

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

economie

CONSUMI LAVORO IMPRESE RISPARMIO

di **Filippo Marguati**

Gli scaffali del supermercato sono disseminati di trappole. Non sarà a rischio l'incolunità dei consumatori, ma quella delle loro tasche sì. I più attenti ne riescono a disinnescare molte, la maggioranza ci cade con tutte le scarpe.

Chi va a fare la spesa nei ritagli di tempo e non può permettersi di studiare, prodotto per prodotto, il prezzo al chilo resta impigliato nella rete. A prescindere dal Paese dove vive. Tanto per fare un esempio: il Centro tutela consumatori di Amburgo ha stilato una lista dei trucchetti più frequenti. Tutti rientrano nel fenomeno della *shrinkflation*: nelle confezioni si mette meno contenuto, ma il prezzo resta identico o addirittura più alto. Le varianti sono innumerevoli. Una delle più sfacciate è quando la confezione è addirittura più grande, ma il contenuto viene ridotto rispetto al passato e il prezzo quando va bene resta uguale.

Fin qui, si potrebbe dire che basta leggere il prezzo al chilo per smascherare il rincaro. Ma ci sono altri casi in cui neanche il ragioniere più pignolo riuscirebbe a trovare l'inghippo. Che fare, ad esempio, se aumentano sia il contenuto sia il prezzo, ma il secondo in modo sproporzionato rispetto al primo, o viceversa? Non aiutano gli slogan come "adesso più conveniente" o "confezione più grande", che danno l'illusione di un affare. C'è chi punta a confondere i clienti, ad esempio riducendo il con-

■ **Shrinkflation** La pratica che nasconde i rincari occulti dei prodotti



GETTY IMAGES

Sembra un'occasione invece è un trucchetto

Meno prodotto, stesso prezzo. Scatole più grandi, contenuto ridotto. Ecco come gli scaffali diventano una trappola

tenuto del prodotto, per poi aumentarlo e ridurlo ancora, complicando il confronto dei prezzi. Poi esiste anche un'altra versione di questo gioco delle tre carte: confezione e prezzo identici, ma a scendere è la qualità.

Come le creme spalmabili in cui parte del burro è sostituita con olio di colza e acqua o i cereali con meno frutta secca.

E in Italia? La scorsa estate Federconsumatori ha pubblicato un'indagine comparativa tra 2022 e 2026. Tra i risultati, un ammorbidente "dimagrito" del 12,5 per cento e rincaro del 78,8, la classica birra da 66 che diventa da 62 cl (e il prezzo da 1,29 a 1,55 euro) e uno yogurt che da 170 passa a 150 grammi: prezzo unitario identico, prezzo al chilo salito di oltre un euro.