



*aeee Italia*  
Associazione Europea per l'Educazione Economica

## Economia e pandemia

### Terza parte

Di Roberto Fini

### 3. Strani effetti della pandemia (e del coprifuoco)

#### 3.1 A proposito di bidet e carta igienica

Durante l'estate del 2013 il Venezuela venne colpito da una grave crisi economica (che peraltro continua tuttora). La crisi fu preannunciata dalla scomparsa della carta igienica dagli scaffali dei supermercati. Insieme a molti altri generi di prima necessità, la carta igienica, non proprio fondamentale per la vita umana avendo numerosi sucedanei (qui evitiamo per buon gusto di elencarne i più diffusi...), viene comunque considerata estremamente importante per condurre un'esistenza confortevole.

In quella estate, segnata in Venezuela da manifestazioni contro il caro vita, era diventato impossibile trovare un rotolo di carta igienica: al mercato nero aveva raggiunto prezzi proibitivi ed era comunque difficile trovarne. Solo pochi privilegiati riuscivano ad ottenerne.

A causa della pandemia e delle sue conseguenze, decine di migliaia di supermercati in tutto il mondo si sono ritrovati nella stessa situazione: a causa dei grandi acquisti fatti dalla popolazione spaventata dalla quarantena, la grande distribuzione ha faticato a mantenere le forniture di beni di prima necessità come pane e latte, ma anche carta igienica. Da Hong Kong agli USA, passando dalla Germania, i rotoli di carta igienica sono divenuti in bene quasi introvabile.

Numerosi indizi fanno pensare che si tratti di un problema globale, ma che non ha colpito tutti i paesi allo stesso modo. Innanzitutto, sembra che i paesi in cui si utilizza il bidet siano quelli che hanno sofferto di meno: non ci sono notizie di rilevante penuria di carta igienica in Italia o in Portogallo, dove è obbligatorio installare bidet nei bagni privati. Sembrano risparmiate anche la Francia e la Grecia, dove il bidet o sue alternative (in genere una sorta di doccia installata accanto al water) è presente in circa la metà dei bagni degli appartamenti.

Ma dove il bidet non è molto diffuso, la crisi della carta igienica ha colpito duramente: in febbraio 2020, quando la pandemia era solo all'inizio, sui social network hanno cominciato a circolare molti video provenienti da Hong Kong che mostravano negozi presi d'assalto e persone che se ne allontanavano con tutta la carta igienica che riuscivano a trasportare. In quegli stessi giorni si è diffusa la notizia di una rapina a mano armata, sempre ad Hong Kong, il cui unico obiettivo da parte dei rapinatori era stato quello di impossessarsi di 600 rotoli di... carta igienica.

Qualche settimana dopo immagini simili sono iniziate ad arrivare dalla Germania: a Dornburg, in Assia, il proprietario di un negozio di animali ha messo in piedi un'improvvisata postazione di vendita nel parcheggio di fronte al negozio, dopo essere riuscito era riuscito ad acquistare un carico di alcune migliaia di rotoli di carta igienica! In Australia un bar ha iniziato ad accettare pagamenti in rotoli di carta igienica: un caffè costa tre rotoli (il che non è poco considerata la qualità del caffè australiano!).

Negli USA, nelle quattro settimane di marzo 2020 gli americani hanno speso 1.400 milioni di dollari in carta igienica, più del doppio rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Gli unici prodotti che hanno registrato incrementi di vendite simili sono stati i disinfettanti per le mani. Dunque, la domanda da porsi è: come è possibile che le civiltà più ricche e prospere della storia umana si trovino in difficoltà a soddisfare la domanda di un bene così banale come un rotolo di carta igienica?

Può sembrare un argomento poco serio sul quale concentrare l'attenzione, eppure gli studi sull'argomento non mancano: la mancanza di carta igienica non è un problema nuovo. Da decenni è sempre fra i primi beni che vengono a mancare dagli scaffali dei supermercati quando ci si prepara a fronteggiare un'emergenza come un uragano o una tempesta di neve, anche se di solito in questi casi il problema si risolve nel giro di pochi giorni.

Da un lato la scarsità è un prodotto del panico: le persone comperano più carta igienica rispetto al solito perché sono terrorizzate all'idea di non trovarne più quando ne avranno bisogno. Ma per quale ragione, fra tutti i beni realmente necessari sia proprio un prodotto praticamente sconosciuto fino alla metà degli anni Quaranta del secolo scorso come la carta igienica quello sul quale si concentra l'attenzione dei consumatori?

A questo proposito le teorie sono molteplici: da quelle ovvie – è difficile da rimpiazzare, facile da stoccare, leggera e non deperibile – a quelle più fantasiose. Una di queste teorie più in voga attribuisce almeno una parte di responsabilità alle aggressive campagne pubblicitarie con cui i produttori hanno cercato per decenni di convincere le persone che la carta igienica fosse un bene indispensabile.

