

Il carrello tricolore fa flop

Urso smentito dai rincari

L'iniziativa propagandata dal ministro è servita a poco: i prezzi dei beni alimentari registrano un'accelerazione

Annarita Digiorgio

Barilla dal mese di febbraio abbasserà i prezzi dal 7 al 15%. L'operazione riguarderà gran parte dell'assortimento della pasta e molti prodotti Mulino Bianco, dai biscotti alle merendine, dalle fette biscottate ai pani, ma anche alcuni articoli della Pavesi come le Goccioline. La promozione durerà fino al 31 dicembre del 2024. «Si tratta - si legge in una nota della multinazionale di Parma - di un'operazione straordinaria di riduzione dei prezzi di cessione ai clienti diretti e ai distributori». L'obiettivo è quello di andare incontro ai consumatori, ancora alle prese con l'inflazione nel carrello della spesa che non accenna a diminuire. Secondo le stime preliminari dell'Istat per il 2023, i prezzi dei beni alimentari non solo non accennano a scendere, ma addirittura registrano un'accelerazione della crescita media annua: +9,8% nell'anno che si è appena chiuso, rispetto al +8,8% del 2022. Segno che il "carrello tricolore", l'iniziativa propagandata dal ministro Urso, è servita a poco. Il trimestre anti-inflazione con cui si invitava la grande distribuzione e i produttori a ridurre volontariamente i prezzi di alcuni beni di largo consumo. L'iniziativa è scaduta a dicembre. Senza i grandi risultati di cui il ministro Urso si è fatto vanto. Secondo Coldiretti gli italiani hanno speso nel 2023 circa 9

miliardi in più per mangiare in un contesto di aumento dei costi che fa soffrire l'intera filiera, dai campi alle tavole. Un aumento medio del 9,8% dei prezzi dei beni alimentari e delle bevande nel 2023 rispetto all'anno precedente anche se il valore è praticamente dimezzato a dicembre (+5,9%) rispetto all'inizio del 2023 a gennaio (+12,6%). Per difendersi dagli aumenti dei prezzi 8 italiani su 10 (77%) hanno preso l'abitudine di fare una lista ponderata degli acquisti da effettuare per mettere sotto controllo le spese d'impulso, secondo l'analisi Coldiretti/Censis che evidenzia come siano cambiati anche i luoghi della spesa con il 72% degli italiani che si reca e fa acquisti nei discount, mentre l'83% punta su prodotti in offerta, in promozione. Per difendersi gli italiani infatti - sottolinea la Coldiretti - vanno a caccia dei prezzi più bassi anche facendo lo slalom nel punto vendita, cambiando negozio, supermercato o discount alla ricerca di promozioni per i diversi prodotti.

E chissà quanti di questi alla ricerca del carrello tricolore di Urso...

Tra i prodotti alimentari a "maggiore tasso di crescita" del prezzo nel periodo 2019 - 2023 ci sono lo zucchero (64,8%), il riso (+50,0%), l'olio di oliva (42,3%), la pasta secca (40,1%), il burro (36,5%), il latte intero (21,9%). Lo ha illustrato il responsabile del servizio Istat che produce le statistiche sui prezzi al consumo, Alessandro

Lunetti, durante la conferenza stampa, spiegando che «cali di prezzo interessano poco meno del 10% del paniere» mentre oltre la metà (5,1%) è costituita da prodotti appartenenti alla categoria degli Altri beni.

Tra i prodotti con la «maggiore flessione del prezzo», gli smartphone (-36,7%).

Assoutenti stima che «solo per la voce cibi e bevande, che ha registrato un incremento dei listini del +10%, un nucleo con due figli si è ritrovato a spendere in media +804 euro, mentre la famiglia "tipo", a parità di consumi, ha subito un aggravio di spesa da +578 euro all'anno». La Federconsumatori proietta invece lo sguardo in avanti e calcola «che nel nuovo anno si prospetta un aggravio di +1.011,26 euro annui sui conti di ciascuna famiglia».

L'Unione nazionale consumatori ha infine analizzato i dati al livello delle città, concludendo che in testa alla classifica delle città che più hanno registrato rincari c'è Milano dove l'inflazione media pari a +6,1% si traduce nella maggior spesa aggiuntiva annua, pari, per una famiglia media, a 1656 euro in più rispetto al 2022.

Sull'altro fronte della classifica, la città più virtuosa è Potenza, con l'inflazione più bassa d'Italia (+3,7%) e dove in media si sono spesi «solo» 731 euro in più nel corso del 2023.



06901

+9,8%

06901

Aumento dei prezzi
dei beni alimentari

9 mld

Spesa in più per
mangiare di meno

+64,8%

Tasso di crescita del
prezzo dello zucchero

+578€

Aggravio di spesa
per la famiglia "tipo"