

A maggio i prezzi di beni alimentari, cura della casa e della persona sono rimasti stabili a fronte del balzo di energia e servizi. Cosa è successo e cosa sta per accadere. Le previsioni di Panetta e i timori delle imprese

# INFLAZIONE

## IL CARRELLO DELLE ILLUSIONI RESTA FERMO MA ASPETTA HORMUZ

**Lusetti: giugno sarà decisivo**  
**La diga della responsabilità che ha calmierato i valori non terrà all'infinito**

**Lollobrigida e Urso hanno promesso alla Gdo un monitoraggio costante, ma il «tavolo» non arriva**

di **DARIO DI VICO**

**A** maggio gli addetti ai lavori che spulciano i numeri dell'Istat sono rimasti sorpresi da un dato: le rilevazioni sull'andamento dei prezzi al consumo segnalavano come il carrello della spesa — ovvero i beni alimentari, per la cura della casa e della persona — era rimasto stabile (+2,3% anno su anno) rispetto all'indice generale dell'inflazione salito, sempre su base annua, al 3,2%. Sorpresi, perché era dal periodo tra la fine del 2021 e l'inizio del 2022 che non accadeva. Anzi negli anni successivi, quando l'inflazione veleggiava tra l'1-1,5%, i beni non rinunciabili del carrello erano saliti del 2-3%, quasi il doppio.

Come si spiega la novità? In primo luogo con l'impennata dei prezzi dei servizi e dell'energia, ma in seconda istanza con la responsabilità messa in campo da un po' tutti gli attori della lunga filiera agro-alimentare, che hanno evitato di pigiare l'acceleratore, anche per la paura di compromettere ulteriormente l'andamento fiacco dei consumi.

Dai racconti dei protagonisti emerge come pochi fornitori industriali abbiano avanzato la richiesta di ritoccare i listini e anche in virtù di questa collaborazione le insegne della grande distribuzione sono riuscite a non muovere fo-

glia. E quindi a non far decollare il prezioso carrello della spesa. Che nel frattempo, non va sottovalutato, è diventato un indicatore statistico di grande popolarità. Capace certo di influenzare la tradizionale rilevazione mensile Istat sulla fiducia delle famiglie, ma anche in qualche modo, in un anno pre-elettorale, di condizionare il mood generale dei cittadini. Già di loro propensi a credere ingenuamente a una narrazione, presente sui social, di aumenti incontrollati già scaricatisi sui prezzi finali a maggio.

### Percezioni

Se si interrogasse un campione di consumatori habitué dei supermercati, infatti, anche oggi la percezione non sarebbe quella di un carrello "stabile" bensì di un deciso aumento dei generi di prima necessità.

Secondo il blogger Mario Sassi, ex manager della grande distribuzione, «questa percezione distorta dipende dal fatto che il primo reparto che si incontra entrando in un super è quello dell'ortofrutta, un comparto che dal 2021 ad oggi sicuramente ha fatto registrare aumenti significativi e che sono rimasti impressi nella memoria dei clienti». L'ortofrutta vale 17 miliardi e corrisponde a un quarto dell'agro-alimentare



italiano e subisce non solo i rincari dell'energia, ma anche quelli, ad esempio, dei fertilizzanti. Al punto che, secondo i dati Coldiretti, le aziende agricole stanno pagando la produzione, rispetto a un anno fa, 350 euro in più a ettaro.

## Le stime

Se maggio ci ha riservato la novità di cui sopra, è evidente che il prolungamento della crisi in Medio Oriente, l'altalena di notizie sul futuro di navigabilità dello stretto di Hormuz, tirano dalla parte opposta. Aumenta l'incertezza geopolitica e a spiovere vanno in difficoltà i soggetti della filiera del largo consumo costretti in posizione di attesa.

Secondo Mauro Lusetti, presidente Conad e vice-presidente di **Confcommercio**, il mese di giugno però sarà inevitabilmente decisivo. La diga della responsabilità che ha tenuto finora e ha calmierato il carrello della spesa non potrà reggere l'urto all'infinito.

E del resto anche il governatore Fabio Panetta nelle sue Considerazioni finali è stato costretto a inserire tra le ipotesi uno scenario «pessimo» di previsione, quello rappresentato dal proseguire del conflitto Usa-Iran e del blocco di Hormuz. Uno scenario formulato dalla Bce e che ci fa paventare un'inflazione addirittura al 6%. Devastante. Incrociando le dita, non siamo ancora a quel punto anche se, come sottolinea Lusetti, «l'accavallarsi delle notizie impedisce persino di fare previsioni affidabili, e invece abbiamo bisogno di certezze».

Il 13 maggio i responsabili della Gdo italiana, dalla Federdistribuzione alla Confesercenti, hanno avuto un incontro «conoscitivo» a Roma con i ministri Francesco Lollobrigida (agricoltura) e Adolfo Urso (industria). I responsabili governativi hanno escluso che si torni anche solo a parlare di misure-tampone come il «carrello tricolore» dell'autunno del 2023. È vero che Urso in alcune dichiarazioni ne aveva parlato come di «un successo politico», ma economisti e associazioni dei consumatori l'avevano bocciato come un flop. E il fatto che il governo non si sogni di riproporlo è quantomeno indicativo.

