

Il manager

06901

06901

Brisigotti (Coop)

“Nel carrello ancora ritocchi tra il 2 e il 4%”

Gli italiani stanno capendo che indietro non si torna e certi comportamenti dettati dall'emergenza diventeranno strutturali
di Filippo Santelli

ROMA – L'anno scorso i super rincari degli alimentari hanno progressivamente svuotato il carrello della spesa degli italiani. E difficilmente in questo 2024, nonostante un'inflazione in deciso calo, quei carrelli torneranno a riempirsi come nei giorni migliori. «Ricordiamoci che inflazione bassa non vuol dire che i prezzi diminuiscono, solo che aumentano di meno», dice Domenico Brisigotti, direttore generale di Coop Italia. «A gennaio e febbraio ci sarà una nuova ondata di rincari. Non come quelli passati, ma comunque compresi tra il 2 e il 4% a seconda del tipo di prodotti».

L'industria alimentare continua a ritoccare i listini al rialzo?

«Dopo i grandissimi e generalizzati aumenti dell'anno scorso ora stiamo registrando comportamenti difforni. In alcuni settori come la pasta o il dolciario qualche azienda non modificherà i prezzi, ma i numeri si contano sulle dita di una mano. La gran parte, in tutti i settori, ha presentato ulteriori incrementi, seppur inferiori. Senza contare

prodotti come l'olio di oliva dove i rincari arrivano al 40% a causa di ragioni congiunturali, raccolti molto brutti».

Come si spiegano questi nuovi aumenti se per i produttori il costo di energia e materie prime è decisamente calato?

«Facciamo fatica a comprenderli, parte dell'industria sostiene di non aver ancora scaricato per intero lo choc dei costi. Ovviamente speriamo che nei prossimi mesi possano ripensarci».

Insomma un'inflazione "normale" non significa che le famiglie riusciranno a recuperare parte di quello che hanno tagliato.

«Non credo proprio. L'auspicio è che la contrazione dei consumi avvenuta nel corso del 2023 possa arrestarsi, ma un aumento non lo vedo. Indietro non si torna, anche se dovesse esserci un parziale recupero - tutto da verificare - del potere d'acquisto».

Che significa?

«Che gli italiani stanno facendo i conti con un livello dei prezzi ben più alto rispetto alla fase pre-inflazione e stanno capendo che si troveranno in questa condizione per i prossimi anni. Quel che accadrà nel 2024 allora è che probabilmente impareranno a navigare in queste acque e che certi comportamenti dettati dall'emergenza diventeranno strutturali».

Quali comportamenti?

«Fare i conti, cercare le promozioni, comprare prodotti meno costosi, abbandonare le marche - il porto sicuro che per anni ha accompagnato i consumi degli italiani - e comprare più

prodotti a marchio del distributore, oppure andare di più al discount. Meno emozionalità e più razionalità: può essere anche una svolta positiva, perché mi fa scoprire nuovi prodotti con la stessa qualità. Ma in alcuni casi la qualità viene sacrificata».

Il governo ha celebrato il successo del trimestre anti-inflazione, attribuendogli parte del merito del rallentamento dei prezzi. E' stato davvero così?

«Posso dire che nei nostri punti vendita i prodotti con i prezzi scontati o bloccati hanno riscosso un grande successo, la dimostrazione che il bisogno delle famiglie c'è. Bene che quell'iniziativa sia venuta, ma era chiaro fin dall'inizio che non potesse essere una soluzione per un problema che non sarebbe fermato al 31 dicembre. E' un problema strutturale, che riguarda i livelli delle retribuzioni in Italia e la dinamica dei prezzi, questioni che per essere affrontati richiedono interventi di tutt'altro tipo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



▲ Direttore
Domenico Brisigotti
dg di Coop Italia

