

IL CAROVITA

L'Istat ha preso in considerazione un gruppo di prodotti che dopo l'arrivo dell'euro ha avuto incrementi superiori al tasso medio

Alimentari, carburanti, bar e ristoranti e poi ancora gli affitti e le spese per la casa: queste le voci più «calde» del paniere

Povere famiglie, i prezzi non si fermano più

Inflazione al 2,9% in gennaio. Ma sulla spesa quotidiana l'aumento è del 4,8%. Gasolio record

di Laura Matteucci / Milano

PREZZI STELLARI È allarme per la spesa quotidiana. Corre l'inflazione a gennaio, al 2,9% dal 2,6% di dicembre, massimo dal 2001. Ma soprattutto volano i beni di consumo quotidiani, quelli

a più alta frequenza d'acquisto, che registrano un balzo del

4,8%, il tasso più alto dal 1997. Si tratta di alimentari, tabacchi, carburanti, giornali, spese per affitto, beni non durevoli per la casa, servizi di pulizia e manutenzione sempre per la casa, spese per assistenza, e anche spese al bar e al ristorante. Tutte voci che nel classico paniere Istat pesano solo per il 39%. Ma che incidono pesantemente sui bilanci delle famiglie, a partire dai rincari record di pane e latte, aumentati rispettivamente del 12,3% e dell'8,7% rispetto al 2007.

La rilevazione dell'Istat fa paura e rilancia, in piena trattativa sui contratti, le polemiche sul potere di acquisto dei salari.

Quello che è stato preso in considerazione, spiegano all'Istat, è un gruppo di prodotti che «ha registrato sistematicamente dal 2002, con l'arrivo dell'euro, aumenti superiori, e a volte molto superiori, al tasso medio». Il 4,8% di aumento registrato a gennaio è peraltro il più alto degli ultimi 11 anni.

Il dato disaggregato dà ragione a quanti hanno sempre parlato di «un'inflazione percepita», di un paniere reale ben diverso da quello ufficiale, e a chi chiede da tempo «dati certi sull'inflazione per poter condurre una politica contrattuale responsabile», come il segretario della Cisl Raffaele Bonanni. Il leader della Cgil Guglielmo Epifani chiede alla politica «risposte concrete», ricordando che la dinamica inflazionistica è «tanto più preoccupante, perché avviene in un momento di recessione e non di sviluppo». «Ora anche la statistica spiega perché i salari e le pensioni hanno perso potere d'acquisto - si fa sentire il leader della Uil, Luigi Angeletti - La realtà è che l'inflazione rilevata con i metodi ufficiali è pari alla metà di quella rilevata in riferimento ai beni di largo consumo».

Il divario tra il paniere tradizionale e quello quotidiano si riduce, ma per le associazioni di consumatori non basta. «I rincari - dicono Adusbef e Federconsumatori - per pane, latte, pasta e carne sono sta-

ti in media dell'11%, ed hanno fatto lievitare il conto familiare di ben 445 euro l'anno. Si aggiungono i prodotti energetici, che stanno arrivando a una media di 460 euro l'anno». Secondo il Codacons i nuovi rincari, se non rientrassero a breve, si concretizzerebbero in una stangata di mille euro all'anno a famiglia.

Mentre si corre ai ripari, il ministro dello Sviluppo economico istituisce un numero verde per collaborare con Mister Prezzi e il ministro dell'Agricoltura di Castro convoca gli operatori del settore lattiero.

