

Le osservazioni delle associazioni di rappresentanza del settore terziario, Confesercenti e Confcommercio

Bozza di accordo sul caro vita proposta dalla Regione

Le associazioni di rappresentanza delle imprese del settore terziario Confesercenti Umbria e Confcommercio dell'Umbria, considerata la bozza di accordo sul caro vita proposta dalla Regione Umbria, pongono le seguenti condizioni:

OSSERVAZIONI

- Riguardo all'impostazione complessiva del documento dobbiamo purtroppo ribadire quanto già espresso in precedenza. **Le tensioni che causano l'aumento dei prezzi al consumo sono generate dalla produzione industriale e non sono ascrivibili al livello della distribuzione.** Ciò è dimostrato dai dati Istat che rilevano un aumento dei prezzi industriali dei prodotti alimentari pari al 10,4%¹ nell'ultimo anno, a cui è corrisposto un aumento dei prezzi al consumo di misura molto inferiore (5,8%)². Questa discrepanza tra gli aumenti dei listini dell'industria e gli aumenti dei prezzi al consumo va avanti da diversi anni ed ha sottoposto le imprese commerciali a gravissime tensioni e riduzioni dei margini di profitto (con i costi generali di gestione in costante aumento). Pertanto le aziende del commercio, pur volendo, non sono in grado di ridurre né di bloccare i prezzi fintanto che l'industria non assuma un impegno dello stesso tipo.

- A fronte di questo dato oggettivo dobbiamo rilevare che nel testo proposto si chiede all'industria solo un impegno di principio annunciando subito la non fattibilità concreta di una riduzione dei prezzi da parte loro. **Al commercio invece, che riceve gli aumenti dei listini dell'industria, si chiede di bloccare i prezzi.** Non sfugge la non fattibilità tecnica di questa proposta.

- Le imprese della distribuzione inoltre **sono già impegnate nel contenimento dei prezzi** con continue promozioni, a causa della elevatissima concorrenza presente in Umbria.

- Manca di nuovo un impegno di **banche e assicurazioni** che invece rappresentano una delle voci principali di spesa per le famiglie e, soprattutto per quanto riguarda le banche, sono le voci di costo che hanno visto i maggiori aumenti negli ultimi mesi.

- Agli **agricoltori** si chiede, come impegno, quello che in realtà è un loro desiderio: diventare commercianti senza sottostare alle regole cui sono sottopo-



sti i commercianti veri, così da poter praticare prezzi più bassi a scapito della concorrenza.

- Molte delle altre iniziative che vengono proposte alla nostra categoria sono già messe in atto dai nostri imprenditori, come ad esempio il menu a prezzo fisso nei pubblici esercizi. **L'orientamento delle nostre aziende è di non adottare iniziative che non danno un reale vantaggio ai consumatori rispetto a oggi. Iniziative che possono essere viste come "soltanto di facciata" irritando i consumatori** e abbassandone la fiducia.

- Ci sembra quanto meno superficiale inserire la liberalizzazione della **distribuzione dei carburanti** in un accordo di questo tipo, considerato anche che il prezzo della benzina dipende dal prezzo del petrolio e dalle tasse statali. Crediamo che una manovra di questa portata

debba essere trattata in strumenti ad hoc predisposti con il coinvolgimento delle categorie interessate.

- Tra gli impegni della Regione e degli enti locali vedremo più che altro di buon occhio la riduzione di **tasse e tariffe locali**.

INIZIATIVE CANTIERABILI E NON CANTIERABILI

1 - **Non è praticabile il blocco dei prezzi di un paniere predefinito** (per tutti i motivi sopra esposti);

2 - La comunicazione ai Comuni dei **tempi e dei luoghi delle promozioni** è fattibile, ma rientra nelle politiche commerciali delle singole imprese, pertanto l'impegno deve essere sottoscritto dalle singole aziende che rimangono libere di aderire o meno. Si fa comunque presente che tutte le aziende della distribuzione già fanno promozioni continue, comprese iniziative di sottocosto, e le comunicano attraverso volantini di massa casa per casa;

3 - L'installazione di **erogatori di prodotti sfusi** è praticabile ma si fa presente che molte aziende non sono disposte ad adottare questi sistemi per i prodotti alimentari (es. latte) in quanto comportano altissimi rischi anche penali a carico dell'azienda commerciale. Per il non food l'iniziativa è praticabile, ma si fa presente che molte aziende sono già attive su questo fronte;

4 - **Il menù a costo fisso** per i pubblici esercizi è cantierabile a condizione che non comporti alcun onere aggiuntivo per le imprese;

5 - L'impegno di contenere i **prezzi della carne** sui tagli di minor pregio è fattibile;

6 - È inoltre assumibile da parte nostra un impegno a sviluppare intese e **accordi di filiera** tra **produttori** (allevatori e agricoltori) locali da un lato e **macellai e piccola distribuzione** dall'altro. Si precisa che in questi accordi di filiera

[segue a pagina 5](#)