

MUTTI / CENTROMARCA  
«I SETTORI PIÙ COLPITI  
DALL'INVASIONE RUSSA  
IN UCRAINA VANNO  
AIUTATI. SI PARTA  
DA UN TAGLIO DELL'IVA»

di **Alessandra Puato** 27

# L'ALLARME DI MUTTI FILIERA A RISCHIO TAGLIAMO L'IVA

«Ci saranno ulteriori rincari», dice il presidente di Centromarca  
Che invita il governo a ridurre «del 20-30%, per qualche mese»

l'imposta sul valore aggiunto per i beni di consumo quotidiano

E le aziende ad aggregarsi per affrontare la crisi

di **Alessandra Puato**

**A**bbassare l'Iva «per qualche mese» sui prodotti di largo consumo così da «smussare l'effetto dell'inflazione», prevista in salita in conseguenza della guerra Russia-Ucraina, e trainare i consumi. È la soluzione d'emergenza indicata da Francesco Mutti, presidente di Centromarca e amministratore delegato della Mutti, perché le imprese affrontino i prossimi mesi, segnati da un'altra ondata di «choc esogeni imprevisti» senza accumulare «danni irreversibili». Perché, ormai è chiaro, «i prezzi saliranno ancora». E «le aziende di marca sono preoccupate: nessuno vuole alzare i listini, il nostro obiettivo resta mantenere un rapporto corretto qualità-prezzo». Anche perché scaricare l'aumento dei costi dell'energia e delle materie prime a valle «non è così semplice», visto che si ridurrebbe la domanda.

«Avere una filiera sana è un valore enorme — dice Mutti — comprometterla perché c'è una ventata inflazionistica da eventi esogeni è rischiare tanto per poco».

## Gli aumenti

Centromarca raduna 190 aziende di marca in Italia, con un giro d'affari di 54,3 miliardi coperto al 58% dall'alimentare (ultimi dati Nomisma su bilanci 2020). È un buon osservatorio per capire come le aziende del made in Italy possono reagire alle nuove difficoltà, dopo che si sono risollevate dalla pandemia. «Il conflitto russo-ucraino sta avendo un notevole impatto già adesso, temiamo l'escalation — dice Mutti — . È partita la fase di allarme globale, entrano in gioco fattori umanitari, geopolitici, sociali ed economici di cui non possiamo pre-

vedere l'evoluzione. Questo si somma agli effetti della crisi sanitaria e della fiammata della domanda mondiale, che determinano aumenti senza precedenti nella struttura dei costi dei prodotti di largo consumo alimentare e non». Mutti cita Prometeia, che «già a fine 2021 stimava per le materie prime più usate dal manifatturiero italiano prezzi del 44% più alti rispetto al gennaio 2021 e del 70% rispetto al periodo pre-Covid». Ora «la guerra scatenata dalla Russia in Ucraina mina ulteriormente la sostenibilità a medio termine della catena del valore».

L'ultimo dato Eurostat sull'inflazione, della scorsa settimana, segna un 5,8% a febbraio per l'Eurozona: un record (era 5,1% a gennaio). Probabilmente crescerà, se anche il vicepresidente della Bce, Luis de Guindos, ha dichiarato il 2 marzo: «Si stima che il conflitto, in termini macroeconomici e di fiducia, avrà un impatto sull'inflazione e sul rallentamento della crescita». Perché il dato attuale ancora non riflette la crisi bellica.

«Quest'inflazione è ancora generata dalla pandemia — dice Mutti — riflette l'impennata di domanda e la strozzatura nella produzione dei mesi scorsi. Ora partirà un'altra ondata, l'aumento dei prezzi del gas e del petrolio si trasferirà sui beni e rischia di segnare la filiera produttiva, che non riesce a scaricare gli aumenti a valle in modo equilibrato».

Secondo il presidente di Centromarca, «forse un calmieramento dei prezzi energetici a monte avrebbe avuto senso». Se qualche mese fa fosse stato «stabilito un tetto dall'Autorità nazionale dell'energia» le aziende avrebbero più respiro. Adesso che «a uno choc esogeno, la pandemia, se ne è sommato un altro, la guerra in Ucraina»

scatenata dai russi, si pone il problema di tenere i prezzi bassi per non soffocare in culla la ripartenza dei consumi. Anche perché «se l'inflazione crescerà dovranno aumentare i tassi per contenerla e questo significa aumentare i tassi di emissione del debito, quindi maggiori interessi per lo Stato da pagare».

Da qui l'idea di abbassare l'imposta sul valore aggiunto sui beni di consumo che vengono acquistati ogni giorno. «L'intervento temporaneo sull'Iva è l'unico che può avere un effetto immediato — dice Mutti — . Penso a una riduzione intorno al 20-30%, per esempio, per sei-otto mesi». L'alternativa «è un aumento inflazionistico importante che genera difficoltà a mantenere la domanda». Una misura drastica, ma necessaria secondo l'imprenditore per evitare conseguenze anche sul lavoro. «Le imprese sono generatori di valore — dice Mutti — . Se perdono per fiammate atipiche il livello di competizione, vanno sostenute con strumenti d'emergenza. Altrimenti si generano disoccupazione e calo del prodotto interno lordo». L'incasso per l'Erario, riducendo l'Iva, «sarebbe ridotto di poco», visto che con l'aumento dei prezzi sale la base su cui calcolare l'imposta.

## Le dimensioni

In parallelo, secondo Mutti, le imprese italiane dovrebbero però seguire altre due strade. Primo, crescere di dimensione: «Serve una politica fiscale che premi le aggregazioni, è urgente — dice Mutti — . Se si continua a vedere nel nanismo una dote si avrà la tendenza a costituire aziende bonsai, anziché grandi imprese competitive».

Secondo punto, Mutti sollecita le imprese a unirsi operativamente: da un lato «costituendo consorzi d'acquisto sull'energia», per aumentare la capacità contrattuale. Dall'altro accordandosi con i distributori per una strate-

gia di contenimento dei prezzi. «Il costo delle materie prime energetiche e la continuità degli approvvigionamenti destano forti preoccupazioni — dice Mutti —. È indispensabile accelerare per garantire adeguata indi-

pendenza energetica al Paese. «Abbiamo chiesto al governo di aprire un tavolo che coinvolga la grande distribuzione in modo diretto sui beni di largo consumo, quelli indispensabili, in particolare della filiera alimentare. Bisogna avviare un dialogo di filiera».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### ● L'evento

Per il ciclo «I valori della marca» si terrà il 15 marzo dalle 11 alle 13, indiretta streaming dal *Corriere*, l'incontro «Leadership e fiducia nell'Italia che cambia». Con Francesco Mutti (Centromarca) intervengono Barbara Stefanelli, vice direttrice del *Corriere*, Paolo Mieli, la ministra Elena Bonetti, Stefano Massini, Antonio Baravalle (Lavazza) e Vincenzo Perrone (Bocconi)



**Imprenditore** Francesco Mutti, 53 anni, presidente di Centromarca e ceo di Mutti

**È urgente una politica fiscale che premi fusioni e acquisizioni, per restare competitivi quando ci sono choc esogeni**

**Le società di marca sono preoccupate. Nessuno vuole alzare i prezzi. E scaricare i costi a valle significa ridurre la domanda**

