

RINCARI CHE COSA CI ASPETTA

PASTA, GASOLIO, LUCE

ANCORA PREZZI SU

TRE PROPOSTE

PER LA RIPRESA

di **ALESSANDRA PUATO** e **ISIDORO TROVATO**

Ci aspetta un autunno di altri rincari? Forse sì, a giudicare dal galoppo estivo dei prezzi di beni e servizi. Lo scorso giugno, secondo Altroconsumo, il prezzo della pasta medio al chilo era di 1,69 euro (già al +32% dal 2021), ma in un grande supermercato milanese, il 23 agosto, già la pasta di marca oscillava tra i 2,50 e i 3,18 euro al chilo.

E in questo mese di agosto la benzina verde al self service è salita in media, rispetto a giugno, da 1,839 a 1,945 euro al litro, nota il ministero dell'Ambiente, il gasolio da 1,677 a 1,845. Per non parlare dell'energia elettrica, schizzata il 24 agosto a 163,9 euro al megawattora dai 105,3

euro di giugno.

Già prima delle vacanze, rileva l'Osservatorio Prezzi e Tariffe del ministero delle Imprese, c'erano stati dei picchi nell'alimentare: lo scorso giugno, rispetto al giugno 2022, l'olio d'oliva all'ingrosso risultava in aumento del 49,9%, la carne di coniglio del 24,6%, di suino del 13,5%, i formaggi freschi del 15,7%. Effetto anche dell'incremento dei costi delle materie prime e della guerra in Ucraina, certo, ma di questo passo c'è il rischio concreto di una gelata dei consumi e che molte aziende non reggano. Sollecitato a un incontro dal settore agroalimentare, il ministero delle Imprese e del Made in

Italy guidato da Adolfo Urso ha dichiarato il 22 agosto che il confronto sul «patto anti inflazione» è iniziato già in maggio con numerose riunioni di filiera», ma alle soglie dell'autunno resta la domanda: che fare?

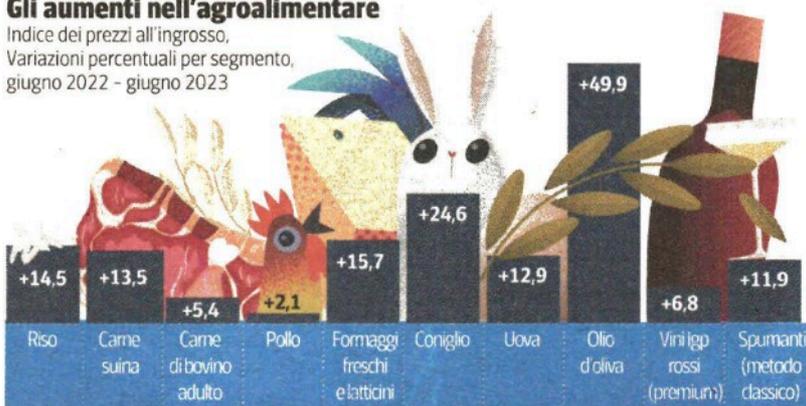
Abbiamo sentito tre esponenti della filiera: un imprenditore, Antimo Caputo che produce farina; un distributore, Domenico Brisigotti, direttore generale Coop Italia; un rappresentante dei consumatori, Paolo Martinello, presidente della Fondazione Altroconsumo. Che cosa propongono? Incentivi sulle aggregazioni e gli investimenti in agricoltura, per esempio. Più concorrenza.

Ma anche l'aumento degli stipendi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Gli aumenti nell'agroalimentare

Indice dei prezzi all'ingrosso, Variazioni percentuali per segmento, giugno 2022 - giugno 2023



Il balzo Aumento medio dei prezzi per categoria di prodotto (euro)



Fonti: Osservatorio Prezzi e Tariffe giugno 2023. Ministero delle Imprese e del Made in Italy; Altroconsumo, Ministero dell'Ambiente e della sicurezza energetica; Gme



L'imprenditore

«Aggregazioni di filiera per abbassare i costi»

