

Eduardo Di Lasi

ROMA Ventidue maggio 2002. Silvio Berlusconi annunciava nello studio di Vespa a Porta a Porta: «Il governo varerà a giugno un decreto legge che sosterrà i consumi e il turismo».

Piano piano, all'avvicinarsi dell'estate, quel progetto pareva, nelle parole del premier, dover prendere forma di lì a poco. Sarebbe stato centrato sulla famiglia e sul mercato interno ma, facevano sapere (non lasciando nulla al caso) si sarebbe orientato anche verso l'estero, per sostenere i consumi interni e consentire al Paese di riagganciare la «ripresa».

Ampio il pacchetto delle ipotesi: incentivi per la rottamazione di mobili, televisori, frigoriferi. E ancora detrazioni per ristrutturazioni edilizie, azioni sull'Iva (immediatamente frenate dall'Ue), sconti sulle tariffe aeree Alitalia (addirittura si proponevano alcune tratte gratuite), calo degli oneri aeroportuali. Sette giorni dopo il viceministro all'Economia Mario Baldassarri annunciava: «Il decreto dovrà essere varato in tempi brevi, altrimenti non serve a nulla». Il 2 giugno il «decreto» già cadeva a pezzi. Impallinato da Confindustria («Non si può drogare il mercato», affermava D'Amato), da Confesercenti («Misure inadeguate», per Venturi), dalla Cgil, dalla mancanza di copertura finanziaria (sarebbero stati i «condoni» a ripagare l'azione di rilancio dell'economia), il «decreto» fu rinviato e cadde nel silenzio.

Oggi, 27 agosto 2002, non solo non esiste quel «decreto spot», tagliato sui consumi di fascia medio-alta, ma ci si è ritrovati (e pare quasi «all'improvviso»), con i prezzi in decollo su quasi tutti i generi in vendita nella piccola, media e grande distribuzione, alimentari in testa. Non esiste, non è mai esistita, per così dire, una politica dei prezzi: e come si può sperare di invogliare i consumatori a spendere, rincorrendo la «ripresa» quando il banco di un mercato pare la vetrina di una gioielleria?

Oggi, a tre mesi dall'annuncio, un'estate (calda) di mezzo, un nuovo «sciopero della spesa» in vista (il 16 settembre), il Governo ha riunito le parti presso il ministero delle Attività Produttive. Per fare cosa? Per definire i metodi e i tempi di lavoro del Comitato di monitoraggio dei prezzi istituito dal ministro Antonio Marzano. La riunione, dicono, era già concordata, ed è un caso che sia caduta proprio in coincidenza con questa fiammata inflattiva.

Tirata in ballo dall'inaspettata impennata dei prezzi, la Confindustria, l'associazione dei commer-

L'Aduc stila un decalogo di autodifesa: variare i negozi comprare vestiti solo ai saldi e attenti alle rateizzazioni

È naufragato nel silenzio il «decreto-spot» che doveva rilanciare gli acquisti e garantire la ripresa, intanto comprare da mangiare è diventato un lusso



È in vista (il 16 settembre) un nuovo «sciopero della spesa» La maggioranza che fa? Riunisce le parti per definire il «monitoraggio»

Prezzi, le occasioni sprecate dal governo

Consumatori e commercianti accusano: solo parole sul rilancio dei consumi e gli aumenti galoppiano



Un mercato rionale fiorentino

Dario Orlandi

contro il caro-scuola

Roma: 13 milioni di euro per libri e borse di studio

ROMA Non solo il kit scuola (zainetto, astuccio, diario, penne, matite, gomme cancellanti) a 25 euro. Il Comune di Roma ne ha fatto un punto fermo della sua azione di governo della città: la battaglia per una scuola accessibile a tutte le tasche, in un momento in cui l'inflazione, soprattutto in questo settore, ha rialzato la testa.

Presentato dal sindaco Walter Veltroni e dall'assessore alle Politiche educative e scolastiche Maria Coscia, il piano complessivo del Comune capitolino, che ha stanziato, la bellezza di 13,1 milioni di euro. Per comprare libri e finanziare borse di studio per gli studenti meno abbienti appartenenti a famiglie con reddito inferiore a 21.691 euro e per aiutare gli alunni più svantaggiati.

