$La \ carenza \ di \ materie \ prime \ e \ la \ variabile \ inflattiva \ impediscono \ la \ crescita \ economica$

Agenti tra guerra e inflazione

L'incertezza pesa sulle previsioni, ma si può essere ottimisti

DI LUCA GABURRO*

■ ccoci nel 2023 e trascorso il primo me-se del nuovo anno cominciano ad arrivare le nuove proiezioni per l'economia italiana. Il quadro delineato da Bankitalia è - e non poteva essere diversamente - in chiaroscuro e di sostanziale incertezza. Le criticità principali derivano ovviamente dalla guerra in Ucraina, i cui effetti, secondo l'analisi della nostra banca centrale, do-vrebbero continuare a pesare negativamente sul quadro macroeconomico nei primi mesi di quest'anno, per ridursi gradual-mente nel corso del 2023. D'altro canto, come tutti sappiamo, nonostante la guerra, il 2022 è stato un anno positivo per l'economia italiana con una crescita che, malgrado il ral-lentamento degli ultimi mesi del 2022, ha sfiorato il 4% superando le previsioni dell'Istat e della stessa Bankitalia e attestandosi saldamente sopra la media del Pil dell'Eurozona pari al 3,5%. In realtà è importante notare come i pro e i contro che incidono in maniera determinante sulla nostra economia derivino tutti da situazioni "straordinarie" e del tutto contingenti che, come tali, sono inidonee a certificare la salute e le ca-pacità del nostro sistema economico.

Mi spiego meglio: la cre-scita del 2022 è figlia della fine (o comunque della fortissima diminuzione) degli effetti della pandemia che ha attanagliato il paese per oltre 20 mesi. . La fine del lockdown e delle limitazioni alle attività ha prodotto un diffuso, capillare aumento della do-manda in tutti i settori merceologici, il turismo sebbene ancora al di sotto dei livelli prepandemici ha segnato, nel 2022, circa un più 40% con 400 milioni (si avete capito bene) di persone che hanno scel-to il nostro paese come meta delle loro vacanze. D'altra parte, anche la crescita incontrollata dell'inflazione deriva dall'insorgere di un fatto straordinal'invasione dell'Ucraina e la conse-guente difficoltà di approvvigionamento delle materie prime energetiche che ha portato a rilevanti rincari del prezzo dell'energia e. a cascata. della quasi totalità dei beni di consumo e dei servizi. Certamente l'inflazione aveva già mostrato una tendenza al rialzo nel periodo precedente l'inizio della guerra, ma questa tendenza era da considerarsi fisiologica quanto attribuibile alla tanto auspicata, e finalmente arrivata, riespansione della domanda a tutti i livelli ed in tutti i setto-

ri produttivi. Gli economisti ci insegnano che in un periodo espansivo l'iniziale salita dei prezzi è naturale, ma quella a cui ci troviamo dinanzi ora è un'inflazione energetica, cioè un fenomeno che trova la sua quasi totale origine nei sostenuti aumenti dei costi delle materie prime energeti-

Questo fenomeno, poi, come è forse bene evidenziare, non colpisce tutti nello stesso modo. Sicuramente i costi impazziti dell'energia gravano su tutte le famiglie, ma in alcuni casi il peso è raddoppiato. Si pensi agli agenti di commercio per i quali l'autovettura rappresenta il proprio ufficio ed il principale bene strumentale (percorrendo mediamente oltre 50.000 km/anno). Per loro l'aumento del costo dei carburanti è stato devastante ed accompagnato da rincari generalizzati ed ineludibili quali quelli dei pedaggi autostradali e dei costi di acquisto/locazione e manutenzione del veicolo. E' questo aspetto che deve

Cenl Aerani-Corallo e Cisal terziario in vista

Aeranti-Corallo e Cisal Terziario, con l'assistenza della Cisal, hanno avviato le trattative per il rinnovo del Contratto collettivo nazionale di lavoro per i lavoratori delle im-prese radiofoniche e televisive in ambito locale, syndications, agenzie di informazione radiotelevisiva, imprese radiofoniche e televisive sa-tellitari e via internet. Tale Ccnl si applica a tutti i lavoratori di tali imprese ad eccezione dei giornalisti.

