


Il peso della spesa



I prezzi crescono. E se nessuno controlla che almeno siano esposti, diventano incredibilmente ballerini. Il nostro giro tra le bancarelle dei mercati e i fruttivendoli ci insegna che le scorrettezze sono in agguato.

L'inflazione galoppa. Abbiamo tutti la netta sensazione che il portafoglio sia ormai l'unico in famiglia che riesce a dimagrire senza particolari sforzi. L'Istat un mese fa ha comunicato il fatidico numerino: +2,9%, il carovita non è mai stato così alto dall'estate del 2001. A determinare questa impennata sono stati i generi alimentari (pane +12,5%, pasta +10%) e l'energia (benzina +12,5%, gasolio +15,8%). Secondo i nostri calcoli, ciò significa che nel 2007 una famiglia italiana me-

dia ha sborsato circa 850 euro in più per mantenere lo stesso livello di consumi dell'anno precedente. E di questi, 250 si sono volatilizzati per il cibo.

Frutta e verdura come pepite

Tra gli aumenti più eclatanti dell'ultimo anno ci sono quelli di alcuni generi alimentari di prima necessità. In particolare, oltre che per pane e pasta, l'impennata si è registrata per il prezzo di latte (+8,5%), carne (+3,5%) e frutta (+5%). Non poco se si pensa



Il metodo dell'inchiesta

I fruttivendoli trattano allo stesso modo tutti i clienti? Per verificarlo, tra dicembre 2007 e gennaio 2008 siamo andati in sette città (Milano, Roma, Napoli, Genova, Bari, Torino e Firenze) e abbiamo fatto la spesa da 85 fruttivendoli, ripartiti tra mercati rionali (settimanali o permanenti), mercati coperti e negozi tradizionali. Abbiamo scelto, appositamente, rivenditori che non espongono i prezzi o li espongono in parte. Da ogni negoziante abbiamo fatto due volte la stessa spesa di frutta e verdura, seguendo modalità differenti: la prima volta ci siamo comportati come un consumatore distratto e non abbiamo chiesto preventivamente il costo di ciò che stavamo comprando; la seconda abbiamo interpretato il ruolo del consumatore puntiglioso e abbiamo chiesto preventivamente tutti i prezzi della merce.

cora a catturare le preferenze degli italiani come canali d'acquisto, spesso privilegiati rispetto alla grande distribuzione. Il motivo? L'idea che acquistando alle bancarelle si riesca a risparmiare qualcosa. Sicuramente è così: in base ai dati Ismea (Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare), pur seguendo fluttuazioni stagionali, al mercato frutta e verdura costano sempre meno che al super.

Occhio alle scorrettezze

Parliamo, però, anche dell'altra faccia della medaglia. Tra gli ambulanti e i piccoli fruttivendoli è ancora prassi comune non esporre i prezzi, come vorrebbe la legge, con un cartellino ben in evidenza. E questo comporta un danno per noi consumatori che cerchiamo difficilmente di far quadrare il bilancio. Da un lato, perché non possiamo confrontare l'offerta e scegliere la più conveniente (come ci ha caldamente invitato a fare anche il garante per la sorveglianza dei prezzi Antonio Liroso), dall'altro perché la scarsa trasparenza agevola i piccoli ma significativi com- ▶

Quanto costa un chilo di mele?

Per risparmiare è importante fare leva sui meccanismi della concorrenza e scegliere il punto vendita meno caro. Ve lo dimostriamo con questo esempio: durante la nostra inchiesta abbiamo acquistato un chilo di mele in ogni punto vendita visitato. Potete vedere quanto costa in media un chilo di mele nelle bancarelle dei mercati e nei negozi.



che, per esempio, in un anno una famiglia media consuma quasi 200 chili di frutta e verdura, cosa che si traduce in un'uscita di circa 84 euro al mese. Durante il passaggio dal produttore al negoziante, i prezzi di frutta e verdura subiscono un aumento enorme: i dati del novembre 2007 segnalano che dall'origine al punto vendita le mele hanno subito un ricarico complessivo del 45%, i pomodori del 46% e le zucchine del 32%.

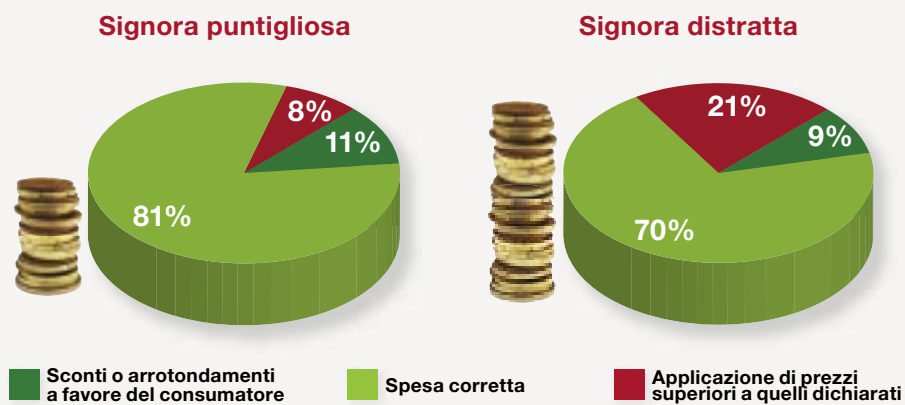
I mercati rionali e i piccoli fruttivendoli riescono an-