In una situazione di crisi economica generale e di ondata inflattiva da

contenere «è necessario adottare interventi in grado di assicurare il pieno esercizio del diritto allo studio a tutti gli studenti di Roma», ha detto Veltroni. L'obiettivo è garantire la base minima per esercitare il diritto allo studio e ai prezzi più accessibili, e sono già oltre un centinaio gli esercizi commerciali che consentiranno alle famiglie di fare acquisti di articoli per la scuola a condizioni più vantaggiose rispetto alle segnalazioni di forti rincari.

Il Comune di Roma ha quindi deciso di destinare 3,7 milioni di euro per garantire i libri gratuiti a tutti i bambini delle scuole elementari, sia statali che paritarie. Per il primo ciclo (I e II elementari) i libri sono quelli di lettura e di religione, mentre per il secondo ciclo (III, IV e V elementare) i libri sono di lettura, sussidiario (altre materie), di lingua straniera e di religione.

La consegna dei libri agli alunni è curata direttamente dalle scuole di frequenza: i genitori devono soltanto firmare le cedole, che poi le scuole consegneranno ai librai e questi a loro volta al Comune di Roma per ottenere il pagamento dei testi forniti.

Alle famiglie a basso reddito sono stati destinati invece 3,3 milioni di euro per contribuire all'acquisto dei testi scolastici per le medie e superiori. Il Campidoglio ha anche destinato 4,5 mln di euro per l'acquisto dei corredi scolastici, dai quaderni agli zainetti e ad altro che serve per l'attività didattica: per ogni figlio è previsto un contributo da 100 a 130 euro per l'acquisto dei libri, cui potrà aggiungersi un ulteriore contributo di circa 130 euro per il kit scolastico.

Ottomila bambini svantaggiati saranno inseriti in progetti di sostegno.

Ma l'azione «straordinaria» del Comune di Roma è andata soprattutto nel mantenere inalterato il prezzo dei libri, e soprattutto delle mense scolastiche, investimento non da poco in un momento in cui proprio i prezzi dei prodotti alimentari segnano indici in forte rialzo.

GLI AUMENTI

Variazione dei listini industriali presentati dalle grandi marche alla distribuzione

Primo settembre 2003 su primo settembre 2002

Pasta	4,5-6,0%
Prodotti da forno - snack	3,5-10,0%
Cioccolata	7,0-9,0%
Latte e formaggi	2,0-3,5%
Olii	7,0-10,0%
Surgelati	3,0-4,0%
Carne in scatola	4,0-5,0%
Tonno in scatola	4,0-5,5%
Succhi e bevande	a base di frutta 3,5-6,0% analcoliche 3,5-5,0% birre 2,5-5,0%
The e Camomilla (anche bevande)	3,0-5,0%
Prodotti per l'infanzia	Pannolini 4,0-7,0% Alimentari 3,5-5,0% Altri 4,0-5,0%
Salse e condimenti	4,0-5,0%
Detergenza casa	2,5-4,5%
Cura della persona	3,0-10,0%
Prodotti per animali domestici	3,0-5,0%

Fonte: Confindustria

l'intervista

Sergio Billè

presidente Confindustria

Roberto Rossi

MILANO Cifre. Una dietro l'altra. Per confutare, rivoltare il tavolo, che vede il commerciante come unico responsabile della raffica di rincari di questo fine agosto. E invece no. Sergio Billè, che della categoria è il presidente, documenti alla mano, smonta ogni accusa. Perché, dice, «credo che sia giusto che il consumatore sappia, una buona volta, la verità». E la verità, per Confindustria, è che il negoziante rappresenta solo l'ultima pedina di un gioco che vede come principale protagonista l'industria e le grandi marche.

«Non avrei affrontato questa polemica se non ci fossi stato tirato dentro per i capelli».

Eppure la categoria è la prima ad essere stata accusata?

«Noi siamo stufi e arcistufi di essere indicati come gli unici e veri autori dell'aumento dei prezzi. Bisogna smetterla con questa favola che gli aumenti sono solo frutto di manovre speculative da parte della

piccola distribuzione».

E da parte di chi, allora?

