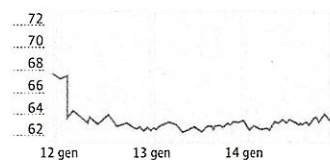
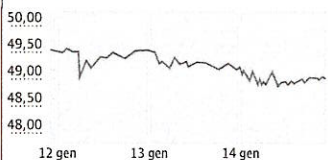


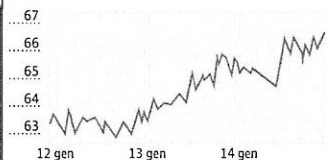
↑ SPREAD BTP/BUND  
+0,79% 63,54



↓ DOW JONES  
-0,09% 49.149,75



↓ BRENT  
-1,95% 64,19 \$



↑ FTSE MIB  
45.647,40 +0,27%

↑ FTSE ALL SHARE  
48.488,51 +0,31%

↑ EURO/DOLLARO  
1,1645 \$ +0,01%

## Faro Antitrust sul caro spesa indagine sui prezzi nei market

Sugli scaffali della grande distribuzione il costo del cibo dal 2021 è cresciuto più dell'inflazione. Nel mirino il rapporto con i produttori

di ALDO FONTANAROSA  
ROMA

La fotografia è cupa, inquietante. Tra ottobre 2021 e ottobre 2025, i prezzi dei beni alimentari sono aumentati del 24,9% in Italia, quasi 8 punti in più dell'inflazione generale, ferma al 17,3%.

Questi numeri – ragione chiara del disagio delle famiglie – allarmano ora il Garante dei consumatori (l'Antitrust) che avvia un'indagine conoscitiva. Focus è il rapporto tra i grandi supermercati e i produttori agricoli (ne ha scritto *La Stampa*). Dalle famiglie sono impazziti, molti produttori agricoli raccontano di guadagni compressi, risicati.

La frizione può dipendere dalla diversa forza negoziale tra una base produttiva frammentata in migliaia di agricoltori e poche grandi catene, in grado di dettare legge, al momento dell'acquisto dei pro-

dotti. Una forza esaltata dal gioco di squadra che fanno i supermercati, spesso organizzati in "centrali d'acquisto".

In questo rapporto impari, a volte i fornitori pagano i supermercati per avere più visibilità nei punti vendita. Succede per ottenere un posto migliore sugli scaffali o finire nelle promozioni. Il punto è capire se questi soldi pagano servizi reali; se viceversa gonfiano i ricavi della grande distribuzione riducendo i margini di chi produce.

C'è poi il tema dei prodotti con il marchio del supermercato, più economici delle marche famose. Nel 2024 il loro fatturato è aumen-

tato del 2,4% rispetto al 2023 e del 35,4% rispetto al 2019. Questa crescita dà ulteriore forza ai supermercati nelle trattative con i fornitori. Il supermercato diventa anche un concorrente diretto delle marche, perché propone il prodotto di casa sullo stesso scaffale.

La fiammata nel carrello della spesa alimentare diventa un caso politico. Per i parlamentari M5s delle commissioni Attività produttive di Camera e Senato, «il governo continua a raccontare favole mentre gli italiani hanno il frigorifero vuoto». Plaudono all'iniziativa del Garante le associazioni dei consumatori purché – avverte

l'Unc – l'indagine (che sarà chiusa a dicembre 2026) porti a «misure strutturali», capaci di migliorare la concorrenza. Ettore Prandini (Coldiretti): «L'indagine? Più trasparenza c'è, meglio è».

Carlo Alberto Buttarelli, presidente di Federdistribuzione, chiede di non gettare la croce addosso ai supermercati. Queste strutture, spiega, sopportano costi enormi per l'energia, eppure non sono sostenute dallo Stato. Buttarelli chiama in causa anche l'industria che trasforma i prodotti agricoli, probabile cinghia di trasmissione dell'aumento dei costi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL PUNTO

