

MARKUP 334
OPINIONISTI

DS6901

DS6901

Perché i prezzi al supermercato devono scendere



Mario Sassi
Senior advisor e blogger



Ci attende un fine d'anno all'insegna dei risparmi e dell'attenzione sulla spesa alimentare. Dopo il "caro vacanze" è toccato al "caro scuola", con un aumento del 4% dei libri di testo. Secondo **Confcommercio** le spese obbligate incidono pesantemente sui bilanci familiari, rappresentando il 42% dei consumi totali. L'Arera ha reso noto che nel III trimestre 2024 la bolletta della luce per i consumatori "vulnerabili" arriverà a costare un 12% in più. C'è preoccupazione. Tutelare i redditi medio bassi sta diventando un'assoluta priorità. L'inflazione si è dimostrata una tassa occulta che riduce pesantemente il potere di acquisto e quindi la domanda interna, visto che il 60% del Pil è rappresentato dai consumi delle famiglie. Ritardi così gravi nei rinnovi non si erano mai registrati finora con ripercussioni pesanti sia sulle retribuzioni e sulle condizioni di lavoro di milioni di lavoratori sia sulla dinamica della domanda interna. L'inflazione riduce il potere d'acquisto e la domanda interna, con il 60% del Pil rappresentato dai consumi delle famiglie. Il 62,8% dei Ccnl del Paese è scaduto, causato da ritardi nei rinnovi e ripercussioni sulle retribuzioni e sulle condizioni di lavoro. La pandemia ha modificato i consumi, colpendo in particolare quelli alimentari. Le spese obbligate non torneranno ai livelli pre-covid, con oltre 9mila euro all'anno destinati a queste spese. Il reddito disponibile reale lordo delle famiglie è diminuito, attestandosi oltre sei punti al di sotto del 2008. Per quanto riguarda i redditi in Ue la media sale da 110,12 a 110,82 (2008 pari a 100) mentre l'Italia cala da 94,15 a 93,74. Come ha spiegato Domenico Brisigotti, dg di Coop Italia, alla presentazione del loro interessante rapporto: "se da una parte il quadro inflattivo sembra assestarsi, dall'altra si dovrà tenere conto del fatto che i prezzi, anche se stabilizzati, sono di fatto del 20% superiori

a quelli del 2021". Barilla ha abbassato i prezzi di pasta, merendine e biscotti dal 7 al 13% per il 2024, con gli altri pastai che si sono allineati, ma il resto del comparto agroalimentare non ha seguito l'esempio. L'inflazione ha poi portato con sé anche la convinzione che il reddito familiare negli ultimi due anni non è cresciuto abbastanza per tenere il passo con l'aumento dei prezzi dei generi alimentari. Le famiglie cercano offerte, preferendo i discount e apprezzando la loro evoluzione. Il disagio sociale e la necessità di mantenere una parvenza di benessere hanno influenzato la libertà di scelta sui consumi. Un recente studio della Cgia di Mestre rielaborando i dati Inps e Istat, sottolinea che i lavoratori dipendenti più "poveri" si trovano al Sud, dove in media le retribuzioni sono più basse del 35% rispetto al Nord. Un problema nel problema. Esistono problemi nella filiera, come il giusto compenso e l'evoluzione dei modelli organizzativi, che influenzano i prezzi. Piuttosto che prendersela con i concorrenti sulla scontistica e sulle promozioni a favore dei consumatori, l'associazionismo di categoria dovrebbe lanciare una campagna pubblica sulla necessità che i prezzi rientrino complessivamente negli argini, accompagnando il declino dell'inflazione. Il compito delle associazioni è di stare un passo avanti alle esigenze degli associati, soprattutto sul tema dei prezzi, che sarà centrale anche per il 2025. L'associazionismo di categoria deve svolgere il suo compito, non limitandosi a chiedere risorse al Governo. In Italia c'è un'emergenza salari che va affrontata con un'azione collettiva anche dell'intero comparto, superando le risposte a livello di singole insegne. La gdo nel suo insieme, grazie al ruolo dell'associazionismo, ha saputo smarcarsi dalle accuse di insensibilità sociale ma oggi deve fare un altro passo in avanti.