

# I prezzi delle materie prime volano E a Natale tutto costerà più caro

Il fenomeno è destinato a proseguire nel tempo e per questo si stanno studiando nuove strategie. L'autotrasporto: «Avanti con accordi di filiera per superare i viaggi spot». Anche il porto è vigile

**Non** sarà un fenomeno passeggero e non terminerà con l'acquisto del panettone. L'aumento dei prezzi è destinato a proseguire nel tempo e per questo, lungo la filiera che porta un prodotto dall'azienda al consumatore si stanno studiando nuove strategie che coinvolgono imprese, autotrasporto, il porto. «L'aumento dei prezzi è in atto già da alcuni mesi e il comportamento del mercato fa ritenere che noi consumatori dovremo abituarci ad acquistare i prodotti a prezzi diversi rispetto al passato e non solo in occasione del Natale» afferma Luca Cucciniello, direttore Marketing di Deco Industrie.

«Per quanto ci riguarda, la crescita del prezzo delle materie prime ci imporrà aumenti che potranno essere anche in doppia cifra percentuale, fino ad arrivare intorno al 20%. Questo sia per quanto riguarda le produzioni del settore alimentare che per l'igiene della casa. Consideriamo che i ritocchi stagionali, che erano fisiologici, non superavano il 2-3%». «La richiesta di



prodotto dolciario c'è, siamo tornati sui livelli del 2019, ma le tensioni che ci sono sul mercato creano incertezze e aumento dei prezzi. Di certi prodotti, come il burro ad esempio, conosciamo la disponibilità di giorno in giorno. Quindi, difficilissimo fare grandi previsioni». In diversi bar, intanto, dall'1 novembre è aumentato il prezzo del caffè e della brioche, e lo sa-

ranno anche quelli delle torte natalizie.

**Il fenomeno** è trasversale e spazia in tutti i settori. Laura Cenni alleva bovini di razza romagnola sulle colline di Riolo Terme. «Sono vice presidente dell'associazione allevatori dell'Emilia Romagna e, quindi, non parlo solo di bovini, ma anche di suini o di pecore o di altre specie. Siamo davanti a un aumento sproposi-

A sinistra, la preparazione dei panettoni in vista del Natale  
A destra, un sacco di mais



tato di costi. A rimetterci maggiormente è chi lavora con serietà. Noi, ad esempio, coltiviamo orzo, favino, fieno, cioè i cereali necessari per i nostri animali. Questa è stagione di semina. E' cresciuto il costo delle sementi, dei concimi, del gasolio. Per non parlare di energia elettrica e gas. Eppure vendiamo i nostri animali senza che ci venga riconosciuto alcun aumento di prezzo. Cosa però che si verifica per il consumatore finale. Direi che c'è qualcosa da rivedere nella filiera».

L'allevatrice tira presto le somme: «Sarà sempre più difficile fare questo mestiere e ogni stalla che chiude è una sconfitta per tutti checchè se ne dica degli allevamenti e della sostenibilità. E invito a tenere alta la soglia di attenzione. Il rischio è che, preso dalla disperazione, qualche produttore abbassi la soglia della qualità, ad esempio nei cereali per l'alimentazione».

**Il meccanismo** dell'aumento dei prezzi ha innescato una reazione a catena. Tutta la filiera sta ragionando su come fronteggiare questa situazione. «Sono preoccupato, ma solo in parte,

per le consegne natalizie – spiega Veniero Rosetti, presidente degli 800 camion che viaggiano con le insegne del Consar – per via della carenza di autisti. Dobbiamo arrivare in fretta ad accordi di filiera per superare i viaggi spot. Serve un'intesa tra utenza e autotrasporto, l'unica strada che consente la calmierazione dei prezzi, programmazione e investimenti».

Anche il porto è vigile. «La carenza di autisti si è fatta sentire alcuni mesi, al culmine di questa problematica. Ora la situazione si è normalizzata. E' chiaro che la nostra è una vigilanza totale: tra noli, aumenti dei prezzi delle materie prime, turbolenze dei mercati la soglia di attenzione è alta» commenta Gianantonio Mingozi, presidente del Terminal Container Ravenna.

**Lorenzo Tazzari**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**DAL TERMINAL CONTAINER**  
**Mingozi: «Soglia di attenzione alta tra noli, rincari e turbolenze di mercati»**

**L'ALLEVATRICE**  
**Laura Cenni: «Il rischio è che qualche produttore abbassi la soglia della qualità»**