se la forte crescita del credito al consumo proprio in questi anni abbia un carattere fisiologico o patologico.

A questo riguardo le risposte date dagli articoli sono diverse, se non opposte. L'ultima indagine della Banca d'Italia sui bilanci delle famiglie italiane (gennaio 2006) ci aiuta forse a chiarire il punto. In Italia mediamente si risparmia ancora molto: la propensione media al risparmio è del 24,9%. Tuttavia le famiglie con un reddito annuale inferiore o eguale a 20.000 euro, che rappresentano circa un terzo della popolazione, hanno mediamente un risparmio nullo, a fronte di una propensione di quasi il 40% dei gruppi a reddito più alto. Queste ultime sono anche le famiglie che detengono più ricchezza sotto forma finanziaria. In parte sono proprio queste famiglie che ricorrono al credito al consumo, all'interno di una gestione finanziaria del proprio patrimonio più articolata. È però anche vero che la ricchezza dei più, compresa quella dei più ricchi, assume decisamente la forma di attività reali, e abitative in particolare. Ne deriva che la parte dominante del credito al consumo assume appunto la forma di mutui per l'acquisto di case. Tenuto conto anche del fatto che nei bilanci familiari solo una piccolissima parte, il 7,7%, riguarda i consumi durevoli, sembrerebbe potersene dedurre che, al netto dei mutui abitativi, accanto al credito al consumo di persone mediamente ricche e finanziariamente oculate, sia importante anche quello a coloro che hanno un reddito medio-basso. Quindi il quadro complessivo è fatto di luci e di ombre, ma è soprattutto la categoria di consumatori deboli che va salvaguardata, in un sistema economico le cui prospettive non sono a essi affatto favorevoli.

Al di là di queste, pure importanti, considerazioni di breve e medio periodo, ci sembra però utile riportarne altre di più lunga prospettiva. Alcuni insigni economisti, tra cui il premio Nobel Arrow, si sono posti recentemente il seguente quesito: "*Are we consuming too much?*" (Journal of Economic Perspectives, 2004, n. 3). La risposta è nell'insieme affermativa. L'attuale ritmo di consumi non è sostenibile alla lunga, dal momento che troppo poco s'investe in capitale umano e in tecnologia per far fronte all'esaurimento del capitale naturale. È certamente un messaggio a cui dovremmo dedicare più attenzione, perché riguarda il futuro non troppo remoto della nostra società del consumo, sostenuta anche dal credito.