

Federconsumatori «Sull'aumento dell'Iva molte speculazioni»

Ci sono aziende che si fanno carico dell'imposta per non pesare sui consumatori

PESCARA. «Sull'aumento dell'Iva molti stanno speculando e purtroppo oltre alla denuncia non c'è niente da fare». Per Tino Di Cicco della Federconsumatori è un fatto «arcinoto» che a pagare siano i consumatori. «Succede ogni volta ed è un fenomeno impossibile da arginare nel libero mercato. Sulla benzina ad esempio l'aumento dell'1% dell'Iva ha determinato dai 3 ai 5 centesimi in più che tira fuori l'utente».

Il 17 settembre è scattato, per effetto della manovra del governo, l'aumento dell'Iva che è passata dal 20 al 21% su una lunga serie di prodotti, dall'abbigliamento ai detersivi fino alle automobili, passando per sigarette, cd e servizi. E i prezzi, come è facile immaginare, sono lievitati. I primi ad accorgersene sono stati gli automobilisti. Nelle ore immediatamente successive all'ingresso del provvedimento la benzina è schizzata da circa 1,60 euro al litro a 1,7, per poi stabilizzarsi tra l'1,61 e l'1,63. Per il diesel, prendendo ad esempio un noto marchio, dal 2 settembre al 29 siamo passati da 1,48 a 1,52 euro al litro, mentre per il gpl da 0,715 a 0,720.

L'operazione, scattata per immettere nelle casse dello Stato tra i 4 e i 5 miliardi in più l'anno, sta dimostrando di essere l'ennesima batosta per i consumatori. Un'altra categoria a toccare con mano l'aumento dei prezzi è sicuramente quella dei fumatori. All'indomani dell'entrata in vigore del decreto, il prezzo di un pacchetto è subito aumentato di circa 15-20 centesimi. Una media di circa il 4% in più che arriva fino al 15% per il tabacco sfuso. Cifre comunque superiori a quelle dell'aumento dell'Iva. Uno strano effetto che sembra aver colpito anche altri prodotti di largo consumo.

Capita così ad esempio per i cd, dove al netto delle offerte e delle promozioni, i prezzi in diversi negozi sono passati da 19,40 euro a 20,90 euro. Con un inspiegabile incremento che supera il 7% e che non aiuta certo i consumi in un settore già in difficoltà dopo l'avvento della musica «scaricata» da internet.

Gli aumenti riguardano anche i pedaggi autostradali ma sembrano avvertirsi solo sulle lunghe tratte di percorrenza. «L'aumento dell'1% fa riferimento a tutta la rete nazionale», spiega Luciano Di Giulio della Uil trasporti Abruzzo, «ma nei percorsi più brevi gli aumenti sono stati assorbiti dall'azienda».

E ci sono aziende, soprattutto del settore dell'abbigliamento, che hanno deciso di farsi carico totalmente dell'aumento dell'imposta senza modificare a sfavore dei compratori i prezzi dei cartellini. Per citarne alcune si tratta di Golden Point, Zara, Fornarina, Benetton, Patrizia Pepe, Esselunga.

«Fornarina non ha applicato maggiorazioni», spiega Romina Sulcanese, responsabile del negozio di Pescara, «anzi su molti prodotti i prezzi sono diminuiti pur mantenendo lo stesso livello qualitativo. In un momento di crisi è una scelta per incentivare i consumi». Prezzi invariati anche nello store di Patrizia Pepe. «È la nostra politica aziendale», dice Serena. Nessun cambiamento nemmeno nella catena di profumeria Limoni, «almeno per il momento», afferma una commessa che si dice in attesa di «una mail dalla direzione con precise indicazioni da seguire». E c'è addirittura chi, come il negozio Golden Point in centro, ha messo un cartello in vetrina in cui si spiega che l'azienda «ha mantenuto gli stessi prezzi anche dopo l'aumento dell'Iva». Informazione confermata all'interno da una commessa, Isabella di Francesco.

E i consumatori? C'è chi lamenta un euro in più da un giorno all'altro all'autolavaggio e chi si chiede come mai le stesse pantofole, acquistate nello stesso grande magazzino, ora costino di più.