

LA SITUAZIONE

**Carenza di risorse
 Il mercato in allarme**

E serpeggia il pessimismo sui rischi di inflazione. Ma la Bce rassicura

1 Effetti nefasti

Dai microchip ai rasoi, dai pannolini alle batterie: anche sui prodotti di largo consumo comincia a produrre i suoi effetti la carenza di materie prime. Il crescente timore è che si sia solo all'inizio di una fase di generale rincaro dei prezzi

2 L'interrogativo durata

Quanto tempo impiegherà il forte rialzo delle materie prime cui abbiamo assistito sin dallo scoppio della pandemia a tradursi in un generalizzato aumento dell'inflazione? Gli operatori industriali-finanziari sono sempre più scettici sulla "temporaneità" della dinamica



3 Il fronte istituzionale

Si cerca di gettare acqua sul fuoco. La presidente della Bce, Christine Lagarde (foto) afferma: l'inflazione è «in gran parte transitoria». Ma nelle scorse settimane metalli come alluminio e zinco sono tornati ai livelli massimi cui non si assisteva dal 2007

Prezzi folli, vola il conto della spesa Sulle tavole il salasso è servito

Allarme dei produttori: la corsa delle materie prime scarica sui beni di consumo i costi della ripresa post-pandemia

di **Achille Perego**
 MILANO

Una stangata d'autunno nel carrello della spesa e un Natale che rischia di essere tra i più cari degli ultimi anni. La ripresa post-pandemia con la corsa delle materie prime (dal petrolio al gas, dai cereali ai metalli industriali fino a carta, legno e «plastica») non poteva non trasferirsi sugli scaffali di negozi e supermercati. Con rincari che, secondo il Codacons, costeranno 1.500 euro a famiglia mentre le feste natalizie porteranno un aumento complessivo di prezzi e tariffe di quasi 1,4 miliardi con 100 milioni in più solo per pranzi e cene.

Ma il bollettino di guerra della spesa, che non sta risparmiando neppure le zucche di Halloween vendute a 2-2,5 euro al chilo (+25%) mentre, avverte Coldiretti, ai produttori agricoli vengono pagate 40-60 centesimi - rischia di aggravarsi con le scelte al rialzo sui listini che stanno operando le più grandi aziende multinazionali dei beni di largo consumo. Quelle che, dai detersivi agli shampoo fino agli alimentari e le bevande, vedono i loro prodotti a marchio riempire gli scaffali dei supermercati e che stanno trasferendo sui consumatori l'aumento e la carenza di materie prime che sta incidendo non più e non solo sui cantieri edili e l'industria dell'auto (leggi microchip), ma anche sui prodotti per la casa e la cura della persona. Così un gigante come l'americana Procter & Gamble, che vanta marchi da Pantene a Oral-B, da Dash a Ma-

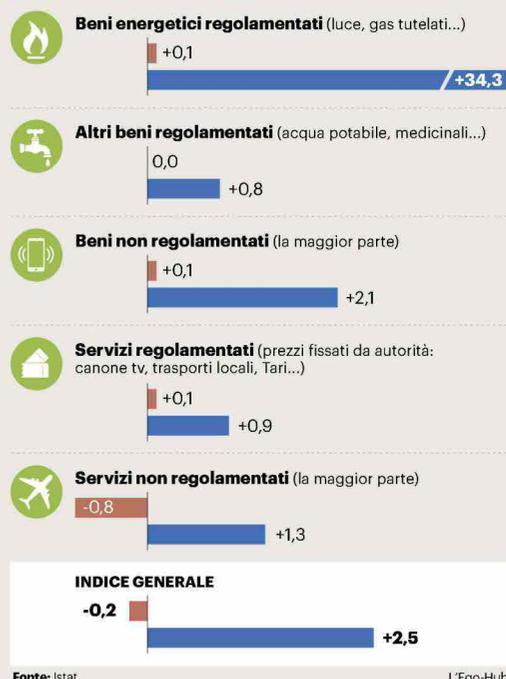
CIFRE IMPIETOSE

Solo per l'acquisto di cibo e bevande le famiglie potrebbero spendere, in media, 475 euro in più