di ROSARIA AMATO

### Shein convocata stretta della Ue sulle merci illegali

Per il momento è solo un sì per la partecipazione a un dibattito con la Commissione per il Mercato Interno del Parlamento Europeo «sulla lotta alla diffusione di prodotti illegali e non sicuri online». Ma in realtà l'obiettivo, spiega la presidente Anna Cavazzini, è quello di fare in modo che le piattaforme di commercio elettronico che operano nei Paesi Ue non vendano «prodotti illegali e non sicuri». È ancora fresca la memoria dello scandalo scoppiato in Francia per la vendita online di «bambole del sesso» e armi, che ha fatto emergere tutte le carenze nella supervisione delle grandi piattaforme online. Sotto accusa sono finite, oltre a Shein, anche Temu, AliExpress e Wish: le istituzioni europee intendono far valere le norme europee anche nei confronti di chi importa da altri Paesi. Dopo tre inviti a presentarsi, e diversi scambi di email, ricorda Cavazzini, «Shein ha finalmente risposto ai legislatori europei e si presenterà davanti alla Commissione. Rispettare le leggi non è facoltativo se si vuole fare affari nel mercato unico». Al dibattito parteciperanno anche esponenti della Commissione. Ultimamente a emettere multe nei confronti di Shein sono state le Autorità garanti della Concorrenza in Italia e Francia: la piattaforma è stata accusata anche di greenwashing. Il Parlamento non ha poteri sanzionatori diretti, ma sta cercando di puntare il faro sull'operato complessivo delle piattaforme online, andando oltre le questioni che riguardano i singoli Paesi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

#### LA FIAMMATA DEI BENI ALIMENTARI

+13,1%

Picco del 2022

Inflazione alimentare

record in ottobre

Un'impennata che ha superato

nettamente l'inflazione

generale, attestata al

+11,9%

La crescita dei

prezzi del cibo

è stata il principale

motore dell'inflazione

complessiva

Rallentamento nel

2023 ma l'inflazione

alimentare resta più

alta di quella generale

\*stima

+6,4%

L'evoluzione del trend

Un anno dopo divario

ancora presente

Ad ottobre 2023 si registra

un'inflazione generale a +1,8%

4,6 punti in meno del trend dei

beni alimentari

+2,4%\*

Inizia l'allineamento

A ottobre 2024 la

differenza si riduce

Si stima che l'aumento dei

prezzi alimentari continui a

ridursi, avvicinandosi

all'inflazione generale dell'1%

L'INTERVISTA

di ROSARIA AMATO  
ROMA

Un'indagine che «ci pare parta da un pregiudizio: noi non vessiamo gli agricoltori».

Mauro Lusetti, vice presidente di Confcommercio, precisa di «essere a disposizione dell'Antitrust per fornire tutte le informazioni necessarie».

**Come spiegate il forte aumento dei prezzi dei prodotti alimentari che ha dato origine all'indagine?**

«Ci sono stati fattori esogeni, a cominciare dall'aumento del costo delle materie prime e dell'energia. Il modo in cui l'Authority affronta l'argomento e presenta i dati non ci pare tenga conto delle turbolenze internazionali e del loro impatto sull'andamento dei prezzi».

**Però i prezzi dei beni alimentari hanno continuato a salire anche quando tutti gli altri scendevano.**

«I prezzi dei beni alimentari negli ultimi due anni hanno rallentato fortemente la crescita. In questi anni ci sono stati anche

### Lusetti (Confcommercio) “Non vessiamo gli agricoltori rincari legati a energia e clima”

eventi climatici importanti, alluvioni, siccità, le malattie delle piante, che soprattutto nel settore agroalimentare hanno prodotto scarsità di offerta, e quindi tensioni che hanno portato a ulteriori aumenti dei prezzi».

**I prezzi sono saliti sugli scaffali, ma perché non per gli agricoltori?**

«Noi non trattiamo direttamente

con i singoli agricoltori, ma con grandi consorzi, cooperative, organizzazioni di produttori, industrie di trasformazione. Non imponiamo i prezzi, ma li negoziamo in una logica di assoluta trasparenza. L'indagine parte da una visione della filiera che non tiene conto di tutta la parte intermedia, costituita da aziende di trasformazione e dall'industria».

**Non tutto viene trasformato però, ci sono prodotti che arrivano direttamente dai campi ai supermercati.**

«Sì, ma in ogni caso non abbiamo mai rapporti diretti con gli agricoltori».

**L'indagine punta anche sui**

**prodotti di marca del distributore, ipotizzando che possano diventare una forma di concorrenza sleale.**

«L'Antitrust paventa una sorta di posizione dominante dei prodotti di marca del distributore. Si è appena aperta la Fiera «Marca» a Bologna, e come Adm (Associazione distribuzione moderna) abbiamo presentato un'indagine di Teha che dimostra come i prodotti a marchio assicurano, oltre a una maggiore redditività, anche una più alta remunerazione ai produttori».

**Quindi voi escludete la possibilità che nel settore non ci sia abbastanza competizione?**

«In Italia c'è anzi una competizione maggiore che in Francia, Germania o Regno Unito, dove i gruppi più grandi detengono quote di mercato superiori al 20%. Da noi nessuno va oltre il 15%».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

#### IL PERSONAGGIO

**Mauro Lusetti**  
Vicepresidente nazionale di Confcommercio e presidente di Conad

