

Carrello anti-inflazione MIMIT_MDC FVG: risparmi minimali per i Cittadini che chiedono interventi strutturali e Non menu calmierati per portare le Famiglie al ristorante!!!

L'Osservatorio del Movimento Difesa del Cittadino Fvg "MDC FVG" ha effettuato un monitoraggio, dal 3 Ottobre u.s., dei prodotti in offerta (carta fedeltà, prezzo basso sempre, promozioni a tempo e carrello tricolore) in tutti punti vendita visitati sul territorio regionale confrontando poi il numero con le promozioni presenti prima del trimestre anti-inflazione, a giugno-luglio. Risultato: il numero di prodotti in promozione a ottobre rispetto a giugno-luglio è aumentato solo dell'**12%** ed è passato da ca. 1.950 a 2.184, cioè solo 234 prodotti in più, benché i prodotti contrassegnati dal carrello tricolore fossero ben 666. **Tutte le altre promozioni, classiche offerte della grande distribuzione, con la comparsa del carrello tricolore, sono diminuite di numero di ben il 38% in media.**

I prezzi dei prodotti nel carrello tricolore, quasi sempre della marca del distributore, **nel 78% dei casi non risultano i più economici sullo scaffale.** In media solo 25 categorie di prodotto beneficiano degli sconti del carrello e mancano alimenti importanti come **olio, acqua minerale in bottiglia e tutto il fresco (verdura, carne, pesce freschi).**

L'Osservatorio Prezzi-Tariffe MDC FVG non ha mai individuato sotto le insegne del carrello tricolore né olio extravergine di oliva (tra gli **olii extravergine da un litro** trovati sugli scaffali dei 12 punti vendita visitati, **nessuno** aveva mai il prezzo ribassato per il carrello tricolore) né, ad esempio, **acqua, minestre precotte e zuppe in polvere, saponette e creme mani in barattolo.**

Le catene a cui appartengono i 12 punti vendita controllati sono: **Lidl, Eurospin, Aldi, Conad, Carrefour, Panorama, Supercoop/Ipcoop.** Per il **95%** dei casi i prodotti inseriti nel paniere tricolore sono **prodotti a marchio commerciale**, cioè del marchio del distributore.

Non sempre poi i prodotti che hanno il prezzo calmierato sono i meno costosi in assoluto. Mediamente **solo il 25% dei prodotti sono i meno cari dello scaffale**, questo vuol dire che per il 75% delle volte è stato trovato un prodotto più economico con cui risparmiare di più che scegliendo il carrello!!.

Rispetto a giugno-luglio, i prezzi dei prodotti inseriti nel carrello tricolore si sono abbassati nei super e nei discount del 6,5% e del 4%. Negli iper visitati, invece, c'è stato un aumento del 2,5%. In generale i prezzi di tutti i prodotti rilevati sullo scaffale (tra promozioni e non) sono aumentati rispetto a maggio-giugno: rispettivamente del 4,5% e del 5,5% nei super e negli iper, dell'1,5% nei discount.

Il Pres. MDC FVG, R.G. Englaro, precisa, che in relazione a quanto sondato dall'esperienza reale dei consumatori e la loro opinione rispetto a

questa iniziativa governativa, i **Cittadini stessi segnalano la scarsa pubblicità nei punti vendita o l'esclusione di molti prodotti.**

Considerando che **alimentari e carrello della spesa crescono ancora a ritmi sostenuti, rispettivamente +6,1% e +5,8% su base annua**, su base mensile i prezzi degli alimentari a Novembre sono aumentati dello 0,7% rispetto ad ottobre u.s., mese in cui è partito **il paniere salva-spesa!**

Con il tasso di inflazione a questi livelli le ricadute aggiuntive, per le Famiglie, ammontano a ca. **+250 euro annui**. Ad un tanto si aggiungono le apprensioni sul caro Energia, soprattutto a fronte della **decisione del Governo di non prorogare il mercato tutelato**, che comporterà il rischio di aumenti di prezzi, oltre che di scorrettezze ed abusi da teleselling e telemarketing aggressivi, a danno dei Cittadini.

Da ultimo, in ordine al fatto che il Ministero delle Imprese e del Made in Italy MIMIT starebbe studiando un'iniziativa per menu a prezzi calmierati nei ristoranti, per portarvi le Famiglie numerose **"Aggiungi un posto a tavola che c'è un bambino in più"**, iniziativa prevedrebbe **menù bambini a meno di 10 euro**, piatti del territorio a prezzi calmierati o altri menù a prezzi scontati", riteniamo sia inquadrabile tra i **provvedimenti spot per spese non obbligate**, nel mentre a Ottobre u.s. l'olio di oliva è rincarato in un solo mese del 5,9%, il pane fresco non ha invertito la sua corsa, salendo dello 0,2% su settembre 2023 e del +4,8% su ottobre 2022!.

Vista l'importanza della questione e il rilievo dato all'iniziativa a livello nazionale dal **Ministro Urso**, continueremo a monitorarne l'andamento per l'intero Trimestre, al fine di verificarne l'evoluzione e poterne valutare al termine il reale supporto, in termini di effettivo risparmio, alla spesa per le Famiglie.

Io Sportello SOS Consumer MDC FVG

resta a disposizione di tutti gli Utenti per assistenza. Per info scrivere a:

sportello-sos-consumer@mdc.fvg.it; sos@mdc.fvg.it

e/o chiamare: Uff. 0432 490.180 r.a. Cell. 335/ 5830.536