I prezzi di beni e servizi

Variazioni % registrate a settembre 2021

■ Rispetto ad agosto ■ Rispetto a un anno prima



stroLindo, da Lenor a Viakal, e che aveva già annunciato aumenti dei prezzi di listino per i famosi pannolini Pampers, ora dovrebbe alzare anche quelli dei prodotti per la cura orale e della pelle come i rasoi dove è presente con brand come Gillette e Braun. Ma alle mosse di P&G ha fatto eco anche un altro colosso dei beni di largo consumo come la britannica-olandese Unilever presente anch'esse con diversi brand (dai gelati Algida a prodotti per casa e persona come Mentadent, Dove, Svelto e Cocolino) e secondo la quale l'inflazione da costi permarrà anche il prossimo anno e questo ri-

chiede un'appropriate azione di pricing. Del resto, dopo la crescita dell'inflazione del 2,5% a settembre, a ottobre è molto probabile, anticipa Mariano Bella, responsabile dell'Ufficio Studi di Confcommercio, che si arrivi al 3%. E solo per l'acquisto di generi alimentari e bevande analcoliche le famiglie potrebbero spendere l'1,55% in più rispetto all'anno scorso, ossia 475 euro in media. **Ma quel che è peggio** è che l'allarme prezzi possa continuare, e incrementarsi, nei prossimi mesi. Assopannificatori Confesercenti prevede aumenti di prezzo del pane confermato dal Co-

LARGO CONSUMO

**I consumatori:
 «Batosta natalizia»**



1 Procter & Gamble
 Il gigante Usa di cosmetici e prodotti di largo consumo aveva già annunciato aumenti per i Pampers. Ora alzerà il prezzo di prodotti della pelle come i rasoi



2 Unilever
 La multinazionale, titolare di 400 marchi tra i più diffusi nell'alimentazione, sottolinea di aver subito rincari di materie prime come olio di palma e soia



3 Natale «caro»
 I consumatori hanno già lanciato l'allarme per il «caro Natale» che potrebbe incidere - secondo il Codacons - per 1,4 miliardi sulle tasche degli italiani

Coldiretti: più costosi trasporti e imballaggi. Bottiglie di pomodoro, il contenitore più caro del contenuto

dacons che, proprio per il pane, insieme con pasta, pandori, panettoni e dolci lievitati calcola rincari del 10%. Ma anche un più 2,5% su pesce, carni e salumi, l'1,5% per vini e spumanti e il 2,7% per ortaggi, frutta fresca e secca. Di fronte alla corsa dei rincari, avverte il presidente di Federdistribuzione, Alberto Frausin, la Gdo farà il possibile per contenerli, ma serve una risposta complessiva. Così, nei giorni scorsi l'industria dei beni di consumo e le aziende della distribuzione moderna hanno chiesto al governo di aprire un tavolo di filiera per valutare le possibili conseguenze del rincaro dei prezzi delle materie prime ed energetiche sulla ripresa economica auspicando misure fiscali per mitigare i rincari e provvedimenti per la salvaguardia della competitività delle imprese, del potere d'acquisto delle famiglie e dei consumi.

Il circolo vizioso del caro-materie prime e dell'energia, e quindi dei trasporti e degli imballaggi, denuncia Coldiretti, rischia a Natale di far pagare di più la bottiglia che il pomodoro in esso contenuto che sul prezzo finale incide solo per l'8% mentre oltre la metà del valore (53%) è il margine della distribuzione commerciale. Ma sul caro prezzi incide anche un contesto internazionale di scambi commerciali in riduzione e dove, avverte il presidente di Coldiretti Ettore Prandini, crescono accaparramenti, incertezza e fenomeni speculativi. Quella speculazione sui prezzi per cui il presidente di Fipe-Confcommercio Lino Enrico Stoppani chiede al governo «di attivare presidi di monitoraggio e di controllo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL RISCHIO

Quella che Ue e Bce considerano una fase transitoria, in realtà potrebbe diventare strutturale

-2,2%

Produzione in calo nei primi sette mesi

Secondo i dati Assocarta, il tissue (settore che produce articoli come pannolini, fazzoletti, carta assorbente e igienica) ha rallentato la produzione nei primi sette mesi del 2021. Un calo dovuto al lockdown e alle chiusure di bar e ristoranti.



Massimo Carrara, 62 anni,
presidente di Cartiere Carrara

+68%

La fibra di eucalipto al massimo storico

La fibra di eucalipto, da cui deriva praticamente il 100% della cellulosa certificata proveniente da foreste gestite in maniera sostenibile, si vende a 1.140 dollari a tonnellata. A gennaio era a 680 dollari.

Aumenta tutto, stangata sulla spesa

Materie prime alle stelle, le multinazionali del largo consumo costrette ad alzare i prezzi di molti prodotti, dai rasoi ai pannolini. Continua la corsa del carburante, il metano è raddoppiato. Allarme dei produttori di carta: costi insostenibili, pronti alla serrata

Perego e Bolognini
alle pagine 3, 4 e 5