

Caro bollette, primi effetti sulla spesa delle famiglie

Nel carrello. Possibili aumenti per latte e acqua, più prudente il comparto pasta. Per le imprese spese energetiche in crescita del 17% sul 2024



L'industria potrebbe non riuscire più ad assorbire il caro energia e scaricare gli aumenti sui consumatori finali

**Micaela Cappellini
Sara Deganello**

Gli aumenti della bolletta energetica delle aziende finiranno nel carrello della spesa degli italiani? Qualche giorno fa, il presidente della Granarolo, Gianpiero Calzolari, alla guida di uno dei colossi lattiero-caseari del Paese, ha aperto la strada dichiarando (si veda Il Sole 24 Ore del 13 febbraio) che per i 15 stabilimenti del gruppo il conto dell'energia salirà da 45 a 60 milioni di euro, e che aggiungendo a questo i rincari derivanti dall'aumento del prezzo del latte, per la Granarolo sarebbe diventato inevitabile chiedere alla grande distribuzione un adeguamento dei listini al rialzo del 10 per cento.

L'industria, insomma, potrebbe non essere più in grado di assorbire il caro-energia da sola, ed esattamente come è successo nel 2023 potrebbe apprestarsi a scaricare questi aumenti sui consumatori italiani, innescando una nuova spirale inflattiva.

Rispetto a due anni fa, però, c'è una variabile con cui i piani delle imprese devono fare i conti, ed è la stasi dei consumi. A parte il periodo di euforia post-Covid, infatti, la spesa degli italiani è rimasta pressoché piatta e non sembra accennare a riprendersi in modo significativo. L'ultimo rapporto di Lega-

coop e Prometeia, per esempio, prevede per il 2025 una "ripresa" dei consumi soltanto dello 0,8 per cento. Ecco perché la maggior parte delle imprese, pur soffrendo l'aumento dei costi energetici, sembra volerci pensare bene prima di procedere a un aumento dei prezzi al consumatore finale.

Prendiamo la pasta. Nella primavera del 2023 fu il prodotto simbolo del caro-carrello, il più additato: le associazioni dei consumatori allora denunciavano aumenti dei prezzi del 17,5% su base annuale e del 37% su base biennale. Ragion per cui i pastifici, al momento, nichiano: «Noi non aumenteremo i prezzi», assicura per esempio Giuseppe Ferro, ad della Molisana, tra i marchi più venduti in Italia. Memore della lezione del 2023, il pastificio ha preferito investire nel fotovoltaico e in un trigenatore di nuova generazione: «In questo modo - dice Ferro - per l'energia di giorno non spendiamo nemmeno un euro, e questo ci rende particolarmente competitivi sul mercato. Più immuni ai rally dell'energia».

«Se da qui all'estate i prezzi della bolletta energetica non si fermeranno, dovò prendere in considerazione di aumentare i prezzi»: è esplicito Alberto Bertone, presidente e ad di Acqua Sant'Anna. Le vendite di Sant'Anna vanno bene, è tra i più grandi player del comparto, con oltre 1,5 miliardi di bottiglie all'anno. Il 2023 lo ha chiuso con un fatturato di 320 milioni di euro, il

più alto di sempre. Ma è in un comparto a bassa marginalità. «Scaricare l'aumento dei costi di produzione sul consumatore finale è difficile e anche la grande distribuzione rema contro l'aumento dei listini. Io ho appena rinnovato i contratti con la Gdo, vediamo come va da qui all'estate», spiega Bertone.

Intanto, sui mercati all'ingrosso, i prezzi di gas ed elettricità rallentano rispetto alla fiammata di inizio febbraio, pur rimanendo in una dinamica crescente. Le medie di febbraio sono comunque superiori rispetto a quelle di gennaio e dello scorso anno (si veda anche l'articolo sopra, in pagina). Questi aumenti si rifletteranno anche sulle bollette.

Nomisma Energia prevede per le imprese nel 2025 una spesa per l'energia in crescita del 17%: 197.966 euro complessivi in più rispetto al 2024, per un totale di 1.349.491 euro. Nello specifico, per l'elettricità, per un'impresa tipo che consuma 1.000.000 di kWh annui la spesa per il 2025 potrà arrivare a 278.480 euro: 45.605 in più rispetto al 2024 (+20%). Per il gas invece, per un'impresa che consuma 2 milioni di metri cubi all'anno la spesa stimata per il 2025, sempre da Nomisma Energia, è di 1.349.491 euro: 197.966 in più rispetto allo scorso anno (+17%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«Il rischio è rallentare ancora i consumi»

Mercati all'ingrosso

Micaela Cappellini

Nei mercati all'ingrosso d'Italia, dove si vende dalla frutta alla verdura, dalla carne al pesce, quella della bolletta energetica sta diventando una vera e propria emergenza. «Questo mese il costo dell'elettricità è del 40% più alto

che a febbraio dell'anno scorso», calcola Fabio Massimo Pallottini, dg del Centro agroalimentare di Roma e presidente di Italmercati: rete che raccoglie tutti i più importanti mercati all'ingrosso d'Italia. «Tra gennaio e settembre 2024 l'aumento del costo dell'elettricità è stato lento ma da ottobre c'è stata un'impennata e tutto lascia presagire che non ci fermeremo qua».

