



UNIONE
SINDACALE
TERRITORIALE

Stefano Contu
Responsabile Ufficio Stampa
Tel 035 324 122
Cellulare 335 273189
E-mail: stefano.contu@cislbergamo.it

COMUNICATO STAMPA

ADICONSUM segnala la tecnica della “Shrinkflation” “Piccolo sarà più bello, ma è più costoso”

Nuove strategie di mercato in agguato

Busi: “sistema scorretto e aumenti occulti”

Si sta facendo strada **un fenomeno strisciante**, per ora percepito solo dai consumatori più attenti, che **vede diventare più piccole le confezioni di alcuni beni alimentari, per la casa e per l'igiene personale, senza però che il prezzo sia ritoccato al ribasso**. Neanche a dirlo, hanno dato a questa “campagna” un nome inglese: *shrinkflation* (*rimpicciolimento*).

Si sono **rimpiccioliti diversi prodotti, soprattutto cioccolato e beni per l'igiene personale**, come il dentifricio; i rotoli di carta igienica si accorciano, da 250 strappi si passa a 230; le barrette di cioccolato pesano di meno, nel dentifricio ci sono 75 ml di prodotto invece di 100 ml. Si riduce il numero di “pezzi” nei pacchetti di patatine. Cala il contenuto delle bevande in lattina, che passa da 33 ml a 25 ml. Si parla di riduzioni del contenuto di confetture, biscotti, pasta, miele e zuccheri, detersivi, dei fazzolettini di carta, che in un pacchetto sono diminuiti da 10 a 9.

“Di fatto si assiste a un incremento del prezzo per unità, e quindi a un incremento anche dell'inflazione –sottolinea Mina Busi, presidente ADICONSUM Bergamo. È una strategia che le imprese stanno adottando e che si estende per certi versi anche alle aziende che forniscono i servizi come abbiamo visto con la riduzione della mensilità nella telefonia, poi rientrata nei giorni ma non nel prezzo. **Questa è una manovra soft e apparentemente indolore in cui il consumatore più disattento è convinto di acquistare lo stesso prodotto allo stesso prezzo, ma subisce un aumento occulto.**

Stiamo **ricevendo parecchie segnalazioni** e questo testimonia che c'è un consumatore sempre più attento, che prima toglieva il prodotto dallo scaffale in maniera distratta e **ora va a leggere l'etichetta nutrizionale e il contenuto in grammi e millilitri.**

Sembra quindi questo uno dei modi individuali per difendersi; prestare particolare attenzione agli acquisti, leggere etichette e peso dei prodotti, considerata la difficoltà che si può incontrare nel comprare prodotti sfusi”.

Bergamo, 24 maggio 2018