«Ci sono aumenti di listino imposti alla grande distribuzione, che poi sono strutture che con la produzione hanno rapporti più diretti che consentono di eliminare una serie di passaggi e di costi che ci sono quando il prodotto deve arrivare al dettaglio».

Immagino che lei abbia dei dati che supportino la sua accusa?

«Dati, certo. E non parole. Fatti veri, inconfutabili. Sono fonte Confindustria e ce ne assumiamo

«Noi siamo stufi di essere indicati come gli unici e veri autori della corsa dei prezzi»

«Sono loro a provocare gli aumenti. E il governo non fa nulla, mentre l'economia italiana è una zattera che non sa dove andare»

«Qualcuno ci marcia, soprattutto le grandi marche»

ogni responsabilità. Nel primo semestre 2003, rispetto al primo semestre del 2002, ci sono stati una raffica di aumenti dei listini industriali presentati dalle grandi marche alla distribuzione. Olio, latte, cioccolata, succhi, birra e altri prodotti hanno fatto registrare aumenti generalizzati (dal 3 al 10%) che, con varie oscillazioni, riguardano tutte le marche».

Come sta pensando di muoversi la sua associazione?

«Siccome stiamo perdendo la pazienza da settembre inizieremo i confronti per vedere chi ci sta marcando e quanto ci sta marcando. E poi io lancio una proposta che contribuirebbe a fare un po' di trasparenza. Perché le singole case di produzione non rendono noti i listini? Vogliamo finalmente affrontare questo argomento o tutto deve continuare in eterno sul filo dell'ipocrisia. E vogliamo farlo prima che arrivi alla grande distribuzione un'altra raffica di aumenti?»

Che tipo di confronti?

«Quando saremo chiamati, renderemo disponibili nomi e cognomi dei singoli aumenti fatti nelle

single centrali d'acquisto. La verità è che in questa giungla c'è chi non ha intenzione a rinunciare alle proprie rendite di potere. E le rendite di potere in Italia sono quelle del sistema produttivo, che ha importato una politica economica che combatte ogni iniziativa che porti a una vera e propria liberalizzazione del mercato».

Non negherà, però, che ci sono stati fenomeni di speculazione anche tra le fila dei commercianti?

«Non lo nego, certo. Ma mettiamo in fila tutti e vediamo chi specula di più e quali sono i veri interessi in gioco».

E tra chi specula di più, per esempio, sono stati accusati i ristoranti.

«Apriamo anche questo capitolo. Qualche cosa la vorrei dire. C'è ovviamente anche qui chi ci marcia. Ma mettere sul banco degli imputati 100mila aziende, tra le poche a creare nuovi posti di lavoro, mi sembra assurdo. Se il prezzo dell'olio aumenta del 10%, il ristoratore ne deve tenere conto o no? Se il

listino delle bevande alcoliche è salito del 10% e i vini addirittura del 20% il ristoratore ne deve tenere conto o no?

Pochi giorni fa il presidente di Confesercenti, Marco Venturi, ha individuato tra le cause del rialzo dei prezzi l'elevata pressione fiscale. Lei che ne pensa?

«Sono d'accordo. Le faccio un esempio. Una piccola azienda della ristorazione ha oggi un carico di oneri diretti che è in media del 34% superiore a quello di un'azienda delle stesse dimensioni in un altro settore. Nell'arco dell'ultimo anno la stessa azienda di ristorazione ha avuto incrementi folli per quanto riguarda voci fisse di costo: +35% per la tassa dei rifiuti solidi e urbani, +30% imposte della pubblicità, +28% per l'acqua. E poi c'è la lievitazione delle altre imposte locali. Ne vogliamo parlare o no? Per non tenere presenti anche oneri occulti».

Oneri occulti? Di che tipo?

«Qualcuno si vada a leggere l'ultimo rapporto trasmesso in Parla-

mento dal ministero degli Interni sulle crescenti infiltrazioni criminali sulla distribuzione e troverà tutte le risposte. Parlo di un pizzo sui generis praticato su scala diffusa e che si concretizza nell'imposizione di "forniture" bloccate».

E questo spiega gli aumenti dei prezzi?

