

Osservatorio "Prezzi e Mercati", segnali di ripresa dei consumi: +1% l'inflazione alimentare

29 aprile 2015

Dopo 7 anni di crisi ed alcuni mesi di deflazione, il punto percentuale in più atteso in primavera per l'inflazione alimentare ha tutta l'aria di essere una buona notizia. Ad affermarlo è l'Osservatorio "Prezzi e mercati" di Unioncamere che certifica una ripresa dei prezzi alla produzione assente dal 2012, determinata in modo particolare dalle tensioni che hanno colpito alcuni prodotti tipici della dieta mediterranea (grano duro +36% a marzo 2015 rispetto allo stesso periodo del 2014, e olio di oliva +81%). La verità è che ciò prelude, questo almeno l'auspicio, a una ripresa dei consumi delle famiglie, che la Grande distribuzione organizzata – vero "polso" dei comportamenti di spesa degli italiani – già intravede, stimando nei primi mesi del 2015 un incremento delle vendite alimentari dell'1,9% in termini di valore e del +2,2% in termini di volume (e apprestandosi di conseguenza a ridurre al 27,6% la pressione promozionale, un punto percentuale in meno di quanto praticato nel 2014).

Due gli elementi che, però, potrebbero smorzare questo iniziale clima di euforia dei consumatori: le tensioni che ancora permangono sulle tariffe, sia a controllo nazionale (in aumento dell'1,5% a febbraio rispetto all'anno precedente), trainate soprattutto dalla crescita delle tariffe postali (+11,3%) e telefoniche (+4,8%), sia a controllo locale (+1% in media) con l'acqua potabile in aumento di oltre l'8%; la "spada di Damocle" della clausola di salvaguardia, che implicherebbe l'aumento automatico di 2 punti di Iva dal 1° gennaio 2016 e vanificherebbe gli sforzi riformatori sinora compiuti e la ventata d'ossigeno che sembra cominci a interessare l'economia nazionale.

"La primavera sta portando qualche segnale di recupero sul fronte dei prezzi", commenta il presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello.

"E' un momento molto delicato, in cui occorre sostenere questo sentiment positivo che anima gli italiani, non dimenticando che le abitudini di consumo in questi anni sono cambiate e la parsimonia che i nostri connazionali hanno dovuto mettere in gioco per affrontare i colpi della difficile congiuntura potrebbe mantenersi anche in un contesto di ripresa del potere di acquisto delle famiglie".