

# «Supermercati, sacrifici contro il caro-spesa»

L'ad di Végé e vicepresidente di Federdistribuzione: «Chiedono tutti di aumentare i listini, conterremo l'impatto limando i nostri margini»

## LE STRATEGIE

**«Possiamo recuperare qualche punto di inflazione portando gli sconti dal 30 al 50%»**

## L'AVVERTIMENTO

**«Ci sono richieste di aumenti pesanti per tanti prodotti Ma alcuni furbetti stanno speculando»**

di **Achille Perego**  
MILANO

**Dai prodotti alimentari a quelli per la casa o l'igiene personale, con rincari annunciati anche da grandi gruppi come Procter & Gamble piuttosto che Unilever, è vero che il caro-prezzi sta arrivando nel carrello nella spesa?**

«Il 92% dei nostri fornitori, ma credo che valga un po' per tutto il settore della Gdo, la grande distribuzione organizzata, ci ha chiesto aumenti dei listini tra il primo e il secondo semestre di quest'anno e già prospetta ulteriori incrementi per il primo trimestre del 2022», risponde Giorgio Santambrogio, ceo del gruppo Végé e vicepresidente di Federdistribuzione.

**Rincari causati dall'effetto materie prime?**

«Sono richieste di aumento conseguenza di un'inflazione non da domanda ma da offerta. Quindi un'inflazione cattiva, esogena, dovuta alla crescita di prezzi e quotazioni delle materie prime alimentari, dal grano al caffè al cacao, di commodities come il petrolio e il gas e quindi in generale dei costi energetici e dei trasporti, compresi i noli e il legno per i pallet».

**A quanto ammontano gli adeguamenti dei listini?**

«Si tratta di richieste di aumento lorde da parte delle industrie che arrivano fino al 20-25% per la pasta, dal 12 al 15% per l'area salumi e formaggi, del 12% per il caffè e del 23% per la carta, da quella da cucina alla carta igienica».

**Una stangata nel carrello?**

«Se la pressione sui prezzi della

filiera, tra agricoltura, industria di trasformazione e distruzione si rovesciasse tutta sui consumatori finali avremmo un'inflazione pazzesca».

**Invece?**

«L'autunno si annuncia caldo, ma non caldissimo perché buona parte di questi aumenti vengono drenati dalla grande distribuzione, erodendo i suoi margini, e quindi limitati a 2, 3 o 4 punti percentuali».

**Comunque di rincari si tratta?**

«Se il prezzo di un chilo di pasta, grazie al contenimento dei rincari da parte dei supermercati, aumenta da 89 a 92 centesimi, non influisce tanto sulle tasche di una famiglia. Ma la grande distribuzione non può prendersi carico di tutto l'effetto inflattivo che rischiava di essere ancora maggiore se il governo non avesse prorogato di un anno l'entrata in vigore della plastic e della sugar tax».

**Le cartiere, però, solo per fare un esempio, di fronte a rincari enormi della cellulosa sono costrette ad aumentare la carta da cucina o igienica altrimenti chiuderebbero. E chiedono che siano proprio i supermercati ad assorbire questi aumenti?**

«Hanno ragione, ma i supermercati possono fare solo la loro parte, cercando anche di recuperare qualche punto di inflazione aumentando l'efficienza e vantaggioso le promozioni portando gli sconti dal 30 al 40 e al 50%».

**Ma...**

«Ma tutta la filiera, come abbiamo chiesto insieme con l'industria di marca al governo, deve sedersi attorno a un tavolo e far

si che, con scelte condivise e responsabili, la crescita dell'inflazione non freni la ripresa portando il Paese nel tunnel della stagflazione com'era successo nei primi anni Settanta. Da parte sua il governo dovrebbe ridurre la pressione fiscale cominciando - come è stato indicato - dall'abbassamento del cuneo fiscale sul costo del lavoro».

**Resta il fatto che i vostri fornitori, dalle piccole aziende ai giganti mondiali del largo consumo, stanno rincorrendo il caro-listini?**

«Quando, come Gdo, osserviamo una richiesta di aumenti con una scarsa varianza, si comprendono le ragioni degli incrementi da parte dell'industria. Quando però succede che, all'interno di uno stesso settore, vediamo, come sta accadendo, richieste di aumenti del 15-20% e altre del 30-35% significa che ci sono furbetti che stanno speculando».

**Quindi?**

«Quindi siamo disposti a prenderci la nostra parte di inflazione e non scaricarla nel carrello, ma quando gli adeguamenti dei listini sono corretti. E poi, faccio all'industria di marca una proposta. Oggi come Gdo accettiamo di contenere i rincari ma verificiamo insieme le componenti, materie prime, noli, energia, eccetera., che incidono sui prezzi e se fra un mese, tre o sei, lo scenario è cambiato, i listini vanno abbassati. Sembra un'ovvietà ma finora non è mai successo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Giorgio Santambrogio, amministratore delegato del Gruppo VEGE**