Accanto al panico che può spiegare il comportamento dei consumatori c'è anche una ragione più concreta in grado di spiegare perché durante il lockdown i consumatori hanno fatto incetta di carta igienica: poiché le persone sono state costrette a stare in casa tutto il giorno, non hanno potuto utilizzare i bagni del loro posto di lavoro, del cinema o dei ristoranti. Questo spiega i maggiori acquisti di carta igienica rispetto al passato, ma pone un'altra domanda: perché la carta igienica solitamente venduta ai gestori di luoghi pubblici non viene dirottata verso i supermercati, in modo da evitare la penuria?

La risposta è che sono due prodotti differenti: la carta igienica venduta ai privati è di solito di qualità medio-alta, confezionata in piccoli rotoli facili da gestire negli spazi ristretti di un appartamento. Quella acquistata, per esempio, da una mensa aziendale, invece è più economica e viene venduta in rotoli di grandi dimensioni che devono durare a lungo in modo da minimizzare i tempi di ricarica.

Spesso i produttori di carta igienica destinata ai privati sono diversi rispetto ai produttori di quella industriale. In periodi di alta domanda di quella del primo tipo le imprese che la producono cercano lavoratori in più per incrementare la produzione, ma in periodi di quarantena è difficile trovare nuovi lavoratori. I produttori carta igienica di tipo industriale avrebbero tutto l'interesse a sostituirsi a quelli per la clientela privata, ma in genere non è facile: i loro magazzini sono stracolmi di rotoli giganti che dovrebbero essere adattati e rimpiccioliti in unità acquistabili dai privati. Per quanto una famiglia sia disperatamente alla ricerca di carta igienica, difficilmente è in grado di portarsi a casa i rotoli giganti.

Può sembrare strano, ma quello della carta igienica è un problema di difficile risoluzione: non c'è modo di aumentare rapidamente l'offerta per le ragioni che abbiamo illustrato e quindi l'unica soluzione è quella di aspettare che sia la domanda a calare, ma anche questo è piuttosto difficile che accada. L'amore per la carta igienica e il terrore di rimanere senza, insomma, si dimostrano problemi difficilmente superabili per le stesse economie avanzate.

### 3.2 In quarantena siamo tutti panettieri!

Durante il periodo di quarantena nei supermercati italiani è quasi scomparso il lievito di birra, sia nei classici panetti di prodotto fresco, sia quello secco in polvere. La causa è stata evidente a molti: molte persone tantissime persone hanno approfittato del confinamento forzato a casa per preparare dolci, pane, pizza. Giusto per rendersi conto del fenomeno: durante il mese di marzo 2020 più del 70% degli italiani intervistati da una società di ricerche di mercato, ha fatto il pane in casa e una percentuale anche superiore ha confezionato dei dolci. Praticamente percentuali doppie rispetto al periodo pre-COVID!

Fin qui nessun mistero: se ho tempo libero, e durante la quarantena ne ho anche troppo, tanto vale che lo usi per fare qualcosa in cucina! Ma la domanda da porsi non riguarda la ragione per cui la domanda di lievito di birra è aumentata così tanto, ma perché le aziende produttrici non sono riuscite a soddisfarla con adeguati incrementi nella produzione. In effetti anche dopo qualche settimana dal picco di domanda, i supermercati continuavano a non avere disponibilità di lievito di birra.

La risposta ha a che fare con il ciclo produttivo del lievito di birra. In pratica, alcuni dei processi industriali che servono alla produzione del lievito necessitano di tempi relativamente lunghi che non possono essere accelerati. Senza andare troppo in profondità, occorre tenere presente che la produzione di lievito ha origine dal processo di fermentazione di un fungo microscopico, il *Saccharomyces cerevisiae*. In assenza di ossigeno questo simpatico funghetto fermenta e si degrada, trasformandosi nel prodotto che conosciamo.

Si parte da ceppi del fungo originario che le aziende produttrici conservano nei loro frigoriferi: la produzione inizia con pochi milligrammi di materia prima, il fungo *Saccharomyces*, che viene messo in coltura in un liquido zuccherino ricco di sostanze nutritive. Nel giro di 24 ore il fungo si moltiplica e da pochi milligrammi si ottiene un grammo. Questo viene posto in contenitori più grandi ed esposto all'aria, cosa che permette dopo altre 24 ore di ottenere una trentina di grammi di lievito. I passaggi successivi permettono di ampliare la quantità di prodotto grazie a successive fermentazioni, ma ognuno di questi passaggi necessita di ulteriori 24 ore.

Per farla breve: per compiere un intero ciclo produttivo è necessaria una settimana e non c'è modo di accelerare la moltiplicazione del lievito perché si tratta di un processo naturale e il microrganismo ha bisogno di quel tempo per riprodursi in grandi quantità. Se si tiene conto del fatto che nel periodo della quarantena la domanda di lievito è aumentata all'improvviso di dieci volte circa, si comprende bene perché le imprese si sono trovate in difficoltà e gli scaffali dei supermercati sono rimasti a lungo desolatamente vuoti.