

*Idistributori e l'industria dovranno chiudere l'intesa per avviare il Trimestre anti-inflazione*

# Rincari, intesa entro settembre

## Dagli sconti alla definizione di paniere, i nodi che dividono

DI MARCO A. CAPISANI

**U**ltima chiamata per il paniere di prodotti con prezzi al consumo calmierati: il prossimo 15 settembre. Per tutti i protagonisti coinvolti in queste settimane dal ministero delle Imprese e del made in Italy (Mimit), questo sarà il termine ultimo per comunicare ufficialmente la propria adesione al Protocollo d'intesa congiunto, che vuole provare ad arginare il peso dell'inflazione sul carrello della spesa delle famiglie italiane. L'obiettivo finale è lanciare un «Trimestre anti-inflazione», da ottobre a dicembre. Al momento, però, il confronto gdo e commercio con mondo dell'industria è in sospenso e altrettanto lo sono, di conseguenza, i lavori preparatori del Trimestre al dicastero guidato da **Adolfo Urso**. Come anticipato da *ItaliaOggi* dell'1/8/2023, i marchi dell'industria si sono smarcati (mentre le insegne vogliono confermare il loro impegno con una Lettera d'intenti).

Le ragioni dell'industria? Molteplici. Intanto recriminano di essere stati chiamati in causa solo in un secondo momento, a Protocollo già definito. Dettaglio che, peraltro, viene esplicitato pure nella bozza dello stesso Protocollo, che *ItaliaOggi* ha potuto consultare.

Tra i principali nodi del mancato accordo c'è, in realtà, la decisione già inserita nella bozza per cui saranno le singole imprese distributive a decidere la composizione del paniere su cui applicare prezzi calmierati. Ruolo a cui, difficilmente, i brand vogliono rinunciare. Al momento, stando alla bozza del Protocollo, il paniere è composto genericamente da beni «di prima necessità» e anche da «prodotti per l'infanzia e per la cura della persona citati».

Invece, le associazioni di rappresentanza dell'industria (e anche della distribuzione) si devono impegnare a promuovere, presso i loro associati, l'adesione e la collaborazione all'iniziativa. E qui scatta il secondo problema: la difficoltà delle associazioni di settore a chiedere ai loro soci una riduzione dei prezzi, dopo un periodo di crisi e nel mezzo del risveglio dei costi. Infatti, più che i prezzi da calmierare, secondo i componenti della filiera interpellati da *ItaliaOggi*, a preoccupare sono i costi (per esempio delle materie prime) che, solo ora, tendono a scendere ma si mantengono pur sempre sopra i livelli pre-inflattivi. Peraltro, in alcuni casi, è sorto l'interrogativo di quanto riesca-

no a essere d'aiuto ai consumatori italiani eventuali sconti che possono essere solo contenuti, visto che partono da prezzi

già bassi, almeno stando alle analisi di alcune aziende produttrici.

Se un'intesa verrà raggiunta, il sistema previsto poggerà su un meccanismo mensile per analizzare iniziative e risultati ottenuti. I rappresentanti delle varie associazioni siederanno intorno al nuovo Tavolo di coordinamento e monitoraggio. In parallelo, nascerà un Tavolo permanente presso il ministero delle Imprese e del made in Italy, «per affrontare i problemi dei settori e definire le possibili politiche pubbliche di sostegno». Iniziativa che, se andasse in porto, sarebbe probabilmente il coronamento di molti precedenti tentativi, mai riusciti, di dialogo tra grande distribuzione organizzata (gdo) e industria.

Una volta specificato che questo progetto non comporta spese aggiuntive per la spesa pubblica, da ultimo non potevano mancare nel Protocollo le iniziative di comunicazione del «Trimestre anti-inflazione». Allo studio c'è una campagna dedicata e la creazione di un logo ministeriale (graficamente immaginato coi tre colori della bandiera nazionale), per rendere più riconoscibili insegne e aziende aderenti al Trimestre.

© Riproduzione riservata



In stand-by il confronto gdo-marche presso il ministero delle imprese e del made in Italy

