

«Trimestre anti-inflazione, effetti minimi» Rincari 2024, si parte dal gas: più 102 euro

Il carovita. Giù il sipario sul «carrello tricolore», freddo il giudizio dei consumatori: «Aspettative disattese»
Anno nuovo al via con gli aumenti: scadute le agevolazioni sul metano, cresce la spesa media annua a famiglia

LUCA BONZANNI

I carrelli abbondano. E sono pieni, e sono cari. Perché se il 2024 s'annuncia come un altro anno di rincari, alla spesa non si può rinunciare. Ma rischia di essere sempre più salata, benché in questo incipit di calendario i supermercati trabocchino di clienti, magari per fare rifornimento dopo aver svuotato la dispensa tra pranzi e cenoni di festa.

Carrello tricolore, il bilancio

Col 31 dicembre 2023 s'è chiusa formalmente la stagione del «trimestre anti-inflazione», quel patto tra governo, produttori e distributori che tra ottobre e dicembre ha garantito – nei punti vendita aderenti – un paniere di prodotti a prezzo bloccato. Qualche catena ha già tolto la famosa icona del «carrello tricolore», alcune lo hanno comunque mantenuto (magari in attesa di proroghe, al momento non comunicate) o hanno (ri)dato vita a un proprio paniere con prezzi fissi. In Bergamasca avevano aderito oltre 450 punti vendita, dai supermercati ai piccoli negozi e anche le farmacie. Così la caccia all'offerta è ripartita con altri obiettivi: non più quel logo varato dal governo, ma qualsiasi simbolo che indichi un ribasso dei prezzi. Basta fare un giro in alcuni supermercati, e ieri è parsa una giornata di spesa grossa, con carrelli ricolmi anche se non più «tricolori». Al termine di questo trimestre, il giudizio dei consumatori è decisamente tiepido: «Il carrello tricolore è passato quasi inosservato – ragiona Christian Perria, presidente di Federconsumatori Bergamo –: non si sono concretizzate quelle aspettative di tutela del consumatore che erano state promesse. Non dico che sia stato un flop, ma che erano state fatte promesse troppo elevate: l'effetto è stato minimo».

Ormai assuefatti dall'in-

flazione, si legge uno scostamento costante tra quelli che sono i dati ufficiali sull'andamento dei prezzi – indicati al ribasso negli ultimi mesi – e l'esperienza quotidiana: «Tra i consumatori non si vedono poi tutti questi effetti – osserva Mina Busi, presidente di Adiconsum Bergamo –, anche a Bergamo la corsa dei prezzi non è certo lenta. Al supermercato si fa fatica a capire davvero se i prezzi siano rimasti bloccati o siano addirittura scesi». C'è pure un possibile paradosso, certo difficile da verificare sul campo: «Si è stabilito che per un trimestre i prezzi di alcuni beni rimanessero bloccati. Ma se in questi ultimi mesi l'inflazione è scesa – ragiona Perria –, magari a dicembre alcuni di questi prodotti sarebbero dovuti costare di meno anziché rimanere con i prezzi fissi? È un'ipotesi di scuola, ma forse bisognava studiare meglio il meccanismo».

La «matematica» dei prezzi è materia complessa, la cifra incisa su un cartellino è solo l'ultimo miglio di un sistema articolato. «Il trimestre anti-inflazione ha pagato lo scarso coinvolgimento delle filiere – riflette Oscar Fusini, direttore di Ascom Bergamo –. Tutto è stato rimesso in capo al commercio, che è però solo l'ultimo anello della catena. La stessa grande distribuzione ha segnalato di essere stata lasciata da sola nel contenimento dei prezzi: serviva qualcosa di più incisivo sulle filiere, per capire dove davvero c'è un margine per intervenire sui prezzi. È vero che i dati sull'inflazione indicano un rallentamento, ma i prezzi restano alti e la gente lo avverte». Sulla risposta della clientela, la situazione è stata dunque variegata a seconda dei punti vendita. Di «buona risposta» parla Nicola Rotasperti, membro della giunta provinciale di Confe-

sercenti Bergamo e titolare di alcuni punti vendita Conad: «Se identifichi quei prodotti su uno scaffale o con un logo preciso, il cliente lo riconosce ed è attirato, e noi abbiamo visto un picco di vendite. Abbiamo inserito nel paniere quasi 500 prodotti a marchio Conad e li abbiamo quasi raddoppiati con aziende di marca. Per noi però non è una cosa nuova, abbiamo un paniere di prezzi bassi e fissi dal 2012. Resta un dubbio sul prosieguo dell'iniziativa. Era stata indicata la scadenza del 31 dicembre, poi non sono arrivate altre specifiche. Noi abbiamo lasciato i loghi e il paniere anche in questi giorni».

Gas e altre stangate

Al di là della spesa, altri rincari si sono già innescati. Il governo non ha infatti rinnovato – scadevano il 31 dicembre – alcune preziose agevolazioni sulla bolletta del gas: da gennaio l'Iva sul gas è tornata dal 5% al 22% e in più tornano in bolletta gli «oneri generali di sistema» (voce che compone la bolletta e che dall'estate 2022 era stata «anestetizzata»). Secondo l'Osservatorio nazionale di Federconsumatori, la fine di queste agevolazioni comporterà mediamente un aggravio di circa 102 euro a famiglia all'anno. «Togliere queste agevolazioni è prematuro, visto che la situazione internazionale, da cui deriva parte dell'andamento dei prezzi, è ancora instabile – rimarca Perria –. Sarebbe stato opportuno prolungarle». «L'aumento dei prezzi dell'energia – aggiunge Busi – provoca poi una reazione a catena su molti altri prodotti». Altre novità «salate» in tema di energia: la mancata proroga delle agevolazioni comporta anche che la soglia Isee per avere accesso al «bonus sociale» per il gas scenderà a 9.530 euro (prima era 15mila euro) o a 20mila euro con almeno quattro figli a carico (era sta-



ta alzata a 30mila), e sullo sfondo c'è sempre lo stop del mercato tutelato.

Le voci in rialzo

Proprio Federconsumatori stima un rincaro complessivo annuo delle spese in generale vicino a mille euro per la famiglia-tipo, sommando tutti i servizi attesi al rialzo: si va dalla proiezione di un +4,78% per i prodotti alimentari al +5,03% per l'Rc auto, dal +2,29% per i trasporti al +3,04% della ristorazione, dal +2,21% per l'istruzione (mense, libri) al +2,53% di costi bancari.

©RI/PRODUZIONE RISERVATA

I commercianti: «Necessario intervenire sulle filiere»

Per Oscar Fusini, direttore di **Ascom**, «serve incidere di più sulle filiere, per capire dove davvero c'è un margine per intervenire sui prezzi»



Si è chiuso il 31 dicembre il trimestre anti-inflazione promosso da governo e commercianti