



Shrinkflation, le contromisure che verranno adottate in Italia

Per ogni prodotto che si rimpicciolisce ci sarà un bollino ad evidenziarlo. Con il **DDL Concorrenza**, l'odiosa pratica che imperversa nella grande distribuzione trova un primo stop. La parola d'ordine? Trasparenza informativa per il consumatore nei sei mesi successivi alla "diminuzione di taglia"

Lo stecco di gelato che prima mangiavi in sette morsi finisce prima? La confezione di cereali si esaurisce dopo una manciata di colazioni? Il *guilty pleasure* delle patatine si dissolve troppo in fretta?

Cos'è la shrinkflation, e cosa prevede il DDL Concorrenza

Quando la mano arriva al fondo della scatola prima del previsto e non c'è stato un aumento di

appetito, significa che sotto si cela una **drastica diminuzione delle porzioni**. Questo fenomeno ha diversi appellativi: **shrinkflation**, **sgrammatura**, riporzionamento, riduflazione. Ma se i nomi per descrivere questa tecnica di marketing che assedia le nostre giornate sono variegati, il risultato non cambia. Sempre più spesso, infatti, ci troviamo ad acquistare prodotti con il medesimo packaging e con una grammatura inferiore, senza che questo decremento abbia un qualsiasi tipo di avviso nelle etichettature o sulle targhette che ne indicano il prezzo.

La scorsa primavera abbiamo assistito ad una vera e propria levata di scudi da parte delle associazioni dei consumatori che denunciavano l'imperversare di questa tendenza, ad oggi dilagante su una vastissima gamma di prodotti, dai beni alimentari a quelli per la cura della persona.

L'illusione subita, infatti, è doppia: la prima riguarda la **supposta invariabilità del costo**, l'altra è sull'**immutabilità della quantità**. Insomma, la sensazione effimera è quella di acquistare alle medesime condizioni (di prezzo e di peso) del passato, anche se il carico complessivo della spesa è sensibilmente inferiore.

Si attende l'approvazione delle Camere

Una problematica che con il disegno di legge annuale per il mercato e la concorrenza (**DDL Concorrenza**), approvato il **26 luglio 2024 dal Consiglio dei ministri**, si sta cercando di risolvere. La soluzione si sostanzia in un articolo ad hoc che introduce misure di contrasto alla prassi commerciale di riporzionamento dei prodotti preconfezionati e che si inserisce all'interno del Codice del consumo. Il testo, ovviamente, dovrà passare per l'approvazione delle Camere prima di essere vigente e, quindi, di sprigionare la propria efficacia.

Secondo la predetta disposizione, i **produttori che metteranno in vendita**, anche per il tramite dei distributori operanti in Italia, un bene di consumo che – pur mantenendo inalterato il precedente confezionamento – reca una **riduzione della quantità nominale e un correlato aumento del prezzo** per unità di misura, saranno tenuti ad informare il consumatore dell'avvenuta riduzione della quantità e dell'aumento del prezzo in termini percentuali, tramite l'**apposizione sulla confezione di vendita di una specifica etichetta con apposita evidenziazione grafica**. Questo obbligo di informazione troverà applicazione per un periodo di **sei mesi a decorrere dalla data di esposizione in quantità ridotta**, in modo che sia assicurata la massima conoscibilità della variazione.

Data di creazione

12/09/2024

Autore

selena-vacca