Aggregazioni tra i piccoli agricoltori, stoccaggi comuni per abbassare i costi. E incentivi tipo Industria 4.0 per sostenere gli investimenti tecnologici dell'agricoltura. Sono i suggerimenti per evitare gli sbalzi di prezzo all'origine della filiera alimentare secondo Antimo Caputo, amministratore delegato della Mulino Caputo che produce farine per i pastai, i pasticceri, i pizzaioli e la ristorazione, con clienti come Marr, Metro, Sorbillo,

Pizzeria da Michele. «Servirebbe uno strumento come Agricoltura 4.0 — dice l'imprenditore napoletano —. Le aziende che vogliono stare sul mercato devono aggregarsi ed essere leader nella tecnologia. Noi manifatturieri stiamo facendo un'attenzione maniacale ai costi. Viviamo di mercato, abbiamo vantaggio a che i consumatori comprino e che comprino a un prezzo giusto. Siamo la cerniera tra l'agricoltore e chi produce pasta e pizza. Dobbiamo superare con i consorzi e le aggregazioni la frammenta-

zione delle filiere e lo spopolamento dell'agricoltura. Il governo può incentivare questo processo». Altro strumento di contenimento dei costi è l'intermodalità. «È scarsa in Italia, ma con il prezzo del petrolio così alto bisogna ridurre il trasporto su gomma. Va ripreso il progetto del Corridoio 5, completata la Tav, vanno sviluppati i porti dell'Adriatico perché si possano ricevere merci via nave da Paesi come Croazia e Serbia».

La Mulino Caputo, a cui Cdp e Bpm hanno concesso un finanziamento da 30 milioni per impianti sostenibili, ha chiuso il 2022 con 181 milioni di ricavi ma sul 2023 il ceo dice di non poter fare previsioni. «Nei primi tre mesi abbiamo avuto un rallentamento importante, dopo la corsa alle scorte dell'anno scorso», dice Caputo, che ha una convinzione: sui rincari, indietro non si torna. «Siamo in un momento storico in cui i costi delle materie prime sono "finanziarizzati" — dice —. I movimenti finanziari su cereali, petrolio, gas generano oscillazioni che si trasformano in un aumento costante dei costi per gli imprenditori. E noi dobbiamo comperare comunque, anche ai massimi, per servire il mercato. Abbiamo aumentato i prezzi del 26-27% in due anni a fronte di un nostro incremento dei costi di almeno il 30%. E la grande distribuzione ha capito il problema. Tutti abbiamo fatto sacrifici, produttori e distributori, ma non basta. Ci siamo assestati su un nuovo livello di prezzi, c'è un nuovo equilibrio economico».

A. Pu.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il distributore

«L'antidoto alla crisi? Ritoccare gli stipendi»

Il 2023 si chiuderà con un dato storico: per la prima volta dal dopoguerra in Italia si riducono i volumi dei beni di largo consumo. «Si tratta di un fatto di portata epocale — conferma Domenico Brisigotti, direttore generale di Coop Italia —. Il calo stimato è intorno al 4%, qualcosa di sconosciuto per qualsiasi manager della grande distribuzione. Non sarà semplice arginare questo fenomeno o invertire la tendenza. Quest'anno si

chiuderà con un'inflazione al 10% e lo scorso anno era al 8%, significa che i prezzi dei beni alimentari sono cresciuti del 18/20%, una tendenza che non vediamo in discesa e che pare destinata a durare a lungo».

Questa estate il governo ha convocato un tavolo per trovare misure anti inflazione: i player della grande distribuzione hanno risposto presente, le aziende produttrici non si sono sedute. «Noi ci siamo seduti al tavolo ma ancora oggi non sappiamo quali ipotesi di intervento il governo

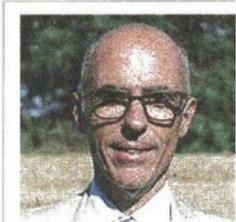
abbia in mente — avvisa Brisigotti —. Difficile trovare soluzioni concrete a questo tipo di situazione, il gap sta tra dinamica dei prezzi, in costante aumento, e la staticità dei redditi: negli anni Settanta l'inflazione galoppava ma le buste paga avanzavano grazie alla scala mobile. Oggi, se i prezzi salgono e gli stipendi restano fermi, si possono mettere delle pezze ma non risolvere il problema».

