

COSTI IN AUMENTO NEI PAESI EVOLUTI E CRESCITA DEI CONSUMI IN QUELLI IN VIA DI SVILUPPO I TREND EMERGENTI

Consumi post-crisi: in prospettiva il low cost diverrà mainstream

Francesco Oldani

Il paradigma della crescita costante e consistente è tramontato. Lo spostamento di porzioni di Pil mondiale verso il far est è irreversibile: dopo la crisi, la curva di crescita sarà a bassa pendenza. Di più: la pressione fiscale è destinata a insistere sui consumatori. Le variabili in gioco sono dipendenti da fattori

1. I costi sociali della crisi impediscono la riduzione delle tasse
2. Il prossimo periodo di crescita non ripristinerà il potere di acquisto
3. Il mercato low cost rappresenta un'exit strategy reale

spesso concorrenti. In sintesi: **Debito pubblico:** secondo le previsioni della Commissione europea il debito pubblico italiano toccherà il 113% del Pil nel 2009 e il 116,1% nel 2010. Nello stesso anno la Germania raggiungerà il 78,7%, la Francia l'86% e la Spagna il 62,3%. Seguono Uk che sfiorerà il 60%. Fuori dall'area euro, gli Usa (secondo le ultime stime) oltrepasseranno l'80% nel 2009 mentre il Giappone (seconda economia al mondo) è vicino al traguardo del 200% rispetto al Pil. Il rientro da tali esposizioni è in cima alle agende dei ministri economici che non potranno abbassare le tasse.

Ammortizzatori sociali e stimoli all'economia. L'indisponibilità di reddito per i consumi deprime la domanda e si cortocircuita sull'occupazione che deve essere sostenuta con ammortizzatori sociali che incrementano i costi dello stato. Altra voce di costo sono gli stimoli economici prevalentemente orientati all'offerta (mercato dell'auto, degli elettrodomestici bianchi, delle tecnologie per le energie rinnovabili ecc). Dopo il drogaggio dei mercati, è problematico chiudere gli incentivi.

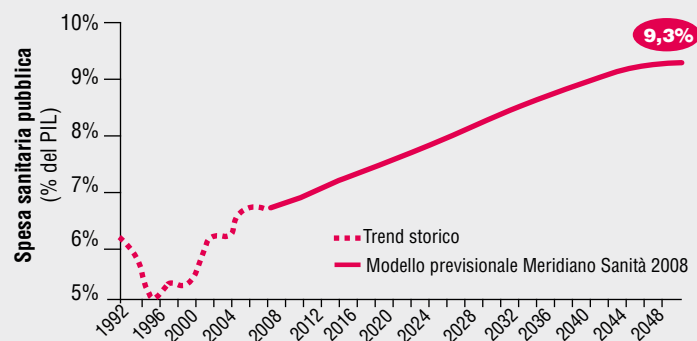
Demografia. L'aumento dell'aspettativa di vita e l'invecchiamento della popolazione impatta sia sul mercato del lavoro sia sulle spese vive. La contromisura di incrementare la soglia dell'età di pensionamento riduce il turnover nel mercato del lavoro concentrando i redditi. I soggetti più produttivi non entrano nel mercato del lavoro, i meno efficienti permangono a lungo.

Complessità. La società diventa più complessa e le spese di base tendono a crescere.

INVESTIRE PAGA

Nel 2009 è stata fondata il Barilla Center for Food & Nutrition per lo studio multidisciplinare dei temi legati alla nutrizione correlati all'economia, alla medicina, alla sociologia e all'ambiente. Hanno dato adesione all'iniziativa nomi di prestigio tra cui l'oncologo Umberto Veronesi, l'economista Mario Monti e altri. L'obiettivo è promuovere gli stili alimentari sani migliorando le conoscenze scientifiche disponibili che orientino opportune politiche socio-sanitarie (i risultati degli studi sono pubblicati sul

Previsione della spesa sanitaria in Italia



La crescita dei costi degli stati a economia avanzata impatta sui consumi
Fonte: The European House-Ambrosetti "Meridiani Sanità - Le coordinate della salute. 2008"

sito www.barillacfn.com). Tra i primi risultati vi è la pubblicazione di uno studio su alimentazione e salute nel quale sono evidenziati gli impatti economici e sociali legati all'alimentazione. Nell'importante mole di dati pubblicate è presente anche la previsione della spesa sanitaria in Italia. Da circa il 7,7% del Pil nel 2009 si passa al 9,3% nel 2050. La sanità quale voce di costo dello stato è quindi destinata ad aumentare in tutti i paesi sviluppati ma maggiormente in quelli che non investiranno in prevenzione. Nel 2006 in Italia si è speso in prevenzione lo 0,6% della spesa sanitaria complessiva contro il 6,5% del Canada, il 3,1% degli Usa, il 2,3% dell'Olanda, il 2,2% della Spagna e l'1,5% della Francia.

LIBERARE RISORSE

A fronte di questi costi crescenti, occorre trovare una strategia per i consumi e questa può essere il low cost. Il modello produttivo e distributivo low cost non

si limita a una semplice riduzione dei costi (a cui corrisponde in larga misura un differimento di reddito e la depressione di alcune categorie) ma prende in considerazione una revisione profonda dell'offerta attraverso un marketing ad hoc e investimenti strutturali che nel tempo cambiano anche la parte organizzativa delle imprese. L'affermazione del low cost libera risorse destinabili a consumi qualitativamente differenti attivando un processo di shifting dei consumi verso mercati meno banalizzati e più intangibili.



- Allargamento della base dei consumi
- Ritorno all'essenzialità

- Gestione del cambiamento