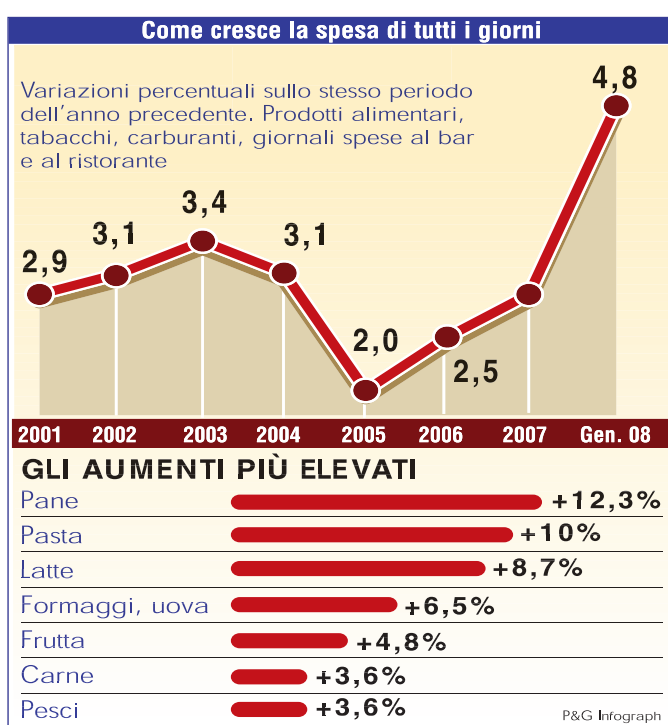
Ma la mappa dei prezzi della spesa dell'Istat fa girare la testa. Rincari in accelerazione per la pasta,

+10% (+8,6% a dicembre) e per pane e cereali che crescono dell'8% (+7,6% a dicembre). Aumenta anche il prezzo del gruppo «latte, formaggi e uova», a +6,5% (+5,8% a dicembre), della carne (+3,6%), in particolare pollame (6,7%), e della frutta (+4,8%). In forte accelerazione il prezzo del pesce (+3,6% rispetto a +3,1% a dicembre).

Per dare un'idea: secondo un'indagine Coldiretti, le famiglie spendono ogni mese 467 euro per gli alimentari (106 per la carne, 84 per frutta e ortaggi, 79 per pane e pasta, 64 per latte, uova e formaggi). E fare la benzina è uno shock: la verde è aumentata su dicembre dello 0,4% e del 12,5% rispetto all'anno scorso, il gasolio giusto ieri

ha toccato un nuovo record a 1,331 euro, e rispetto a un anno fa è a +15,7%.

Aumenti anche per chi viaggia in treno (+6,9%), su strada (+5,5%), in aereo (+8,4%), e pure dei pedaggi autostradali (+3,8%). Con rare eccezioni: in calo i medicinali (-3,9% su gennaio 2007) e gli apparecchi telefonici (-12,4%).



Chiamate Mister Prezzi

Nell'ambito della collaborazione fra Unioncamere e ministero dello Sviluppo, a partire da lunedì 25 febbraio, telefonando al numero

verde 800.95.59.59 i consumatori potranno accedere al servizio, attivo dal lunedì al venerdì, dalle 9 alle 15. Segnalate prezzi e tariffe anomale.

HANNO DETTO

Epifani

L'aumento dell'inflazione è preoccupante perché avviene in un momento di recessione, spero che la politica risponda

Bonanni

Il paniere deve essere adeguato, le richieste contrattuali devono essere in linea con il carovita

Angeletti

Ora le statistiche sono più aderenti alla realtà e spiegano perché i salari hanno perso potere



Meno rintocchi di campane e il caro estinto costa meno

Arrivano i funerali «low cost». La grande distribuzione cambia strategie per aiutare i consumi

di Luigina Venturelli / Milano

PRUDENZA Anche il parroco di Vigo Cavendine, un piccolo borgo nella valle dei laghi trentini, si è accorto che gli italiani fanno fatica a sbarcare il lunario. Incurante

delle polemiche suscitate tra i fedeli, per le famiglie meno abbienti si è inventato il funerale a prezzo di saldo: la cerimonia parte da un prezzo base di 150 euro, ma si può risparmiare qualcosa rinunciando ad alcuni servizi, scegliendo ad esempio

di far suonare meno volte le campane o di abbassare il riscaldamento e l'illuminazione in chiesa.