Tornando all'incontro, i due ministri hanno garantito un costante monitoraggio dei prezzi per garantirne la trasparenza e la consultazione

dell'industria e dell'agricoltura per comporre un tavolo comune a tutta la filiera, in grado di far fronte ad eventuali turbolenze. Ad oggi però il tavolo della filiera non è stato convocato, né ci sono molte speranze che possa avvenire entro giugno.

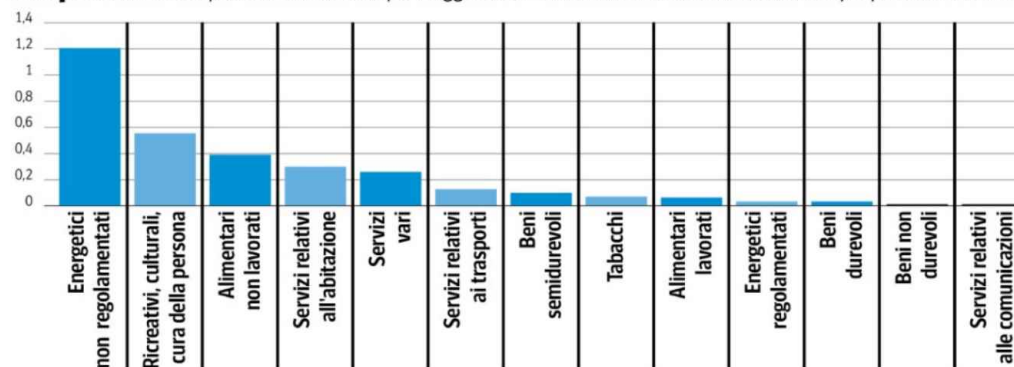
## In bilico

Cosa potrebbe fare concretamente il tavolo di filiera oltre che prendere atto delle dinamiche a monte? Secondo Sassi potrebbe individuare quelle aree di diseconomie, dal settore primario fino al consumo, che pesano sui prezzi e intervenire di conseguenza. Operazione non facile, ma sicuramente meritoria perché sanerebbe ritardi di ordine strutturale. Ma la scadenza di fine giugno comunque incombe. Lusetti ci tiene a ricordare come la grande distribuzione in questa fase intermedia stia mettendo in campo tutte le iniziative possibili per cercare di tenere sotto controllo i prezzi, dalle iniziative promozionali a svariate forme di sconti. Rammenta anche come quel risultato di maggio del carrello della spesa è stato possibile perché le aziende della distribuzione hanno tenuto in pancia gli aumenti dei costi e hanno accettato di contrarre i margini. «Ma se la situazione dovesse esplodere è evidente che faremmo fatica a trattenere ulteriori inevitabili aumenti dei costi e richieste dei fornitori».

Lo scenario che avremmo di fronte, da far tremare i polsi, sarebbe quello di salari bassi e inflazione alta che determinerebbe scorcamento e anche profondi cambiamenti nei comportamenti dei consumatori. «Che sostituirebbero i prodotti più cari con altri meno e che potrebbero smettere di comprarne alcuni. L'ortofrutta di cui parlavamo, ad esempio, potrebbe sicuramente soffrirne. E comunque più c'è ansia attorno ai prezzi, meno si afferma la qualità», annota Sassi. E i riflessi si farebbero sentire sicuramente sui prodotti della dieta mediterranea, con tutto quello che ne consegue in termini di ridotta attività industriale del made in Italy e annessi riflessi occupazionali. Alla fine di giugno non manca molto e i manager della grande distribuzione, in primis Lusetti, non possono che incrociare le dita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'impatto** Indice dei prezzi al consumo NIC per maggio 2026 - Contributi alla variazione tendenziale per prodotto e servizio

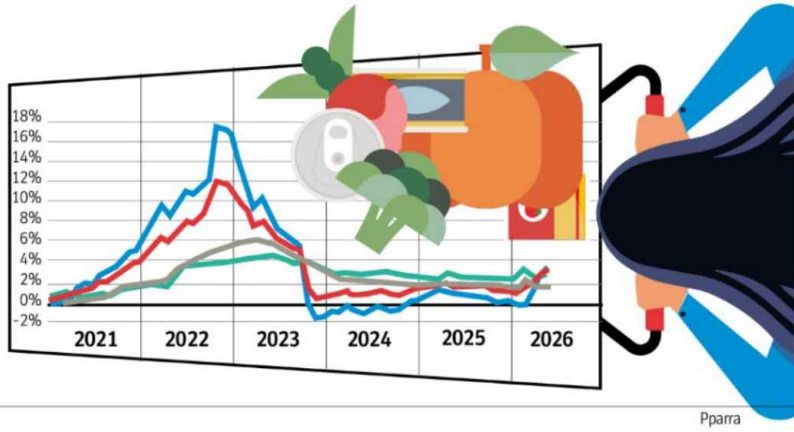


Fonte: Istat

### L'andamento

Evoluzione delle variazioni percentuali tendenziali nel periodo gennaio 2021 - maggio 2026 per tipologia di prodotto

- Componente di fondo
- Indice generale
- Beni
- Servizi



Pparra