

Caffè, verdura, parrucchieri. I rincari che ci sono e quelli che forse verranno

mercoledì 20 maggio 2020

Le associazioni dei consumatori ridenunciano rincari sui prodotti più comprati in quarantena e durante il passaggio alla fase 2: caffè, verdura, parrucchieri.

Pronti, partenza, rincari? Già durante il lockdown qualche consumatore se n'era accorto, con i prezzi del carrello della spesa saliti verso l'alto, spinti anche dalla corsa agli acquisti e dalle scorte di generi alimentari da dispensa. Ora le associazioni dei consumatori ritornano a denunciare rincari sparsi sui prodotti più comprati durante la quarantena e su quelli che segnano, anche simbolicamente, il passaggio alla fase 2. Rincari dunque su caffè, verdura, parrucchieri. Di quali numeri stiamo parlando? Soprattutto, durerà nel tempo? Perché se un aumento finisce sul listino prezzi, è poi molto difficile che si torni indietro. La top ten dei rincari in lockdown L'Unione Nazionale Consumatori ha stilato la classifica dei prodotti più aumentati durante l'emergenza coronavirus. Sono soprattutto beni e prodotti molto cercati e comprati per affrontare meglio il lockdown, per fare scorte, per rafforzare le precauzioni igieniche. Ai primi posti della top ten ci sono i rincari della verdura fresca, a più 6,9% su base mensile, e della frutta fresca a più 3,7% (nel confronto annuale l'aumento è rispettivamente del 6,4% e del 9,6%). A fronte di un'inflazione che nel mese di aprile ha registrato una variazione nulla su base tendenziale e dello 0,1% su base mensile, prosegue l'associazione, la farina è rincarata dell'1,5% in un solo mese, le patate, molto ricercate per la loro caratteristica di conservarsi più a lungo, si collocano in terza posizione con +3,7% (+5,7% su base annuale). C'è in classifica il pane confezionato, più venduto per non uscire tutti i giorni a comprare il fresco, con un aumento dell'1,7% (+3,8% su aprile 2019). Seguono detersivi e prodotti per la pulizia della casa con +1,6% (+3,3% nei dodici mesi), uova con +1,3% (+3,1% annuo), latte conservato in confezione con +1,2% (+3,8% su anno), altri prodotti medicali come i disinfettanti con +1%. Su questi aumenti vuole vederci chiaro anche l'Antitrust, che all'inizio di maggio ha avviato un'indagine preistruttoria sull'andamento dei prezzi per generi alimentari di prima necessità, detersivi, disinfettanti e guanti. «Certo per questi prodotti si è registrato un aumento della domanda – spiega il presidente UNC Massimiliano Dona – ma questo non può spiegare incrementi dei prezzi così elevati, specie se si considera che si tratta di dati medi e che molti commercianti e supermercati hanno responsabilmente tenuto fermi i listini». Contributo di solidarietà per i costi di sanificazione? Un fenomeno che andrà monitorato, prevedere se si tratta di casi isolati o di nuove voci finite sul listino prezzi, è quello del «contributo di solidarietà» che verrebbe chiesto da alcuni esercenti per coprire i costi di sanificazione. La denuncia è sempre di Dona: «Alcuni consumatori ci hanno segnalato una novità. Alcuni centri estetici e parrucchieri avrebbero introdotto un contributo extra, una sorta di tassa di solidarietà per le varie spese aggiuntive, come quelle di sanificazione. Per ora si tratta di singoli casi isolati. Li invitiamo, comunque, a ripensarci spontaneamente. Ci sono, infatti, forti dubbi sulla legittimità di una tale pratica, anche nel caso la «sovrattassa» fosse segnalata in modo chiaro e trasparente, considerato che il consumatore deve pagare per il servizio reso, non dare contributi per le spese sostenute, salvo siano su base volontaria». Caffè Istituto Espresso Italiano: sul caffè i consumatori disposti a pagare di più La battaglia del caffè, fra rincari e voglia di ricominciare C'è poi la battaglia del caffè. La tazzina al bar sta rincarando? Un paio di giorni fa il Codacons ha denunciato che in testa alla classifica degli aumenti ci sarebbero i bar. Sono saliti i prezzi di caffè e cappuccino, dice l'associazione. «A Milano la classica tazzina consumata al bancone arriva a costare fino a 2 euro. A Firenze alcuni locali hanno portato il costo dell'espresso a 1,70 euro, mentre a Roma si arriva a pagare 1,50 euro, contro 1,20 euro di Genova». Toccare il prezzo del caffè ha un impatto molto forte, anche dal punto di vista simbolico, per i consumatori italiani. E il presidente Codacons Carlo Rienzi è partito all'attacco: «E' un vero e proprio scandalo che commercianti ed esercenti scarichino i mancati guadagni e i maggiori costi legati al coronavirus sui consumatori finali». Istituto Espresso Italiano: i consumatori sono disposti a pagare di più «Il Codacons gioca sulla pelle del barista», ha risposto a stretto giro l'Istituto Espresso Italiano. Nella stragrande maggioranza dei paesi europei, ha detto l'Istituto che riunisce torrefattori e altre aziende della filiera e promuove la cultura dell'espresso di qualità, una tazzina di caffè costa più che in Italia. In Nord Europa si vada da 2,36 a 3,00 euro, in Austria e in Germania il prezzo dell'espresso è fra 1,75 e 1,90 euro, in Francia è di 1,60 euro e in Spagna di 1,39 euro, in Grecia e in Romania la tazzina di caffè costa in media 1,30 euro. Secondo l'Istituto la critica del Codacons non tiene conto della congiuntura economica e dei fattori che incidono sul prezzo del caffè al bar. «Rienzi, prima di dire se il caffè è troppo caro dovrebbe informarsi sull'origine del prodotto e sulle condizioni di servizio – ha detto Luigi Morello, presidente dell'Istituto Espresso Italiano – visto che in Italia il caffè al banco è storicamente tra i più economici in Europa e il margine sulla tazzina in questi anni si è notevolmente ridotto: parlare di rincari in modo generico è pura demagogia». Da una indagine fatta da YouGov per l'Istituto Espresso Italiano, inoltre, emerge che il consumatore italiano sarebbe persino disposto a pagare di più una tazzina di espresso italiano pur di farlo in sicurezza al bar. L'indagine è di inizio maggio. Gli italiani vogliono tornare al bar, a gustarsi un caffè con gli amici o per un momento di relax. E si dicono disposti a pagare un prezzo maggiore per il caffè al bar: il 72% si dichiara pronto a farlo in presenza di una maggiore sicurezza del luogo di consumo, il 68% con una qualità migliore. Fonte: HelpConsumatori