



USB - Area Stampa

Il Patto anti-inflazione serve all'industria e alla Grande distribuzione organizzata, non ai lavoratori e ai pensionati



Nazionale, 30/09/2023

La pubblicità di Esselunga che ha avuto una testimonial d'eccellenza come la Presidente del Consiglio Giorgia Meloni, lasciava presagire che il Patto anti-inflazione tra imprese di distribuzione, industrie produttrici e associazioni del commercio e delle filiere alimentari, era oramai pronto.

La roboante campagna del Governo contro l'inflazione, è pronta per andare in tv attraverso la pubblicità progresso che la Presidenza del Consiglio dei Ministri metterà in campo, raccontando agli italiani che dal 1° ottobre al 31 dicembre 2023 sarà possibile andare nei supermercati e acquistare a prezzi "calmierati" alcuni prodotti di largo consumo come beni alimentari e per l'igiene personale, contraddistinti dal marchio tricolore della campagna anti-inflazione.

Prezzi calmierati, ribassati o bloccati? Questo non è dato comprenderlo. Il Ministro Urso parla di un meno 10% sul prezzo dei prodotti, basandosi sulla fiducia nei confronti delle imprese che dovranno effettuare lo sconto.

Il prezzo preso a riferimento oltretutto è quello di oggi, che ha già subito il rialzo con percentuali in doppia cifra rispetto agli scorsi anni. Ben altra cosa sarebbe stata prendere a riferimento il prezzo dei prodotti nel periodo antecedente la loro vertiginosa crescita.

Il Governo stima un risparmio a famiglia tra i 150 e i 100 euro, senza alcun indicatore affidabile per tale stima, essendo tale iniziativa una prima assoluta, a parte qualcosa di simile

messo in piedi dalla Francia nei mesi scorsi. Inoltre sarà ogni singola azienda della GDO a decidere cosa mettere nel paniere dei prodotti a prezzi "calmierati". La gran parte chiaramente saranno marchi delle stesse aziende della GDO, che potranno dunque vantare il bollino governativo anti-inflazione, incrementando ulteriormente le proprie vendite.

Perfino tra gli analisti economici della GDO c'è scetticismo rispetto all'efficacia di tale misura, non essendo l'industria ad abbassare i prezzi. E qui ecco il secondo regalo alle imprese. Aderiscono al Patto i più grandi marchi dell'industria alimentare italiana, i cui prodotti già avevano dei prezzi alti per le famiglie più povere, che potranno godere di tale pubblicità governativa a costo zero, per vendere i loro prodotti a prezzi scontati e riconquistare una fetta di consumatori poveri che negli ultimi anni avevano perso.

Come già segnalato da USB al ministro Urso al tavolo presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri sulle misure antinflazione del governo: qualsiasi iniziativa presa dal Governo rischia di essere vuota campagna pubblicitaria, che nulla apporta alla generale condizione dei redditi delle famiglie italiane, se non si attuano misure legislative per l'aumento dei salari e delle pensioni, per il ripristino e l'estensione del reddito di cittadinanza, per il finanziamento dei servizi pubblici (istruzione, sanità e casa), per il rinnovo dei contratti della PA, per il concreto sostegno alle famiglie strozzate dall'aumento delle rate dei mutui,.

Dove prendere i soldi? Proprio da quelle imprese della GDO, dell'industria alimentare e farmaceutica con cui il Governo ha siglato il Patto anti-inflazione, in gran parte multinazionali con sedi fiscali in Paesi con regimi agevolati, che in questi anni di enormi difficoltà economica per i normali cittadini, si sono arricchite generando extraprofiti. Senza un'azione di redistribuzione della ricchezza, che sposti le risorse dai profitti delle imprese e dalle rendite finanziarie verso i salari e le pensioni non ci sarà iniziativa efficace per sostenere i redditi delle famiglie italiane contro l'inflazione.