«Sì, perché carne e pesce, tanto per fare un esempio, arrivano con prezzi che possono essere maggiori del 20-30%. L'infiltrazione criminale su tutte le filiere del mercato è un dato estremamente preoccupante. Lo sa bene il ministro degli Inter-

«L'esecutivo da un anno dice che bisogna ripartire dai consumi e dalle infrastrutture ma non è stato fatto nulla»

cianti presieduta da Sergio Billè, ha lanciato una proposta di incontro con le associazioni dei consumatori per tentare di calmierare i costi di alcuni generi di largo consumo.

Rosario Trefiletti, presidente della Federconsumatori, è disponibile all'incontro, però precisa: «Siamo tutti d'accordo a sederci attorno a un tavolo. Solo però se si fanno accordi seri, verificabili e sanzionabili, altrimenti saranno come gli accordi fatti al tempo dell'euro che sono rimasti accordi scritti sulla sabbia».

Intanto ieri Billè, oltre a tendere la mano alle associazioni dei consumatori, ha anche diffuso i dati dei «listini industriali» presentati alla distribuzione dalle grandi marche. Dal prospetto, che riporta il primo semestre del 2003 al primo del 2002, si

evincerebbero aumenti variabili tra il 2,5% e il 10% su molti prodotti di largo consumo: l'olio ha avuto un'impennata del 7-10%, le salse del 4-5%, la cioccolata del 7-9%. In pratica, spiegherebbero i dati di Confindustria, la colpa dei rincari non è da attribuire ai dettaglianti.

E mentre la politica e le associazioni di categoria tentano di mettere ordine in un settore che appare impazzito, l'Aduc stila un decalogo per difendersi dagli aumenti. Per prima cosa, consiglia l'associazione, ogni utente dovrebbe farsi un proprio «paniere» di una ventina di prodotti alimentari che abitualmente compra. Successivamente dovremmo andare a spendere in negozi diversi e disegnarci una specie di statistica per ognuno di essi. Alla fine faremo i conti: prendiamo i prezzi dei nostri 20 prodotti, li sommiamo, e vediamo in quale esercizio ci costa meno.

In più l'Aduc consiglia di: comprare gli abiti solo in saldo; stare con il calendario alla mano per vedere se nei 60 giorni precedenti la scadenza dell'assicurazione Rc-auto qualche altra compagnia non offra maggiori sconti; fare attenzione alla durata dell'assicurazione quando si acquista un'automobile (così se si guasta è coperta); pagare in contanti e non credere alle promozioni «a tasso zero», perché, ci informano, non esistono; non fare benzina al primo distributore che capita; diffidare del bancomat e della carta di credito, che hanno costi di gestione, anche elevati, soprattutto se si smarriscono.

Era il 22 maggio 2003 quando Berlusconi annunciò il rilancio dei consumi. Era il 26 agosto del 2003, quando i consumatori, credendosi furbi, iniziarono a dubitare di ogni acquisto. Ieri è stata rimessa in circolo l'idea del «decreto sui consumi», la parola «ripresa», però, appare lontana.

Rosario Trefiletti Federconsumatori: tutti gli accordi fatti al tempo dell'euro sono rimasti scritti sulla sabbia

ni Pisanu e lo sappiamo bene anche noi. Vediamo di fare qualcosa perché la situazione sta peggiorando di ora in ora, di giorno in giorno».

Oltre a una maggiore sicurezza che cosa chiedete al governo?

«Innanzitutto chiediamo che il governo faccia qualcosa. Perché è un anno che annuncia che l'economia deve ripartire dai consumi, che deve ripartire dalle infrastrutture, ma né per l'uno né per l'altro è stato fatto qualcosa. La verità è che l'economia italiana è una zattera che non sa dove andare. E l'unico remo è il rilancio del mercato interno. Bisogna stimolare questo mercato».

Come?

«Agendo sul sentiment della gente. Cosa che invece non avviene. Perché quando si minaccia ogni giorno una riforma delle pensioni, e questa non si fa, l'unico effetto è un aumento delle domande di pensionamento. E poi non si sa quali saranno i tempi della riforma del mercato del lavoro che giace da due anni in Parlamento. E questa maggioranza ha dimostrato che per altre riforme i numeri li ha trovati».