

Il fascino dell'esclusione

Il fascino dell'esclusione

[Alessandro Casiccia](#)

Égalité/Luoghi esclusi riservati a chi ha di più, lusso in crescita. Mentre il mondo si impoverisce

I consumi dei ricchi sono caratterizzati dal possesso di "beni posizionali", beni il cui prezzo dipende dalla possibilità di escludere gli altri dall'accesso, ad esempio l'abito di alta moda o la casa a Cortina. Un tempo l'imitazione di tali comportamenti era aperta anche a una parte dei ceti medi emergenti. Seguiti a loro volta da un "popolo" invidiosamente ammirato e sedotto da meravigliosi consumi pubblicamente visibili. E speranzoso di non rimanere sempre ai bordi del campo.

Oggi lo scenario è mutato. I beni di alto pregio entrano in uno spazio definito. E riservato a una cerchia ristretta, che esercita un potere di esclusione. Ciò riguarda, sia lo spazio privato delle concentrazioni di ricchezza, sia il terreno del controllo politico, esercitato ora più che in passato dalle grandi

corporations. Mentre durante il trentennio ford-keynesiano la concentrazione di ricchezza aveva subito un forte ridimensionamento, dopo gli anni '80 invece, grazie alla minore controllabilità dei movimenti di capitale e al prevalere dell'ideologia liberista, si registra un ritorno, non solo all'ineguaglianza di fine-ottocento ma al patrimonialismo dell'era proto capitalista: con tutto il gioco privato delle alleanze tra famiglie, dei matrimoni combinati e dei lasciti ereditari. In America l'ostilità puritana agli alti livelli di status non individualmente "meritati" è ancora una volta sconfitta dal paradossale avvento di una *new aristocracy*. La cittadina di Greenwich, nel Connecticut, aveva rappresentato, nella *Gilded Age*, una località preferita dai *robber barons* e dai loro eredi. In seguito, nei decenni centrali del novecento, le lussuose ville di Greenwich, nessuno poteva più permettersi di mantenerle. L'indirizzo dell'economia procedeva verso un maggiore equilibrio e una riduzione delle disuguaglianze.

Oggi, invece, in America come in Europa, il reddito della grande maggioranza della popolazione è declinato nettamente; e i sintomi di una ripresa non sono tali da considerare superati i tempi della grande incertezza. Contemporaneamente però la ricchezza della minoranza "alta" è salita enormemente. Le luci di un luogo del lusso come Greenwich sono nuovamente accese. E si ricostruisce o si ristrutturava con grande fervore.

A quell'esempio potremmo aggiungerne altri. Ricordiamo la svizzera Gstaad e con essa diverse altre cittadelle protette per l'odierna super-ricchezza. (Che oltralpe trova, fra l'altro, un buon "riparo" fiscale tramite gestori come HSBC). Ricordiamo anche i quartieri, ormai accessibili solo a selezionate minoranze, nel cuore delle grandi metropoli: Londra, Parigi, New York. Dove i valori immobiliari sono recentemente mutati, spesso invertendo le stesse forme della *gentrification*. Dove aree come Central Park West, nel cuore di Manhattan, divengono luoghi protetti, escludenti, riservati a pochi che si arricchiscono vieppiù, proprio mentre procede l'impoverimento dei molti. Pochi che acquistano opere d'arte per centinaia di milioni di dollari. E in porticcioli esclusivi ormeggiano grandi barche, con a bordo piscine, teatri, piattaforme per elicotteri.

Che la drastica contrazione dei consumi di massa compresi i beni di prima necessità, sia almeno temporaneamente compensabile dalla tenuta dei consumi d'alta fascia è oggetto di discussione. La nota tesi che la plutonomia, il mercato del lusso per i molto agiati, fornisca un rimedio sufficiente a rendere meno traumatico il declino della produzione di massa, destinata a una

domanda di massa, è messa in dubbio da Joseph Stiglitz, ad esempio; o anche da Nick Hanauer, il maggiore azionista di Amazon e Microsoft. Ma la discussione è aperta. In un sistema imprenditoriale come quello italiano, per tradizione orientato alla "qualità", il segmento del lusso continua ad essere in crescita. Il ritorno degli investimenti, nel 2014, ha superato il 20%.

Ferragamo, ad esempio, è decisamente in rialzo, compensando il rallentamento di acquisti di Giappone e Russia con un più 5% della domanda USA.

La tendenza generale trova conferma in ricerche condotte da Altagamma, Fashion & Luxury Insight, o Deloitte.

Anche le recenti spese natalizie sono significative. Mentre, la grande "classe media" europea non ha raggiunto i 200 euro per famiglia, quelle della minoranza agiata sono andate ben oltre i 2000.

Si