

Italgrob contro i produttori: contratti già firmati, rincari insostenibili

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

La plastica scalda i listini

Bevande più care. E i distributori protestano

DI EMANUELE SCARCI

I prezzi delle bevande scalderanno l'estate italiana. A meno che gli industriali non accettino di sedersi a un tavolo con i grossisti e trovino un accordo per rinviare gli aumenti di listino a dopo il soleone. «E' inaccettabile che i produttori ci inviino una Pec dove ci comunicano che dal 1° giugno aumenteranno i prezzi delle forniture», si sfoga **Antonio Portaccio**, presidente di **Italgrob**, la Federazione dei distributori Horeca, aderente a **Confindustria**. «Quando la stagione estiva l'abbiamo già programmata e definita con contratti sottoscritti con le grandi strutture commerciali». Poi Portaccio rincara la dose: «È inaccettabile che in un momento di profonda difficoltà per il settore Horeca si decida di imporre aumenti di prezzo irresponsabili: il consumatore finale non è assolutamente nelle condizioni di fronteggiare alcun tipo di aumento. Questa strategia danneggia la competitività degli operatori Horeca, in primis quella dei distributori food & beverage, ancora una volta costretti a subire decisioni unilaterali che finiscono con l'erodere margini già risicati». Perché è tanto difficile aprire un tavolo con un'altra associazione (**Federchimica**) aderente a **Confindustria**? Il presidente glissa: «Il tema di fondo è quello di salvare i consumi della prossima stagione estiva». Come? «Programmare gli aumenti per ottobre, a stagione conclusa. Allora si potrebbe pianificare uno scenario». La distribuzione nel canale Horeca è un elemento centrale dei consumi fuori casa: conta su una struttura di 3.800 imprese (fra cui il gigante **Partesa** di **Heine-**

ken), oltre 60mila addetti e 17 miliardi di euro di fatturato. Il mix delle vendite comprende: soft drink 30%, vino 16,5%, acqua 15,3%, birra 13,8%, spirits 10,9% e per il resto aperitivi, energy drink, mixability. In quali settori hanno richiesto aumenti dei prezzi? «Sono i prodotti», risponde Portaccio, «legati al mondo della plastica, quella del pet per l'acqua minerale». E parliamo di aumenti non banali, che vanno dal 5 al 12%. In questo comparto il brand più forte è **San Benedetto**. Mentre nelle bibite la leadership spetta a **Coca-Cola** (presente in misura minore nelle acque minerali con i brand **Lilia** e **Sveva**) che però non ha comunicato ritocchi di listino. Quanto ha impattato il conflitto in Medio Oriente sul mercato della plastica? Gli analisti di **Areté** osservano che gli aumenti delle quotazioni di petrolio, nafta ed etilene alla base della produzione di polimeri, hanno spinto i prezzi dei polimeri vergini ai massimi dal 2022. E, a livello nazionale, tra febbraio e maggio, i prezzi del Pet hanno registrato un'impennata del 70%. Nel 2025 le forniture del Medio Oriente hanno rappresentato il 16% dell'export mondiale di polimeri di propilene e il 23% di quello dei polimeri di etilene. In soldoni, quanto incidono questi aumenti sulla bottiglia di acqua minerale? «Nell'Horeca potranno anche arrivare fino a qualche centesimo a bottiglia da 0,33 cl, ma in questo canale non si aumenta il prezzo finale del prodotto di 5 centesimi, ma di almeno 50 centesimi per il consumatore. Questo però aprirebbe la strada a una ulteriore contrazione dei consumi, ma è un concetto che non riusciamo a trasferire».

© Riproduzione riservata



Antonio Portaccio