Tra le «pezze» proposte c'è un taglio dell'Iva sui prodotti di prima necessità oppure un «congelamento» dei listini a tempo determinato. «Forse servirà qualcosa di più strutturale — sottolinea il direttore generale di Coop Italia — non bisogna trascurare un dettaglio: il calo straordinario dei volumi è solo il primo atto: se la tendenza si consoliderà, andranno in sofferenza le imprese e il problema sarà ben più complesso. La torta dei consumi si sta restringendo e l'industria sarà chiamata a un processo di trasformazione e reingegnerizzazione della produzione».

Nel breve, i prodotti della private label stanno consentendo un piccolo freno ai rincari, un'area destinata ad ampliarsi? «Noi di Coop abbiamo moltiplicato i nostri prodotti a marchio in tempi non sospetti, ben prima dello scatto inflattivo, adesso la Pl rappresenta una risposta importante a un consumatore alla ricerca del miglior rapporto qualità prezzo. Ma per il futuro serviranno altre leve di controllo per i prezzi».

I. Tro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mulino Caputo
Antimo Caputo,
amministratore
delegato



Coop Italia
Domenico Brisigotti,
direttore
generale

Le famiglie

«Più concorrenza o i consumi si fermano»

Attenzione alla gelata dei consumi, «sarebbe un danno per l'economia», dice Paolo Martinello, presidente della Fondazione Altroconsumo. Che suggerisce ai consumatori di «aprire gli occhi» e scegliere i prodotti meno cari, al governo di sollecitare la concorrenza e fornire agli utenti gli strumenti per scegliere. «Era prevedibile che a fine estate sarebbero scattati gli aumenti — dice l'avvocato —. La benzina è un motore dei rincari, si trascina dietro tutti gli altri. Una componente speculativa esterna c'è sempre, ma non vogliamo continuare a gridare "al lupo". Mi aspetto che nell'autunno una parte degli aumenti rallenti. Forse l'inflazione resterà intorno al 7% a fine anno, ma molto dipende dalla gelata dei consumi. È chiaro che se il consumatore riduce gli acquisti, calano i prezzi. Spero però che non sia la sua unica arma. Non vorrei che, se gli aumenti proseguissero, questa diventasse una scelta inevitabile».



Altroconsumo
Paolo Martinello,
presidente
della Fondazione

Nell'analisi di Altroconsumo del 25 luglio, su dati a giugno 2023, il prezzo della pasta risulta cresciuto del 32% in due anni: «Ci aspettiamo che nella prossima rilevazione salga ancora», dice Martinello. E nel report sui carburanti del 22 agosto dell'associazione, il prezzo medio della benzina è dato in aumento del 6,8% e quello del gasolio dell'11% rispetto a due mesi prima. «A nulla è servito l'obbligo di pubblicare negli impianti il prezzo medio regionale — è scritto —: per fermare la crescita è necessario un intervento congiunturale sui prezzi». Perciò ora Martinello propone il recupero dei «cartelloni della concorrenza» dell'ex ministro Pier Luigi Bersani. «Si sapeva che affiggere un cartello medio dei prezzi di benzina e gasolio avrebbe portato svantaggi, come minimo l'aumento dei prezzi più bassi — dice il presidente della Fondazione Altroconsumo —. La nostra proposta è abolire l'Iva sui carburanti, ma anche mettere i benzinai in concorrenza tra loro funzionerebbe, con strumenti come i cartelloni di Bersani che in autostrada ti dicevano il prezzo del distributore successivo. Anche sugli altri settori va stimolata la concorrenza».

Per il consumatore, comunque, «vale la ricetta di tenere gli occhi aperti». Perché «lo dice l'Istat, i prezzi stanno aumentando, ma non per tutti. Dalle spiagge ai ristoranti ai supermercati, bisogna andare a scovare i prezzi più bassi». Ma, invita Martinello, «bisogna anche dare ai consumatori gli strumenti per scegliere».

A. Pu.

© RIPRODUZIONE RISERVATA