

Il frigorifero e il cavo

Pubblicato: Sabato 9 Maggio 2026



A Varese, come altrove, l'economia di solito si presenta così: davanti allo scaffale del Tigros. O dell'Esselunga. Bottiglia d'olio in mano, sguardo al prezzo, piccolo sussulto interiore. "Ma com'è possibile?" Domanda santa. E quasi sempre mal posta. Perché il punto non è solo che cosa costa di più. Il punto è: **chi decide, davvero, quanto ti costa vivere normalmente.**

Ieri, in una chat di ex colleghi Whirlpool, è comparsa una fotografia più istruttiva di molti convegni. Whirlpool: **-15% in Borsa in un giorno.** Non un incidente. Non un sabotaggio. Non un'invasione aliena. Molto peggio: mercato. Nel primo trimestre, in Nord America, la domanda è scesa del 10%. I costi sono saliti. Le previsioni di profitto sono state tagliate a metà. Soluzione: aumentare i prezzi del 10%. Detta senza inglesismi manageriali: **la gente compra meno, produrre costa di più, quindi si prova a far pagare di più chi è già in difficoltà.** Strategia comprensibile. Non sempre vincente.

Oggi Whirlpool vale meno di 3 miliardi di dollari. Fa frigoriferi, lavatrici, asciugatrici: cose che milioni di famiglie usano davvero. Eppure vale meno di tante aziende che producono oggetti che nessuno vede.

Poi c'è l'altra scena. Dieci anni fa, uno dei miei primi lavori da consulente fu Prysmian. Allora era già importante, ma portava ancora il sapore di una costola industriale emancipata: l'antica Pirelli Cavi, uscita dai sotterranei simbolici della casa madre per costruirsi una nuova identità. Chi, come me, Viola e Alessio, ha visto nascere la nuova sede di Bicocca lo capiva subito: non stavano vendendo solo cavi. Stavano dicendo: **il mondo nuovo avrà bisogno di passare da qui: energia (elettrica) e dati.**

L'altro giorno Prysmian ha superato i 45 miliardi di euro di valore. Negli ultimi anni: +400%. E qui anche la pendolare di Gavirate, il pensionato di Busto, l'idraulico di Gallarate o l'operaio di Luino hanno diritto alla stessa domanda: **com'è possibile che un'azienda di cavi corra più di una di frigoriferi?**

La risposta è semplice. E spiega mezzo secolo. **Il mercato non premia soprattutto ciò che compri. Premia ciò senza cui il resto si ferma.** Il frigorifero serve. Ma se cambi marca, il mondo continua. Se saltano reti, energia, infrastrutture, chip, dati...si ferma molto di più. Il frigorifero conserva la spesa. Il cavo, sempre più spesso, conserva il sistema.

Ecco il segreto che molti subiscono ma pochi raccontano: **le aziende più forti spesso non vendono le cose più visibili. Controllano quelle più inevitabili.** Samsung (vale 1.7 trilioni di dollari) non vola perché fa solo lavatrici. Vola perché produce anche semiconduttori: i cervelli del nostro tempo. Apple non vende soltanto telefoni. Vende dipendenza organizzata con ottimo design. Microsoft non vende Word. Vende una parte crescente dell'infrastruttura invisibile con cui lavorano aziende, governi e persone. Enel non manda solo bollette. Gestisce una parte del sangue energetico. Leonardo non costruisce soltanto macchine. Presidia sicurezza. Prysmian non vende rame rivestito. Presidia connessioni.

Qui sta il punto. Per anni ci hanno raccontato l'economia come se fosse soprattutto produzione. Fabbrica. Prodotto. Vendita. Oggi conta sempre di più un'altra cosa: **controllare i passaggi obbligati.** Il collo di bottiglia. Lo Stretto. Il satellite. Il filo. La rete. Il chip. Il credito. Chi possiede questi snodi spesso detta condizioni. Gli altri spesso subiscono.

E allora torniamo allo scaffale. Quando il prezzo dell'olio sale, non è quasi mai "solo colpa del supermercato". Dentro ci sono: energia, trasporti, tassi, raccolti, guerre, logistica, tecnologia, valute. Noi vediamo una bottiglia. In realtà stiamo guardando la somma di decisioni industriali, geopolitiche e finanziarie prese magari a Washington, Pechino, Bruxelles o in una banca centrale che non visiteremo mai. **Il supermercato è il punto finale. Non il punto di origine.**

Questo non significa che tutto sia complotto. Significa qualcosa di più utile: **l'economia non è nebbia. Ha una struttura.** E spesso quella struttura premia chi rende il mondo: più connesso, più indispensabile, più difficile da sostituire. Punisce invece chi resta nella guerra pura del prezzo.

Whirlpool questo lo sta vivendo brutalmente. Samsung lo ha capito. Prysmian lo ha cavalcato. E noi? Noi spesso ce ne accorgiamo solo quando cambiano: la bolletta, il mutuo, la spesa, la rata, il costo della normalità.

Perché in fondo l'economia, per una famiglia, non è il Nasdaq. **È il prezzo della serenità quotidiana.** La lavatrice che puoi ancora comprare. La luce che puoi ancora accendere. Il pieno che puoi ancora fare. La carta che passa. Il caffè che non diventa lusso.

Per questo la domanda vera non è soltanto: "Perché costa tutto di più?" La domanda adulta è: **chi controlla i fili, visibili o invisibili, da cui dipende la mia vita?** Capirlo non abbasserà subito il prezzo dell'olio. Ma è già qualcosa. Perché il primo lusso, oggi, non è comprare di più. **È capire meglio perché stai pagando.**

di Giuseppe Geneletti

