

COMUNICATO STAMPA

ASSEMBLEA CENTROMARCA 2025

**Mutti: “L’industria di Marca asset strategico per il Paese.  
Prioritari interventi per la crescita dimensionale  
delle aziende, l’innovazione, la semplificazione normativa,  
il sostegno alle transizioni ecologica e digitale”**

*Milano, 9 giugno 2025 – Ben 2.600 grandi marchi alimentari e non food, tra i più noti e apprezzati dai consumatori, costituiscono il portafoglio delle 193 industrie aderenti a Centromarca. Aziende che complessivamente sviluppano in Italia un giro d’affari di 67 miliardi di euro, occupano 100mila addetti, valgono il 24% del mercato pubblicitario e contribuiscono a generare nella filiera del largo consumo 87 miliardi di valore condiviso, pari al 4,2% del pil. Con queste credenziali l’Associazione italiana dell’industria di Marca si è presentata oggi alla Borsa di Milano, davanti a 400 imprenditori e manager del largo consumo e del suo indotto, per celebrare i 60 anni di attività in occasione del convegno **Valori della Persona e Valore della Marca - Risposte sostenibili alle istanze del presente**.*

«I prodotti di Marca rappresentano l’eccellenza: esprimono innovazione, sostenibilità, qualità e valori che li distinguono in tutto il mondo», ha sottolineato **Francesco Mutti**, presidente di Centromarca, aprendo i lavori. «E le nostre industrie sono un asset strategico per lo sviluppo dell’economia italiana, investono, contribuiscono in modo significativo al prodotto interno lordo e alla bilancia commerciale, creano occupazione e valore».

Nel suo intervento Mutti ha anticipato che Centromarca elaborerà con altri attori della filiera e presenterà al Governo, in autunno, proposte di policy per sostenere la competitività del Paese, delle imprese e del settore largo consumo. Tra le priorità individuate ci sono: incentivi per favorire la crescita dimensionale delle aziende e l’innovazione; semplificazione burocratica; il sostegno alle transizioni ecologica e digitale; tutela della proprietà intellettuale. «Abbiamo bisogno di una politica industriale coordinata, coerente e di una visione di lungo periodo», ha rimarcato Mutti. «E di un contesto regolatorio con poche norme, ma certe, perché l’eccesso danneggia la certezza del diritto e rende più complicato colpire le illegalità del sistema».

Secondo le evidenze dell’ultima edizione dell’**Indagine Congiunturale Centromarca** - realizzata sulle industrie associate, in collaborazione con **Ref Ricerche** nel mese di aprile 2025 - quest’anno il 55,4% delle aziende manterrà invariati gli investimenti e il 34,7% li rafforzerà. Dalla ricerca emerge che nel 2024, seppur in un contesto critico di mercato, il 55,7% delle industrie ha mantenuto gli impieghi in linea con gli anni precedenti e il 38,5% li ha aumentati. Tra i principali ambiti di destinazione delle risorse economiche si segnalano: impianti e

macchinari (66,1% del campione), software (51,6%), altri impieghi immateriali (36,3%), attrezzature informatiche (31,5%), intelligenza artificiale e big data (25,8%). Per far fronte agli elevati costi dell'energia il 49,2% del campione ha migliorato l'efficienza e ridotto i consumi, il 44,9% ha investito in fonti rinnovabili, il 10,2% ha diversificato le fonti, l'8,5% ha modificato i processi produttivi.

Per il 2025 resta elevata la preoccupazione di un aumento del costo dell'energia. Le scorte di prodotto sono considerate nella norma dall'82,8% delle aziende, la liquidità adeguata dall'83,6%, il numero di addetti stabile dall'84,4% (l'11,5% li prevede in aumento). Il 19,5% delle industrie rivela frequenti difficoltà nel reperire personale qualificato; il 61,0% "qualche volta". Tra i fattori critici nell'attività di reclutamento, il 69,5% del campione indica la scarsa disponibilità di candidati, seguita dalla forte concorrenza tra aziende per lo stesso tipo di figure (27,1%) e dalle insufficienti competenze maturate nei percorsi formativi (14,4%). Le imprese guardano all'anno in corso con moderato ottimismo, in considerazione dei segnali incoraggianti che iniziano a emergere, in particolare nella moderna distribuzione, dove nel primo quadrimestre 2025, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, il segmento grocery ha registrato una crescita di circa tre punti percentuali, con le vendite che hanno superato i 31 miliardi di euro (dato NIQ cumulato gennaio-aprile 2025). Tuttavia, non si osserva ancora una ripresa stabile dei consumi, che restano deboli in prospettiva anche a causa di un contesto economico incerto e di una fiducia dei consumatori solo parzialmente in ripresa.

Il convegno *Valori della Persona e Valore della Marca – Risposte sostenibili alle istanze del presente*, promosso da Centromarca per celebrare i 60 anni di attività, ha visto la partecipazione di autorevoli relatori e discussant. Nella parte introduttiva **Andrea Montanino** (Chief economist e Direttore Strategie settoriali e impatto di **Cassa Depositi e Prestiti**) ha proposto approfondimenti sullo scenario economico e Monsignor **Vincenzo Paglia** (Presidente emerito della **Pontificia Accademia per la Vita**) si è soffermato sulla rilevanza dell'etica nella vita sociale e nell'attività economica. A seguire tre panel di approfondimento, moderati dalla giornalista **Marianna Aprile**. **Francesco Billari** ( Rettore **Università Bocconi**), **Monica Poggio** (Amministratore delegato **Bayer** in Italia) e **Giorgio Vittadini** (Presidente **Fondazione Sussidiarietà**) hanno dibattuto sui cambiamenti in atto nelle politiche per il cittadino e sul ruolo sociale della moderna industria di Marca. L'evoluzione del consumatore, dell'offerta e la rilevanza delle nuove tecnologie per le strategie di marketing sono state oggetto delle riflessioni di **Maximo Ibarra** (Former Ceo **Engineering**), **Luca Pellegrini** (Presidente **TradeLab**), **Federico Silvestri** (Amministratore delegato **Gruppo 24 Ore**) e **Ninell Sobiecka** (Presidente e Amministratore delegato **L'Oréal Italia**). Infine, il mondo del lavoro: le sue nuove esigenze, il mismatch tra domanda e offerta, l'intelligenza artificiale, le aspettative dei giovani che entrano in azienda sono stati tra i temi affrontati da **Pier Luigi Dal Pino** (Senior government affairs director western Europe **Microsoft**), **Rafaella Mazzoli** (Country leader Italy, Market leader latin Europe **Egon Zehnder**) e **Enzo Peruffo** (Dean graduate school e Professor of strategy **Luiss**).

*Centromarca, Associazione Italiana dell'Industria di Marca, promuove la cultura e i valori della Marca nel Mercato e nella Società. Fondata nel 1965, associa 193 imprese che rappresentano oltre 2600 marchi, tra le più importanti attive nei settori del largo consumo: alimentare, bevande, cura della casa e della persona.*

*Complessivamente le industrie associate, sviluppano un fatturato di 67 miliardi di euro, un valore condiviso di 87 miliardi di euro e occupano direttamente 100mila addetti.*

Per informazioni:

**Ufficio Stampa Centromarca**

Ivo Ferrario                      Tel. 335.6813017

Ginevra Amoruso                Tel. 340.5461193

Email

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

