

LA LOTTA AL CAROVITA

Mutti boccia Urso

“Il piano anti-inflazione non è la strada giusta”

L'industriale, presidente di Centromarca contro i prezzi bloccati
Contrari anche i consumatori: “Iniziativa spot, inutile”

di **Rosaria Amato**

ROMA – «Non è questa la strada con la quale andremo a migliorare la situazione». Francesco Mutti, presidente di Centromarca (Associazione Italiana dell'Industria di Marca) a margine del suo intervento al **Meeting di Rimini** ribadisce il no dell'organizzazione al “trimestre anti-inflazione” promosso dal governo. Si tratta del protocollo proposto dal ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso e sottoscritto da una quindicina di organizzazioni: prevede, a partire dall'1 ottobre, prezzi calmierati su una serie di prodotti che fanno parte del “carrello della spesa”. «Se il governo ci invita a bloccare gli aumenti - osserva Mutti, in un'intervista a Sussidiario.net - perché noi dovremmo essere gli unici a non scaricarli a valle?».

Una iniziativa che Mutti critica senza se e senza ma. «Le aziende del largo consumo sono in prima fila nella lotta all'inflazione - obietta - ma non possiamo dire a un sistema che è già stato bastonato nel corso di tutto il 2022 “adesso ti fai carico tu di bloccare per un certo periodo l'inflazione”, non può funzionare così». Altrimenti, spiega ancora l'industriale, a trarne un vantaggio sarà solo la distribuzione. Altro discorso sarebbe stato se invece il governo avesse «convocato

dei tavoli, con tutta la filiera, per studiare insieme delle soluzioni per ridurre l'inflazione». Modalità che avrebbe permesso di suddividere le azioni di contenimento dei prezzi su tutta la filiera.

L'obbligo di non aumentare per un trimestre i prezzi dei prodotti selezionati dal ministero, spiega ancora Centromarca, oltre che pesare solo su una parte della catena produttiva, ne pregiudicherebbe la tenuta, soprattutto in riferimento alle piccole e medie imprese, che hanno margini di redditività più ridotti. Centromarca, che associa oltre 200 imprese che sviluppano un fatturato di 58 miliardi di euro e vantano una quota di mercato che vale il 55% delle vendite complessive di prodotti di largo consumo, solleva anche questioni di tipo legale. «Un'intesa che “controlli” i prezzi, anche al ribasso - spiega l'organizzazione in una nota - costituirebbe un potenziale cartello, sanzionabile da parte dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato». Con possibili «interferenze nelle relazioni di filiera» e «una distorsione della concorrenza tra le imprese, che competono tra loro sulla base di posizionamenti, margini e politiche di prezzo differenziate».

Accuse non troppo dissimili da quelle sollevate dalle compagnie aeree, dopo la decisione del governo di cal-

mierare con un decreto i prezzi praticati nei periodi di punta per le tratte in Sicilia e Sardegna. Un “interventismo” sui prezzi che non sempre ha ottenuto i risultati sperati: è il caso dei carburanti, che hanno preso il volo, malgrado l'obbligo di esposizione dei cartelli con il prezzo medio. E potrebbe succedere anche con i prodotti del “carrello della spesa”, ipotizza l'Unione Consumatori: «Iniziativa spot, inutile. E se i prezzi davvero cominciassero a scendere, bloccarli sarebbe controproducente».

All'accordo proposto dal ministro Urso hanno invece aderito i principali rappresentanti della distribuzione, da Federdistribuzione a Coop, Confindustria e Confesercenti. Mentre l'inflazione legata ai prodotti per la cura della casa e della persona (il carrello della spesa) rallenta nel confronto annuo (da più 10,5% a più 10,2%), ma non mostra inversioni di segno. Centromarca suggerisce al governo di intervenire piuttosto attraverso strumenti più idonei per rafforzare il potere d'acquisto delle famiglie, e cioè l'azzeramento dell'Iva su alcuni beni di largo consumo (misura adottata in Portogallo), e ulteriori tagli al cuneo fiscale. © RIPRODUZIONE RISERVATA

+10,2%

Il potere d'acquisto

I prezzi per la casa e la cura personale sono saliti in un anno del 10,2 per cento



Peso: 43%



▲ **Francesco Mutti** Presidente di Centromarca, al Meeting di Rimini

NICOLA G. JASP



Peso:43%