

Mutti: «Con plastic e sugar tax effetti negativi per le imprese»

Industria di marca

Centromarca rilancia l'allarme per l'impatto su mercati e consumatori

Enrico Netti

«Non saranno una eventuale sugar tax o plastic tax a cambiare il futuro del nostro Paese ma è evidente che avranno un effetto negativo qualora dovessero essere instaurate - avverte Francesco Mutti, presidente Centromarca, associazione che rappresenta circa 200 industrie di marca attive nella produzione di beni del largo consumo confezionato e generano un valore condiviso di 87,2 miliardi di euro -. Con un carrello della spesa che rischia di essere depauperato, per quanto i consumatori siano legati alla marca e cerchino la qualità e l'innovazione, non possiamo pensare di penalizzarli ulteriormente mettendo delle tasse sui consumi».

Per quanto riguarda le prospettive per il nuovo anno «ad oggi c'è una situazione di stagnazione - prevede il presidente -. È cambiato lo scenario in cui ci stiamo muovendo». A preoccupare Mutti è il ritorno di fiamma dell'inflazione scatenato dalla voce energia. «Dobbiamo affrontare il tema abbandonando ideologie vetuste - continua il presidente -. Quando l'energia aumenta in modo importante i rincari ce li ritroviamo in maniera importante sul 99% del carrello della spesa. Si fa una grande qualità, occorre fare una grande attenzione ai costi: la qualità non è disgiunta dai costi, per questo l'efficienza deve essere ricercata dal punto di vista energetico». Una qualità dei prodotti made in Italia riconosciuta tanto in patria quanto all'estero.

L'industria di marca soffre per il nanismo della maggioranza delle aziende. «Su 55mila aziende alimentari oltre il 50% delle esportazioni è fatto dallo 0,2% delle im-

prese, circa 200, e questo mi sembra l'elemento conclusivo quando parliamo di nanismo delle imprese. Queste 200 imprese fanno il 50% delle esportazioni. Lavorare su dimensioni diverse ci permetterebbe di abbracciare in modo più sistemico quella che è una opportunità per le eccellenze italiane di andare a vendere nel mondo. Ci stiamo perdendo una opportunità perché siamo troppo piccoli».

Invece a livello macro Francesco Mutti auspica un approccio diverso da Bruxelles. «Noi abbiamo bisogno di un paese che si chiami Europa, che elimini ancora di più i vincoli, che possa avere un momento di difesa comune, una capacità di risposta agli Usa o a chi per esso immediata e univoca, con omogeneità di tassazione». Una Europa diversa, in grado di cambiare, di rilanciare il futuro dell'economia. Invece questa economia rischia di andare ko anche a causa del "dumping ambientale" praticato da alcuni paesi. «Il cambiamento climatico c'è ma non può essere solo l'Europa a muoversi e non può accettare il dumping ambientale. È una politica europea suicida - incalza il presidente -. Gli obblighi europei hanno impatti pesanti. Dobbiamo chiarirci se sono coerenti».

L'associazione ha aperti diversi cantieri per la moderna distribuzione soprattutto per efficientare la catena del valore che collega le due realtà. «Siamo lavorando con tutta la filiera per cercare risparmi di sistema, standardizzare le operazioni di logistica ed Edi (l'interscambio dei dati ndr) per recuperare marginalità». Con la Gdo si vuole anche lavorare nell'area della digitalizzazione e la condivisione per lo scambio delle informazioni.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



FRANCESCO MUTTI
Presidente
Centromarca

