

Caccia alle offerte

Pane, olio e verdure alle stelle la corsa dei prezzi non si ferma

Colori che attirano l'attenzione, percentuali di sconti scritti a caratteri cubitali e pieni di punti esclamativi, parole come «meno», «risparmio», «ribasso», «convenienza». Sfogliando i volantini dei principali discount e supermercati della grande distribuzione si ha una fotografia del momento. - PAGINA 43

LEONARDO DI PACO

La crisi nel carrello

In un anno i prezzi dei generi alimentari sono cresciuti del 10,5%. In testa ai rincari olio (+18%) e verdura (+13%) tra discount e supermercati è già scattata la battaglia delle offerte per contendersi i clienti a caccia di sconti

IL CASO

LEONARDO DI PACO

Colori che attirano l'attenzione, percentuali di sconti scritti a caratteri cubitali e pieni di punti esclamativi, parole come «meno», «risparmio», «ribasso», «convenienza». Sfogliando i volantini dei principali discount e supermercati della grande distribuzione si ha una fotografia del momento: una corsa alle offerte strappare i clienti alla concorrenza in un momento in cui i torinesi si sono riscoperti parsimoniosi, strateghi domestici attenti fino al centesimo per fronteggiare i rincari.

L'ultimo rapporto dell'ufficio statistica della Città che analizza l'indice dei prezzi al consumo parla chiaro: nel mese di settembre all'indice complessivo dei prezzi è stato attribuito un valore pari a 112, invariato rispetto ad agosto ma cresciuto, al netto dei tabacchi, del 7,7% rispetto a dodici mesi fa. Questo è il dato generale, ma se si va nel dettaglio le percentuali dei rincari aumentano. Tra gli alimentari, in un anno i prezzi sono cresciuti del 10,5%. Nel carrello della spesa la lievitazione dei

prezzi più imponente ha riguardato gli oli e i grassi (+18%), seguiti dai prodotti vegetali (+13,2%) il tritico latte, formaggi, uova (+12,4), le acque minerali, bibite e succhi di frutta (+11,1%), zucchero (+9) carne e frutta (+8%), tè, caffè e cacao (+6). Ancora: gli articoli per la casa hanno subito un ritocco al rialzo del +6,9%, le spese legate ai trasporti +10,2%, i servizi ricettivi e di ristorazione +6,7, l'abbigliamento +3,9%. Aumenti che si sommano a quelli ben più massicci dell'energia. Secondo il rapporto i costi dell'elettricità sono quasi raddoppiati (+95,7% in un anno), il prezzo del gas è salito del 52%, quello del gasolio del 48.

La tendenza alla spending review sui consumi legati ai beni di prima necessità è un fenomeno italiano ma a Torino, città dove negli ultimi anni sono spuntate nuove strutture commerciali a ritmi forsennati, la competizione fra gli operatori è più serrata che altrove. Senza dimenticare che la proliferazione di centri commerciali è stata una delle maggiori critiche rivolte alla precedente amministrazione, accusata a più riprese di aver favorito l'insediamento

di nuove strutture a discapito della valorizzazione dei negozi di quartiere. Una tendenza, va detto, che sta continuando anche con il corso del sindaco Lo Russo a Palazzo Civico, basti pensare che per il 2023 saranno conclusi altri due interventi. Uno è l'ampliamento dell'Auchan di corso Romania, l'altro è il grosso lavoro di riqualificazione dell'ex scalo Vanchiglia dove è previsto anche un Mercatò.

Intanto fra i centri commerciali esistenti è guerra di sconti. Ad essere interessati da questi sconti non sono solo i prodotti di prima necessità (pasta, pane, conserve) ma anche tutta una serie di oggetti più e meno indispensabili. Secondo le elaborazioni di Ancc-Coop e Nomisma, contenute nel Rapporto Coop 2022, nel primo semestre 2022 i discount sono arrivati a controllare il 22,1% dell'intero paniere della grande distribuzione, in crescita di oltre tre punti percentuali rispetto al 2019. Una crescita che non ha sottratto clienti ai supermercati, rimasti invariati, ma che ha colpito i più grandi punti vendita iper (scesi dal 25,9% del mercato al 22,6%) e i minimarket (dall'11,5% al 9,7%). —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



06901 **NUMERI DELL'INFLAZIONE**

06901

PREZZI AL CONSUMO: VARIAZIONE PERCENTUALE DEGLI INDICI NIC RISPETTO SETTEMBRE 2022

Base anno 2015 = 100	VARIAZIONE % RISPETTO AL MESE PRECEDENTE	VARIAZIONE % RISPETTO AL CORRISPETTIVO MESE DEL 2021
Prodotti alimentari, bevande non alcoliche	-0,8	+10,5
Bevande alcoliche e tabacchi	-0,1	+1,7
Abbigliamento e calzature	-3,2	+3,9
Abitazione, acqua, energia e combustibili	+0,2	+26,3
Mobili, articoli e servizi per la casa	+0,5	+6,9
Servizi sanitari e spese per la salute	-0,9	-0,5
Trasporti	2,7	+10,2
Comunicazioni	+1,1	-4,4
Ricreazioni, spettacoli e cultura	-1,0	+2,1
Istruzione	+0,8	-0,1
Servizi ricettivi e di ristorazione	+1,3	+6,7
Altri beni e servizi	+0,4	+2,0
Indice generale	0,0	+7,7
Indice generale al netto dei tabacchi	0,0	+7,9

Fonte: divisione Servizi Civici città di Torino

VARIAZIONE PERCENTUALE PER CLASSE DI PRODOTTO SETTEMBRE 2022

	VARIAZIONE % MENSILE	VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE
PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE NON ALCOLICHE		
Pane e cereali	+0,2	+12,7
Carni	+0,2	+8,0
Pesci e prodotti ittici	-0,1	+8,1
Latte, formaggi e uova	+1,7	+12,4
Oli e grassi	+0,5	+18,1
Frutta	-0,4	+8,0
Vegetali	+4,1	+13,2
Zuccheri, confetture, miele, cioccolato e dolciari	+1,0	+9,1
Prodotti alimentari n.a.c.	-0,8	+8,4
Caffè, tè e cacao	-0,3	+6,0
Acque minerali, bevande analcoliche, succhi di frutta e verdura	-0,5	+11,1
BEVANDE ALCOLICHE E TABACCHI		
Alcolici	+1,3	+4,8
Vini	-1,3	+3,8
Birre	+2,5	+6,8
Tabacchi	+0,0	+0,2
ABBIGLIAMENTO E CALZATURE		
Indumenti	+3,7	+4,6
Altri articoli d'abbigliamento e accessori per abbigliamento	+2,0	+2,5
Servizi di lavanderia, riparazione e noleggio abiti	+0,6	+4,3
Scarpe ed altre calzature	+1,3	+0,5
Riparazione e noleggio calzature	0,0	+3,9

WITHUB



REPORTERS