Se chiedi i prezzi e ti dimostri attento il fruttivendolo è più corretto



I prezzi dovrebbero sempre essere esposti. Ma nei mercati e nei negozi al dettaglio di frutta e verdura non sempre questa è la regola. Con il risultato che, alla fine, se lasci fare a chi ti sta servendo e ti disinteressi della spesa lo scontrino lievita in modo ingiustificato. Lo dimostriamo con la nostra inchiesta tra

le bancarelle dei mercati e i negozi al dettaglio di frutta e verdura, di cui sintetizziamo i risultati nei due grafici qui sotto. La signora distratta, pur acquistando le stesse cose della signora puntigliosa, viene trattata peggio, nel senso che molto più spesso il venditore fa pagare più del dovuto.



- ▶ portamenti scorretti dei commercianti, la cui tendenza è quella di far salire in modo ingiustificato lo scontrino del consumatore distratto.

Sono otto euro, facciamo nove (perché è lei)

Quello che diciamo non è solo un luogo comune, ma lo abbiamo verificato sul campo andando a fare

la spesa tra banchi di fruttivendoli e bancarelle di mercati rionali e coperti e negozi in sette importanti città italiane (per maggiori dettagli sul metodo dell'inchiesta leggete il riquadro a pagina 13).

In ogni bancarella o negozio abbiamo fatto la spesa due volte, chiedendo stessa merce e stesso peso, ma comportandoci in modo diverso.

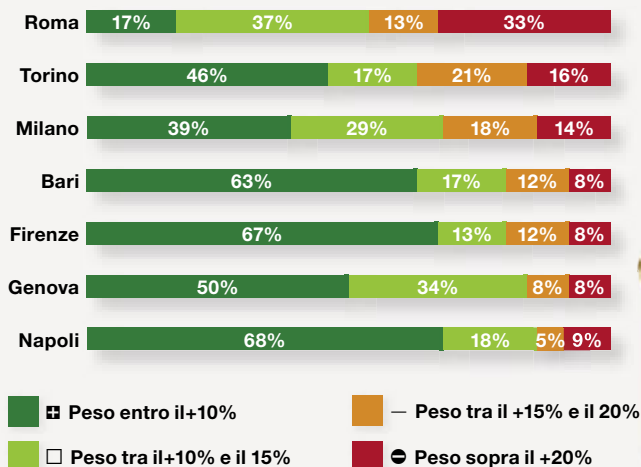
- Signora distratta. La prima volta abbiamo recitato la parte del consumatore distratto. In pratica, abbiamo acquistato e pagato la nostra spesa senza chiedere prima i prezzi (spesso non erano esposti).

- Signora puntigliosa. La seconda volta abbiamo giocato il ruolo del cliente diffidente, chiedendo i prezzi, se non esposti, o la loro conferma se esposti. Risultato: la signora distratta viene trattata peggio della signora puntigliosa, perché paga di più per avere le stesse cose.

A Roma il sacchetto è pieno a più non posso

La differenza tra peso richiesto e peso effettivamente dato è molto evidente nella capitale. Roma, infatti, abbonda di fruttivendoli "generosi", che ci riempiono il sacchetto ben oltre le nostre più modeste richieste

(ovviamente facendoci pagare ogni grammo della merce acquistata). Una volta su due, infatti, siamo usciti dal negozio o dal mercato con la borsa che pesava il 15% in più e spesso anche oltre.



Primo: informatevi sul prezzo

Essere puntigliosi, quindi paga, tanto più quando i prezzi non sono esposti. Conoscere anticipatamente il costo della merce permette di controllare se il negoziante è stato corretto ed eventualmente contestare il conto. Nel 15% dei casi, infatti, il fruttivendolo ha praticato un prezzo superiore a quello dichiarato, ma con la signora puntigliosa le cose vanno un po' meglio perché le scorrettezze si sono limitate all'8%, contro il 21% della signora distratta (vedi grafici in alto alla pagina).

- Prezzi più alti sono stati praticati in 7 bancarelle su 85 per il consumatore attento e in 18 su 85 per chi non si è informato preventivamente, più del doppio dei casi.

Perché se chiedi un chilo di mele te ne danno spesso di più (in particolare al mercato)?



