

«Colpa della crisi climatica se nei market ci sono i rincari Comprate prodotti di qualità»

Il carrello della spesa più costoso del 10% nonostante il calo dell'inflazione
Guglielmi, manager di Megamark: «Bisogna tutelare i consumatori»

La vicenda

1 Nel secondo trimestre il Pil calato dello 0,3%

Il prodotto interno lordo (Pil) nel II trimestre dell'anno è calato dello 0,3%, l'inflazione è scesa di 4 punti decimali dal 6,4 al 6%, ma il carrello della spesa è rimasto ancora alto

2 Le tariffe dei prodotti nei supermercati

Secondo l'indice Istat, infatti, il carrello della spesa ha avuto solo una lieve flessione dal 10,5% al 10,4%. In Puglia aumentati i prezzi anche nei supermercati

3 Incrementi soprattutto nelle città turistiche

L'aumento dei prezzi è stato registrato anche nelle località turistiche. Per un giorno al mare una famiglia di 4 persone paga fino a 500 euro tra alloggio, ristorante e lido balneare

BARI Il prodotto interno lordo (Pil) nel II trimestre è calato dello 0,3%, l'inflazione è scesa di 4 punti decimali dal 6,4 al 6%, ma il carrello della spesa che interessa milioni di italiani (indice Istat) rallenta solo dal 10,5% al 10,4%. Ne parliamo con Giuseppe Guglielmi, direttore acquisti del gruppo Megamark (Trani), leader del sud Italia nella distribuzione moderna con oltre 500 punti vendita a insegna A&O, Dok, Famila e Sole365 presenti in Puglia e in altre regioni.

I consumatori si chiedono perché i prezzi dell'alimentare calano meno rispetto agli altri prodotti; quale il motivo?

«Ricordiamo che l'inflazione è cominciata verso la fine del 2021 per esplodere all'inizio del 2022 con la guerra in Ucraina. Industria e Grande distribuzione hanno cercato di contenere gli aumenti finché i margini hanno tenuto e ce lo hanno permesso, poi l'inflazione è arrivata anche sullo scaffale. Ora c'è una nuova situazione che non ci aiuta ed è "l'inflazione climatica" con i prodotti alimentari, in particolare frutta e verdura, che risentono di questa situazione. C'è un problema importante con le coltivazioni e nella logistica. Le alluvioni, la grandine, ma anche gli incendi e il caldo stanno avendo un impatto significativo sui prezzi. L'abbas-

samento dei prezzi di produzione a monte, impiega mesi per vedersi a valle».

In modo particolare il gruppo Megamark come s'è regolato di fronte ai rincari dei costi?

«Quando sono arrivate le richieste di aumento da parte dell'industria, abbiamo aperto tavoli di trattative con i nostri partner commerciali. Abbiamo assorbito gli aumenti, contenuto le variazioni di prezzo a scaffale nell'ottica unica di tutelare il potere d'acquisto del consumatore. Siamo dalla parte del cliente e rendere accessibile la spesa di qualità al maggior numero di persone è da sempre la nostra mission. Sicuramente il caro-carrello lo registriamo anche nelle nostre insegne, ma possiamo parlare di una variazione stimabile all'incirca del 10% rispetto a due anni fa, decisamente inferiore a quella registrata mediamente dalla distribuzione moderna in Italia».

Molte sigle della Gdo comunicano bilanci in salute e profitti ragguardevoli; alla luce di questo ci sono le condizioni per diminuire i prezzi?

«Per quanto ci riguarda, i buoni risultati conseguiti sino al 2021 e poi anche nel 2022 ci hanno consentito di assorbire parte dei rincari nell'ultimo anno e mezzo. Rinunciare a una parte del nostro margine



ci è sembrata l'unica strada per dare ristoro alle difficoltà delle famiglie. I consumatori hanno dimostrato di apprezzare questa nostra scelta e le altre azioni intraprese per difendere il loro potere d'acquisto: tra queste, l'iniziativa "Spesa Difesa" con i prodotti della nostra marca commerciale Selex proposti a prezzi sempre più convenienti, oltre che la distribuzione ai clienti di buoni che consentono di ottenere sconti tra il 20% e il 25% sulla spesa».

Quali consigli per risparmiare sul carrello della spesa?

«Il nostro consiglio è di consumare frutta e verdura di stagione, di mangiare prodotti di qualità riducendo magari le quantità».

Di fronte a questa situazione la Gdo riesce a muoversi in modo compatto e responsabile?

«Ogni insegna ha la sua politica e la sua strategia. Sicuramente per tutti l'obiettivo è tutelare il consumatore e non perdere vendite. Noi cerchiamo anche di avere un atteggiamento etico e corretto nei confronti del cliente e dei territori in cui operiamo. Solo pochi giorni fa il gruppo, attraverso la sua Fondazione, ha erogato circa 350 mila euro per finanziare iniziative promosse dal terzo settore pugliese».

Cesare Bechis
© RIPRODUZIONE RISERVATA

06901



06901



Giuseppe Guglielmi
Quando sono arrivate le richieste di aumento abbiamo deciso di tenere le variazioni dei costi a scaffale



Il commercio Di lato a sinistra i cartelli con i prezzi della benzina A sinistra e a destra gli scaffali di uno dei supermercati di Megamark

