

Carlo Alberto Buttarelli Presidente di Federdistribuzione: energia e cibo spingono il caro vita

“Sta arrivando l'onda lunga degli aumenti Ora preoccupa la frenata dei consumi”

Carlo Alberto Buttarelli
Presidente di Federdistribuzione

I prodotti che sono più colpiti dai rincari sono la frutta, l'insalata confezionata e le carni bovine

L'INTERVISTA

CLAUDIALUISE

«**S**ta arrivando l'onda lunga degli aumenti». Dopo mesi in cui la distribuzione moderna è riuscita a contenere la pressione sui prezzi, i rincari energetici e quelli delle filiere produttive stanno diventando sempre più difficili da assorbire. Carlo Alberto Buttarelli, presidente di Federdistribuzione, spiega perché le imprese sono ormai vicine al limite.

L'inflazione è tornata a correre. Che cosa sta succedendo?
«A settembre abbiamo avuto una sorpresa negativa: l'inflazione generale è salita al 4,2%, soprattutto per effetto dei beni energetici. È un aumento che pesa sulle famiglie, ma anche sulle imprese. La distribuzione moderna ha consumi energetici molto rilevanti, soprattutto nel retail food, dove le catene del freddo comportano costi significativi. Nello stesso periodo il carrello della spesa è passato dallo 0,9% all'1,7%. A spingere sono soprattutto gli alimentari non lavorati, già sotto pressione per i costi agricoli e per le condizioni climatiche, che hanno inciso su produzione, qualità e disponibilità».

La grande distribuzione per ora è riuscita a contenere gli aumenti?

«Sì. A settembre il carrello della spesa nella distribuzione moderna è ancora in deflazione, a -0,4%. Riusciamo quindi a contenere i prezzi più di altri canali commerciali, più fragili e con maggiori difficoltà nel

sostenere l'aumento dei costi. Ma i segnali che arrivano dai fornitori, dall'industria e dalle nostre imprese sono chiari: nei prossimi mesi vedremo un'accelerazione dell'inflazione al consumo. I costi sostenuti dalle imprese, inevitabilmente, verranno trasferiti a valle. Possiamo farlo con attenzione, ma non possiamo assorbirli tutti».

Il rischio è che ai rincari si aggiunga una frenata dei consumi?

«È già un elemento di preoccupazione. A settembre è calata ulteriormente la fiducia dei consumatori e questo incide sui consumi. Ad agosto avevamo già registrato un rallentamento dei volumi, sia nell'alimentare sia nel non alimentare. Gli alimentari sono consumi sostanzialmente obbligati, anche se cambiano le scelte in funzione della convenienza. I beni non alimentari, invece, rischiano molto di più. E se in un Paese non ci sono consumi, si fermano anche le filiere produttive. A questo si aggiunge la pressione sulle famiglie determinata dai costi energetici, che comprime ulteriormente la spesa. Pesano il potere d'acquisto, ma anche la percezione della propria situazione economica».

Quanto potrebbe pesare questa nuova ondata di aumenti sul carrello della spesa?

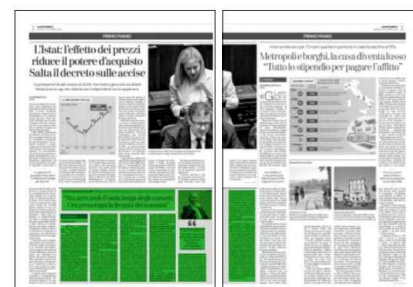
«È difficile indicare una percentuale precisa. L'accelerazione dei prezzi energetici è arrivata in alcuni casi addirittura al 25%. Se la situazione dovesse peggiorare, gli effetti sui prezzi sarebbero inevitabili. Non necessariamente attraverso shock immediati: l'onda lunga può arrivare gradualmente anche al carrello della spesa, che potrebbe arrivare al 3%. Siamo vicini al limite della capacità di produttori e distribuzione moderna di sostenere gli aumenti».

Dove si avverte maggiormente questa pressione e quali prodotti rischiano di essere colpiti per primi?

«La situazione regionale è legata anche alla presenza della distribuzione moderna. La sua quota è più elevata nel Nord, anche se il Sud sta crescendo molto. Una maggiore presenza della distribuzione moderna protegge maggiormente i cittadini dalle pressioni inflattive: nelle regioni del Sud l'inflazione registra infatti un'accelerazione più elevata rispetto alle aree in cui la distribuzione moderna è più presente. Sul fronte dei prodotti, ci sono già problemi per la frutta e per la cosiddetta quarta gamma, come l'insalata confezionata, perché il clima sta influenzando la qualità. Ci sono poi criticità negli allevamenti, soprattutto per le carni bovine».

E per i prodotti confezionati?

«Le pressioni maggiori riguarderanno le produzioni più energivore. Penso alla plastica e alle acque minerali, dove la plastica rappresenta una componente rilevante del costo: sono prodotti che hanno già subito forti pressioni. Lo stesso vale per la carta, perché le cartiere sono fortemente energivore. Ma, più in generale, anche le produzioni alimentari sono sottoposte a queste pressioni. L'olio d'oliva italiano, dopo forti impennate, si è un po' riposizionato; il caffè, invece, mantiene prezzi molto elevati. La situazione è quin-



di diffusa, ma saranno soprattutto le produzioni più energivore a mostrare per prime gli effetti della nuova ondata di rincari». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

