

COMUNICATO STAMPA - ASSEMBLEA CENTROMARCA

## **Mutti: «Alle criticità della congiuntura reagiamo rafforzando gli investimenti. Il governo focalizzi le risorse sui comparti strategici»**

*Circa duecento industrie manifatturiere associate, 2.400 marchi, 64 miliardi di euro di giro d'affari, 97mila occupati: queste le dimensioni di un settore fondamentale per il Paese. Il 6% delle entrate è destinato a ricerca e sviluppo. Il 63% delle aziende ha potenziato gli impieghi in tecnologie digitali e il 70% gli stanziamenti per lo sviluppo sostenibile*

Milano, 25 giugno 2024 - Competitività, innovazione, sostenibilità, legalità: questi gli ambiti su cui **Centromarca** ha richiamato l'attenzione del governo nel corso dell'incontro "**Geopolitica, società, innovazione - Scenari e priorità per l'Industria di Marca**", promosso alla Triennale di Milano in concomitanza con l'assemblea dell'associazione. «Abbiamo bisogno di una politica industriale che favorisca fusioni e acquisizioni, perché la taglia delle nostre imprese ci penalizza nel mercato globale», ha sottolineato il presidente **Francesco Mutti**. «È inoltre fondamentale finalizzare le risorse pubbliche sui comparti strategici e creare le condizioni migliori per gli investimenti, in particolare quelli destinati alla digitalizzazione e allo sviluppo sostenibile». Nette le considerazioni sulla legalità: «Chi non rispetta le regole, altera la concorrenza e compete in modo sleale. L'illegalità si combatte con leggi chiare e controlli rigorosi, perché il corretto andamento del mercato è elemento d'interesse collettivo».

Su questo ventaglio di priorità Centromarca concentra i suoi interventi ai tavoli istituzionali, portando la voce di un settore fondamentale per l'Italia: 200 aziende industriali manifatturiere, alimentari e non food, che commercializzano 2.400 marchi, sviluppano un giro d'affari di 64 miliardi di euro (in un mercato Gdo che vale 94 miliardi) e occupano 97mila persone. Una compagine di realtà eccellenti da cui scaturiscono 70 miliardi di valore condiviso a monte e a valle della loro attività (un quarto del prodotto interno lordo dei soli settori agroalimentare e vitivinicolo). Ogni occupato nell'industria di marca genera sette posti di lavoro nella filiera del largo consumo e dieci complessivi in Italia. L'associazione è impegnata nel contrasto all'introduzione di nuove tasse sui consumi e a qualsiasi ipotesi di rafforzamento di quelle esistenti. «Gli effetti che ne deriverebbero sul potere d'acquisto delle famiglie, sulla dinamica della domanda interna e sui livelli occupazionali sarebbero fortemente negativi», ha rilevato Mutti.

«Siamo il comparto responsabile che ha evitato - ogni impresa per quanto le era possibile - di scaricare a valle istantaneamente i pesanti aumenti esogeni di costo che in questi anni sono piovuti sui nostri conti economici», ha ricordato Mutti. L'analisi dei bilanci mostra che tra il 2020 e il 2022 l'incidenza dei costi sostenuti, dalle industrie aderenti a Centromarca, per l'acquisto di materie prime è cresciuta dal 54,5%

al 57,8%. Energia elettrica, acqua e gas hanno visto il loro peso aumentare dall'1,3% al 2,4%. Gli extracosti sono stati in parte assorbiti nei conti economici e in parte trasferiti a valle con estrema gradualità. Per effetto della crescita dei costi l'utile netto complessivo è calato dal 5,5% al 4,6%.

A una fase critica per la congiuntura e i mercati l'industria di marca, nel suo insieme, ha risposto mantenendo o potenziando gli investimenti. Il 6% delle entrate è stato destinato alla ricerca e allo sviluppo. Il 63% delle aziende ha aumentato gli impieghi in tecnologie digitali, come le piattaforme di e-commerce, l'intelligenza artificiale e gli strumenti per la gestione dei big data. Oltre il 70% ha aumentato gli stanziamenti destinati alla sostenibilità, con focus sulla riduzione delle emissioni di anidride carbonica e sull'adozione di pratiche di economia circolare.

L'industria del largo consumo, complessivamente, rappresenta l'11,6% di tutti i beni manifatturieri nell'Unione europea. Il 61%, pari a 276 miliardi di euro, resta all'interno dei confini; il 39%, pari a 174 miliardi di euro, è esportato. I prodotti di marca europei, particolarmente richiesti in tutto il mondo, rappresentano il 33% del saldo commerciale positivo dell'Ue. Investendo 81 miliardi di euro l'anno nell'Unione europea, l'industria dei beni di largo consumo contribuisce significativamente alla competitività e all'innovazione.

Alle tavole rotonde di approfondimento che hanno caratterizzato l'incontro hanno preso parte: **Paolo Barilla** (Vicepresidente Gruppo Barilla), **Marco Bentivogli** (esperto di politiche industriali e del lavoro Base Italia), **Mirja Cartia d'Asero** (Amministratrice delegata Gruppo 24 Ore), **Roberto Leopardi** (Group ceo e general manager Bolton), **Paolo Magri** (Vicepresidente esecutivo Ispi), **Mara Panajia** (Presidente e amministratrice delegata Henkel Italia), **Corrado Passera** (Fondatore e amministratore delegato illimity), **Vincenzo Perrone** (Professore ordinario Università Bocconi), **Cristina Scocchia** (Chief executive officer illycaffé), **Andrea Scotti Calderini** (Fondatore e ceo Freedra), **Veronica Squinzi** (Amministratrice delegata Gruppo Mapei), **Massimiliano Valerii** (Direttore generale Censis). Per le conclusioni è intervenuto il ministro dell'Economia e delle finanze **Giancarlo Giorgetti**.

*A Centromarca, Associazione Italiana dell'Industria di Marca, fanno riferimento circa 200 tra le più importanti industrie operanti nel settore dei beni di largo consumo. Realtà italiane e multinazionali, alimentari e non alimentari, che complessivamente sviluppano un giro d'affari di 64 miliardi di euro, un valore condiviso di 70 miliardi di euro e occupano direttamente 97mila addetti.*

Per informazioni:

**Ufficio Stampa Centromarca**

Ivo Ferrario                      Tel. 335.6813017

Ginevra Amoruso                Tel. 392.0485663

Email                                [relazioni.esterne@centromarca.it](mailto:relazioni.esterne@centromarca.it)