

31 ottobre 2023 10:42

Le multiutility. Convengono ai consumatori?

di [Vincenzo Donvito Maxia](#)



La Grande distribuzione organizzata (Gdo) sta puntando anche su servizi che, di base, non fanno parte del proprio business: viaggi, energia, assicurazioni, telecomunicazioni (1). Così come, per esempio, troviamo nei supermarket di prodotti alimentari anche cartoleria e abbigliamento. Gli approcci aziendali a questo business sono di due tipi:

- vendo anche prodotti che il consumatore compra comunque perché non ha tempo per andare a cercarli nei negozi specifici;
- uso la notorietà del mio marchio per avviare altre attività che hanno mercato.

Per i consumatori, è conveniente o no? Gli scenari.

I calzini o le mutande o il quaderno comprati all'Esselunga o alla Coop, per esempio, mediamente costano di più degli stessi prodotti acquistati in negozi specifici. Anche la scelta è inferiore, perché essendo un piccolo commercio, i prodotti offerti sono quelli più "semplici" e con un mercato maggiore.

I viaggi, servizi energetici e telefonici, le assicurazioni, sono offerte che comportano un maggiore impegno ed investimento che non calzini e mutande. Questo mercato è ancora agli albori in Italia. Non abbiamo aziende multiutility che hanno la medesima professionalità nel trattare i pomodori o una bolletta. Spesso si tratta di accordi tra i supermercati e aziende dei settori specifici. Supermercati come agenti di questo o quel servizio. Per il consumatore si tratta di un intermediario che, se magari nel prezzo non si differenzia rispetto alla "casa madre", è possibile che si noti una certa discrepanza nella qualità del servizio di intermediazione e di assistenza. Questo non significa che un supermercato non possa superare questo gap, e che il supermercato da intermediario passi ad essere attore in prima persona per la fornitura di questi servizi. Ma, allo stato, sembra che ci voglia tempo per arrivare a questo e le offerte nel mercato sono timide e a completamento dell'offerta primaria: vendo meglio i pomodori se al consumatore lancio un messaggio che il supermercato è in grado di dargli la stessa bontà anche per un viaggio in Thailandia o per una bolletta. In merito vale ricordare le linee di credito finanziario che questi supermercati hanno attivato per far pagare i propri prodotti, ma siamo ancora lontani da un servizio bancario vero e proprio.

Per questi servizi extra, [c'è chi parla](#) di guadagni per le aziende che potrebbero arrivare anche al 30-40% dei ricavi complessivi. Visto come in materia alcune catene della grande distribuzione organizzata operano in Paesi come Germania, Svizzera o Usa, non si può escludere che possa accadere altrettanto anche in Italia. Le multiutility nei primi anni dopo la seconda guerra mondiale hanno caratterizzato l'economia nazionale: essenzialmente monopoli che ci hanno reso ricchi nonostante fossimo tra i Paesi colpevoli del nazifascismo e della guerra e sconfitti. Questi monopoli sono ancora in fase di smantellamento (si veda la novella degli stenti della [fine del mercato energetico di maggior tutela](#)). Smantellamento che è una scelta di economia di mercato, comune ai nostri partner europei e non solo, che sembra più utile per una maggiore e diffusa ricchezza.

Ed è qui che viene il dubbio se sia più utile o meno, per il nostro regime economico, facilitare le multiutility. Stiamo ancora smantellando i monopoli e cerchiamo benessere nella riedizione di aziende omnicomprensive che è facile possano portare allo smantellamento del mercato diffuso, concentrando le migliori offerte nelle mani di pochi a discapito di piccole e medie imprese? La domanda che ci dobbiamo porre è: per il consumatore è meglio pagare 10 per un prodotto che ha annullato la concorrenza o pagare tra 6 e 14 per prodotti che può scegliere e che le aziende fanno a gara per convincerlo della propria bontà rispetto agli altri concorrenti?

Il nostro sistema economico ha proprio per questo delle autorità Antitrust. Crediamo sia il caso che lavorino molto, quantomeno per farci capire e conoscere cosa succede caso per caso.

E' bene che il consumatore sia informato su cosa succede nel mercato, soprattutto che economicità e qualità sono frutto di concorrenza. Informazione che è bene arrivi anche ad aziende e decisori.

[Qui il video sul canale YouTube di Aduc](#)

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)