A maggior ragione se ne sono accorti i grandi gruppi del commercio alle prese con il diminuito potere d'acquisto dei clienti. Se l'Esselunga ha lanciato un'offerta «paghi uno e prendi due», alla Coop Italia hanno cambiato strategia: «Le offerte sulle scorte hanno impatti moderati rispetto al passato - spiega il consigliere delegato Mario Cifello - perché il consumatore non fa più stoccaggio: compra quel che serve e sta molto atten-

to ad evitare gli sprechi». Meglio, dunque, intervenire direttamente sui beni di maggior necessità, assorbendo almeno in parte gli aumenti delle materie prime o puntando sui prodotti a marchio proprio, come il latte fresco venduto a 1,15 euro al litro anziché a 1,40.

Così la grande distribuzione si organizza al cambiamento degli stili di consumo: «Se l'80% delle famiglie fa la spesa in modo più razionale - continua il responsabile di Coop Italia - esiste un 20% costretto a scelte radicali perché non arriva alla fine del mese». Si spiega in questo modo il successo dei prodotti di primo prezzo, il consumo saltua-

rio di carne e pesce, e persino l'incremento del 30% delle vendite di farina registrato negli ultimi mesi: se l'alternativa è tra il salasso e la rinuncia, tanto vale rimboccarsi le maniche e farsi in casa il pane e la pizza.

Anche i macellai si vedono costretti a correre ai ripari. Davanti «all'allarme prezzi sul pollame e sul suino ed al calare dei consumi», Assomacellai ha invitato gli esercenti ad «attuare tutte le accortezze ed iniziative per contenere i prezzi, rigettando gli aumenti che potrebbero verificarsi a monte della distribuzione». Un modo per sostenere le vendite e per «rinsperare le strumentalizzazioni con-

tro la categoria» dei piccoli negozianti, che ad ogni emergenza inflazionistica sono sempre tra i primi a finire sul banco degli imputati.

Eppure non tocca solo agli alimentari scontare le nuove abitudini di spesa degli italiani. «Rispetto agli anni scorsi, il prezzo basso è una variabile molto importante per determinare gli acquisti» dicono dalle Librerie Feltrinelli. Il che vale per le collane economiche di libri, ma anche per la musica: «Le campagne di sconto e le promozioni sui cd sono sempre più gradite dai clienti. E sempre più organizzate da megastore e case discografiche». Le vendite ten-

gono, ma gli scontrini sono pieni di prodotti in offerta.

Non a caso, a vantare fatturati in crescita sono aziende che del prezzo basso hanno fatto una filosofia: «Per il decimo anno consecutivo abbiamo abbassato i prezzi del nostro catalogo, che nel 2007/2008 sono diminuiti in media dell'1,3%» sottolineano dalla catena d'arredamento Ikea. Sugli stessi toni Aldo Papa, direttore generale Autogrill Italia: «L'inflazione interna di Autogrill è meno della metà rispetto a quella registrata dalla categoria ristorazione. Di conseguenza, non registriamo flessioni di vendite collegate alla strategia di prezzo».



SABATO 23 FEBBRAIO

Ore 10.30, Milano
Teatro Franco Parenti, via Pier Lombardo, 14
Voto anticipato e nuova offerta politica
Ore 18, Mantova
Sala degli stemmi, via Frattini
Incontro con il mondo dell'economia mantovana
Ore 20.30, Suzzara (Mantova)
Parco La Quercia
Cena di autofinanziamento

DOMENICA 24 FEBBRAIO

Il PD verso le elezioni
Ore 9.30, Torino
Teatro Colosseo
Piero Fassino, Rosy Bindi, Cesare Damiano, Gianfranco Morgando, Livia Turco, Gianni Verneti



www.pierofassino.it

Un'Italia moderna. Si può fare.