Oltre al prezzo è bene controllare anche il peso della merce, soprattutto se frutta e verdura. Come potete vedere dai grafici in basso, infatti, non è detto che il peso richiesto coincida con quello

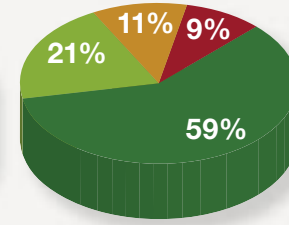
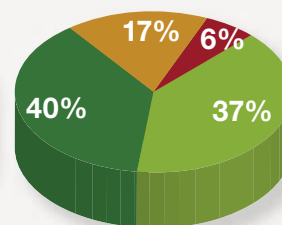
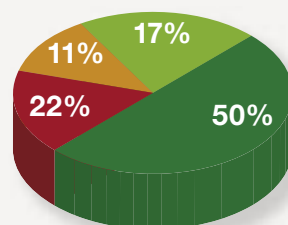
che ci viene effettivamente dato. Un certo margine di tolleranza è necessario (chi riempie il sacchetto lo fa a occhio in base all'esperienza), ma abbondare eccessivamente è sintomo di un

comportamento volontario per far lievitare lo scontrino. Consigliamo quindi di fare attenzione ai pesi effettivi della merce, eventualmente chiedendone la restituzione. In particolare al mercato.

39 Bancarelle mercato all'aperto

24 Bancarelle mercato coperto

22 Fruttivendoli tradizionali



■ Peso entro il +10% □ Peso tra il +10% e il +15% — Peso tra il +15% e il +20% ● Peso sopra il +20%

■ Bari è il capoluogo dove i fruttivendoli hanno fatto più i furbi, 5 volte su 25, cioè nel 21% dei casi, mentre le città più corrette sono state Torino (4%), Genova (13%) e Milano (14%).

■ Più frequenti le scorrettezze nei mercati coperti: nel 17% dei casi abbiamo trovato problemi di applicazione del prezzo. Vanno un po' meglio i fruttivendoli e i mercati all'aperto.

Secondo: confrontate le offerte

Sapere quanto costa la merce è fondamentale anche per confrontare le diverse offerte.

Per avere un'idea di quanto importante sia questa regola abbiamo acquistato un chilo di mele in tutti gli 85 punti vendita visitati (vedi grafico pag. 13).

■ Il prezzo medio è di 1,74 euro, ma sono notevoli le diversità tra le bancarelle degli stessi mercati, dove il prezzo oscilla da uno a quasi tre euro al chilo.

■ Analizzando il dato per punto vendita: mercati all'aperto e mercati coperti sono allineati nell'offerta, mentre i fruttivendoli tradizionali fanno pagare in media di più (circa due euro per un chilo di mele).

Terzo: occhio alla bilancia

Un altro elemento che incide sulla spesa è il peso. Non è detto che ciò che chiediamo coincida con quello che ci viene dato. Ma così come è quasi impossibile che il fruttivendolo ci dia un chilo esatto di mele, è scorretto quando abbonda in modo eccessivo facendoci spendere di più. Abbiamo pesato le nostre spese, in tutto 170 (85 punti vendita per 2 volte).

■ Metà dei nostri fruttivendoli si sono comportati in modo corretto, dandoci non più del 10% in

più di ciò che avevamo chiesto. Il 24% ha avuto un comportamento accettabile (non più del 15% in più), mentre nel 27% dei casi il peso che ci hanno rifilato è decisamente superiore a quello richiesto.

■ Notevoli le differenze tra città (vedi il grafico a pag. 14): si va da 46 casi negativi su 100 a Roma, a 37 casi a Torino e 32 a Milano, sempre su 100. In questo senso si comporta meglio Napoli: solo 14 casi negativi su 100.

■ L'abbondanza non richiesta è una prerogativa delle bancarelle dei mercati all'aperto, dove il 33% dei fruttivendoli ha meritato un giudizio negativo. Meglio, i mercati coperti e i piccoli negozianti. ○

Come correggere le impennate

L'inflazione viaggia a un ritmo incalzante. Mai stata così alta dal 2001. A incidere sul carovita non sono i consumi voluttuari, ma alimenti di base come frutta e verdura, pasta, latte e carne, carburante, bollette energetiche e trasporti. Dobbiamo tutti mettere in campo le nostre energie per frenare questa emorragia. Sicuramente il nuovo governo dovrà includere tra le sue priorità il contenimento dell'inflazione, ma un ruolo attivo di vigilanza spetta anche alle Authority indipendenti, in particolare al garante per la concorrenza e il

mercato e alla nuova figura denominata Mister Prezzi, il cui mandato è proprio il monitoraggio dei prezzi e l'applicazione delle regole di trasparenza (capita ancora troppo spesso che i commercianti non esponano i cartellini). Ma anche noi consumatori possiamo avere un ruolo attivo per contenere l'impennata, come dimostriamo con questa inchiesta tra le bancarelle dell'ortofrutta:

- informandoci sul prezzo della merce anche quando non è esposto;
- acquistando dove costa meno;
- evitando gli sprechi.