

Al via il trimestre antinflazione contro il carovita

Sono 303 i punti vendita aderenti, di cui 27 in città. 150 sono farmacie e parafarmacie

Il carrello tricolore ha fatto il suo debutto il 1° ottobre nei supermercati d'Italia. Il patto per il trimestre anti-inflazione della Grande Distribuzione conta 23 mila punti vendita italiani, che hanno scelto di aderire all'iniziativa del Governo, con l'apposito bollino del "Prodotto ribassato" sui prodotti di largo consumo. Fino a Capodanno i prezzi saranno calmierati o ribassati del 10% per beni essenziali come pasta e sapone, passando per i prodotti per bambini, i pannolini e la farina. I primi sconti si sono cominciati a vedere nei supermercati. Il risparmio calcolato dai commercianti è di una trentina di euro in tre mesi in media a famiglia. Solo nelle città metropolitane le adesioni sfiorano quota 7mila: 6.977, in base ai dati del Mimit, di cui quasi la metà si concentra nelle città di Roma (1.381) e Torino (1.074). Seguono Napoli (801) e Milano (741). Partecipano al patto anti-inflazione 303 punti vendita bergamaschi, di cui 27 in città: la parte da padrone la fanno farmacie e parafarmacie per i prodotti per la prima infanzia, oltre a igiene e cura della persona. Tra i supermercati sono 27 le insegne (Conad, Coop, Esselunga, Famila, Gigante, Penny Market). E' infatti stata siglata giovedì 28 settembre a Palazzo Chigi, alla presenza della Presidente del Consiglio Giorgia Meloni, il protocollo di intesa per il trimestre anti-inflazione promosso dal Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso. ANCD-Conad, ANCC-Coop, Federdistribuzione, Confcommercio insieme alle associazioni che rappresentano i settori delle farmacie e parafarmacie, hanno firmato il protocollo di intesa che fa seguito all'accordo raggiunto ad agosto tra il

Ministero e le Associazioni di categoria della distribuzione e del commercio che da subito hanno espresso la disponibilità a collaborare all'iniziativa, con l'obiettivo di rafforzare il contrasto dell'inflazione e di contribuire alla tutela del potere di acquisto degli italiani. Un traguardo non semplice, considerando la situazione macro-economica generale e le pressioni a cui sono state sottoposte le imprese distributive e gli esercenti negli ultimi diciotto mesi, caratterizzati da un incremento senza precedenti dei costi energetici, delle materie prime e dei prezzi di listino dei prodotti industriali. Con grande senso di responsabilità il settore del commercio, che accoglie ogni giorno milioni di persone nei propri punti vendita, comprendendone le difficoltà di fronte all'aumento generalizzato dei prezzi, ha dato un riscontro immediato a questa iniziativa, come segnale concreto di aiuto alle famiglie. L'impegno sottoscritto oggi rafforza lo sforzo che le imprese della distribuzione esprimono quotidianamente con soluzioni di convenienza e risparmio. In particolare, le ulteriori iniziative che saranno messe in campo riguarderanno beni di largo consumo e alimentari, prodotti per la casa e la persona; saranno realizzate con un potenziamento di offerta – ad esempio, scontistiche e promozioni dedicate – che ogni impresa definirà liberamente e saranno evidenziate dall'apposito logo messo a punto dal Ministero. A fronte dell'impegno concreto e tempestivo del settore del commercio, le Associazioni firmatarie del Protocollo auspicano che anche gli altri comparti della filiera, in particolare il mondo dell'industria di produzione dei beni di largo consumo, diano seguito in modo tangibile alle proprie dichiarazioni di intenti. Per rendere più efficace l'azione di contrasto all'inflazione e poter agire in maniera più strutturale, occorrono infatti interventi che portino a una netta riduzione dei prezzi di listino dei prodotti, anche in relazione alle mutate condizioni di mercato delle materie prime e dei costi di produzione. Per avere tutte le informazioni sull'iniziativa e consultare l'elenco delle attività aderenti è a disposizione un'apposita sezione sul sito del Ministero delle Imprese e del

Made in Italy. Ecco l'[elenco per la nostra provincia](#)

Il contesto resta difficile: ecco il dato dell'Osservatorio Confcommercio

Il calo generalizzato rilevato per la fiducia di famiglie e imprese nel mese di settembre è presumibilmente espressione del permanere di una fase di estrema debolezza del quadro economico, caratterizzato ancora da molteplici elementi d'incertezza, più che la spia dell'inizio di una fase recessiva. L'ulteriore peggioramento registrato sul versante delle famiglie appare condizionato più dai timori sulla situazione generale e sul futuro del Paese che dalla situazione personale. In questo contesto l'inflazione, seppure in rallentamento, continua a rappresentare uno dei principali motivi di preoccupazione per le famiglie, a cui si aggiungono i timori di un possibile peggioramento del mercato del lavoro. Allo stesso tempo, la percezione degli imprenditori è influenzata dal rallentamento della domanda. Di conseguenza, peggiorano le aspettative lungo tutta la filiera della produzione e della distribuzione. Del resto, ormai, il discrimine tra stagnazione e recessione è affidato a qualche decimo di punto di variazione del PIL. Questo è il commento dell'Ufficio Studi di Confcommercio ai dati Istat di oggi.