Al riguardo, il coordinatore Aeranti-Corallo Marco Rossignoli e il segretario generale di Cisal terziario Vincenzo Caratelli, unitamente al segretario confederale della Cisal Fulvio De Gregorio, hanno dichiarato che è intendimento delle parti pervenire al rinnovo del contratto collettivo tenendo conto di tutti gli ultimi interventi normativi in materia di lavoro.

tornare al più presto sotto controllo consentendo alla categoria, ma più in ge-nerale alle famiglie di tirare un sospiro di sollievo e di riacquistare contemporaneamente potere di acquisto nonché propen-sione al risparmio, capacità, al momento, estremamente compromesse. C'è poi un altro aspetto negativo che emerge da alcune previsioni ed annunci di grandi gruppi mondiali che va attentamente valutato ed interpretato. Mi riferisco ai dati sull'occupazione: le previsioni per l'Italia restano secondo gli analisti leggermente positive, ma non è così su scala gĺobale dove invece si teme una flessione soprat-tutto negli Stati Uniti e nel Regno Unito.

Per interpretare correttamente questo dato ritengo indispensabile fare un'attenta analisi dei settori che sembrano essere i più colpiti dagli annunci di licenziamenti di massa: questi vengono, solo per citare i più famosi, da società come Amazon, Deliveroo che Twitter, operano in ambiti che nel biennio pandemico sono letteralmente esplosi registrando crescite abnormi rispetto ai periodi prece-denti: nei due anni di restrizioni le persone hanno acquistato beni e servizi, ordinato pranzi e cene quasi esclusivamente on line e comunicato in modo sempre più massivo tramite i social. Ciò ha reso necessario implementare. ben al di là delle previsio-

ni, gli organici di queste aziende. Örganici che ora, con il ritorno alla normalità, risultano sovradimensionati. Un altro aspetto che tengo a sottolineare e che è emerso dalle molteplici interviste ed analisi fatte dagli esperti durante le festività natalizie del 2022 è il massiccio ritorno dei consumatori non solo genericamente nei negozi fisici, ma, cosa ancora più importante secondo me, nei negozi di quartiere. Mi è accaduto più di una volta di sentire interviste a persone che affermavano di aver effettuato la maggior parte degli acquisti nel proprio quartiere, vuoi per comodità vuoi perché riconoscevano, come in alcuni casi espressamente affermavano, l'importanza di mantenere vive le piccole realtà com-

merciali "sotto casa". Questo è un dato che non può che essere visto con favore dal mondo dell'intermediazione commerciale tradizionale di cui l'agente di commercio è parte integrante, per-ché sta a significare il ritorno a dinamiche com-merciali più genuine e che favoriscono un'economia circolare al posto di un'economia dominata grandi dai grandi giganti dell'e.commerce. È triste dirlo, ma forse la pandemia è servita a farci ricordare l'importanza di riacquistare una dimensione sociale di tornare nelle strade, nei mercati e nei negozi delle nostre città per incontrarci, confrontarci e, perché no, per comprare ciò che vogliamo.

Insomma, le previsioni so-no piene di incertezza, ma, a ben guardare, se la grande incognita della guerra si risolvesse nei prossimi mesi, vi sarebbero più motivi di ottimismo che di preoccupazione per il futuro.

stsegretario nazionale Federagenti

Centro Studi EN.BI.C. - ENTE BILATERALE CONFEDERALE ANPIT, CIDEC, CONFIMPRENDITORI, UNICA, CISAL TERZIARIO, SEDE IN ROMA, 0017, Via Cristoforo Colombo 115 tel. 0688816384/5 - Sito www.enbic.it - Info@enbic.it