Alla mente di Pallottini affiorano i ricordi di fine 2022, quando in due anni la bolletta nei mercati all'ingrosso

passò da 15 a 40 centesimi per chilowattora, un incremento di oltre il 250% che rischiò di far andare a gambe all'aria parecchi grossisti. Di scaricare i rincari della bolletta energetica sui consumatori finali, però, non sembra ci sia al momento intenzione: «Siamo in una fase di consumi molto lenti, non ci sono le premesse per riversare gli aumenti sul carrello della spesa. E non per uno slancio di buonismo, ma perché con una curva dei consumi piatta, o in alcuni casi addirittura in calo, au-

mentare i prezzi dei prodotti freschi avrebbe come unico risultato quello di deprimerne ancora di più i consumi».

Per Pallottini, una strada da percorrere potrebbe essere quella di aiutare i mercati all'ingrosso italiani a investire nelle rinnovabili: «Faccio appello al governo affinché si apra una finestra e i mercati generali possano rientrare nelle agevolazioni che il Pnrr e il ministero dell'Agricoltura prevedono per il fotovoltaico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Altri rincari dopo quelli per le materie prime»

Industria alimentare

Filomena Greco

Un costo per energia e gas che si aggira tra il 5 e il 6% dei costi generali che rischia di salire almeno all'8%, pesando sulla marginalità di un'azienda che è un'eccellenza nel settore della lavorazione del ciocco-

lato. A fare il punto è Guido Gobino che insieme al figlio Pietro guida lo storico marchio piemontese del cioccolato. Le aziende in questa fase, sottolinea, «sono vittime di una logica anche speculativa che si sviluppa sopra le loro teste, un po' come è già stato nel 2022». Inoltre soffrono della mancanza di una politica a sostegno delle energie rinnovabili. In questo contesto, aggiunge, «il rischio è che gli investimenti fatti nell'ottimizzazione energetica dell'azienda,

attraverso un impianto fotovoltaico capace di ridurre le spese energetiche in bilancio, perdano di efficacia».

I listini, spiega Guido Gobino, dovranno tenere conto della variabile energetica che tiene sotto scacco le Pmi e crea incertezza su investimenti e strategie. L'azienda ha già fatto un primo aumento dei listini, del 15%, per tentare di mitigare un'altra pesante variabile a carico di settori come cioccolato, caffè e nocciolo, e cioè l'aumento dei costi delle materie pri-

me. Il rischio è di dover rivedere nuovamente al rialzo i prezzi nei listini di maggio, operativi da settembre. «Se non calano energia e materie prime sarà necessario ritoccare nuovamente i prezzi» spiega Gobino. In ballo non ci sono soltanto gli aumenti ma un cambio dei modelli di consumi. «La speranza – aggiunge – è puntare a mercati esteri, il Medio Oriente o l'Asia, mercati più ricchi dove l'eccellenza è riconosciuta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«In arrivo aumenti di listino intorno al 4%»

Largo consumo

Enrico Netti

«Prevediamo una serie di aumenti di listino intorno al 4% che entreranno in vigore in questi mesi» spiega Aldo Sutter, ad del Gruppo Sutter cui fanno capo le divisioni del largo consumo confezionato con i marchi Gene-

ral (detersivi), Neutromed (cura della persona) ed Emulsio (cura della casa) oltre alla divisione professional dedicata ai prodotti e detersivi per il canale Ho.Re.Ca. e sanità. Il Gruppo ha oltre 200 dipendenti e un fatturato 2024 intorno ai 120 milioni.

«I ritocchi dei listini sono strettamente legati alla maggioranza delle materie prime usate indirettamente correlate all'aumento dei costi energetici della filiera della fornitura. Questi rincari sono i primi dall'inizio

del 2023. «Negli ultimi 14 mesi non ci sono stati aumenti di listino perché le materie prime sono rimaste stabili» ricorda l'ad. Ora il problema è ribaltare questi inevitabili aumenti dei costi a valle. «I segnali di tanti aumenti dovuti all'energia ci sono. I prezzi del Les, la base dei nostri tensioattivi derivati dalla chimica sono cresciuti del 20% e anche la banda stagnata usata per il packaging degli spray è cresciuta dell'8%».

A preoccupare l'imprenditore è

soprattutto la perdita di competitività sulle piazze estere (la quota export del Gruppo è del 30%). «L'Italia è il Paese dove l'energia si paga di più e impatta sulla competitività nei confronti degli altri Paesi – continua Aldo Sutter –. È come fare una corsa con lo zaino pieno di pietre contro chi corre con lo zaino vuoto». Un cortocircuito di competitività rispetto ai vicini d'Europa che hanno, anche grazie all'energia nucleare, bollette light.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In peggioramento. Rispetto a due anni fa gli eventuali rincari sui prodotti alimentari dovuti al caro energia cadrebbero in un momento di stasi dei consumi