



COMUNICATO STAMPA

ASSEMBLEA CENTROMARCA 2026

Mutti: “Servono poche regole, chiare, stabili e una visione industriale di lungo periodo per sostenere competitività e consumi”

Nel corso dei lavori, il Presidente dell'Associazione ha annunciato che il 30 settembre, a Roma, l'intera filiera si confronterà con le istituzioni per costruire proposte condivise su competitività, energia e potere d'acquisto

Milano, 9 giugno 2026 – In uno scenario caratterizzato da crescita debole, tensioni geopolitiche e pressioni sui costi, in occasione della sua assemblea annuale, **Centromarca** ha richiamato l'attenzione sulla necessità di una strategia industriale di lungo periodo per sostenere competitività, investimenti e potere d'acquisto delle famiglie. Al centro delle riflessioni del Presidente dell'Associazione **Francesco Mutti**, la necessità di affrontare in modo coordinato le sfide che interessano una delle principali filiere del Paese.

I dati confermano la complessità del contesto: il prezzo del petrolio è passato da 80 dollari al barile (media 2024) a circa 95 dollari al barile a giugno 2026, con un aumento del 18%. Il costo dell'energia elettrica in Italia resta superiore del 226% rispetto ai livelli del 2020 e i noli marittimi per container hanno registrato un incremento del 18% nell'ultimo mese. Una pressione che rischia di alimentare nuove tensioni e di indebolire le filiere produttive.

«Non chiediamo un moltiplicarsi di vincoli, ma un quadro normativo con poche norme chiaramente interpretabili», ha rimarcato Mutti. «Abbiamo bisogno di un ecosistema legislativo che aiuti a individuare tempestivamente le criticità e a colpire severamente le illegalità e le pratiche di concorrenza sleale. Dalle istituzioni europee e nazionali auspichiamo politiche industriali coordinati che guardino al medio e lungo periodo».

Nonostante le difficoltà, il comparto del largo consumo mostra capacità di tenuta, frutto del costante impegno delle imprese. Nel 2025 il mercato è cresciuto di circa il 2%, mentre i primi mesi del 2026 confermano una dinamica positiva (+1,6% ad aprile). Anche altri canali di consumo mantengono un andamento favorevole: l'eCommerce ha raggiunto un valore di 6,9 miliardi di euro e il fuori casa ha superato i 102 miliardi di euro di consumi, in crescita dell'1,5%.

«La capacità di tenuta dimostrata dal largo consumo in questi anni non deve essere data per scontata», ha sottolineato Mutti. «Per continuare a investire e creare valore lungo tutta la filiera servono condizioni che rafforzino le imprese e il Paese, a partire da policy che incentivino l'innovazione, favoriscano il raggiungimento di una dimensione media d'impresa adeguata alla competizione internazionale e sostengano la transizione ecologica».

Nel corso dei lavori, Centromarca ha annunciato la seconda edizione del Forum del Largo Consumo, prevista il prossimo 30 settembre a Roma.

«Il largo consumo è una filiera centrale per milioni di famiglie e per l'economia italiana», ha concluso Mutti. «Il Forum nasce per coinvolgere tutti gli attori del mondo dei beni di consumo, superare la frammentazione delle posizioni e costruire proposte su temi condivisi. Vogliamo offrire alle istituzioni un contributo concreto, fondato sui dati e sul dialogo tra tutti gli attori».

Il Presidente nelle sue considerazioni ha fatto riferimento al documento programmatico “I Perché della Marca” e all’approvazione del nuovo Codice Etico, vera e propria bussola morale e strategica per consolidare il rapporto di fiducia con dipendenti, collaboratori e stakeholders.

Nel corso dell’assemblea, coordinata da **Daniele Manca**, Vicedirettore Corriere della Sera, sono stati affrontati diversi momenti di approfondimento. L’Ambasciatore **Giampiero Massolo** ha proposto un focus sullo scenario geopolitico. **Paola Severino**, Presidente Luiss School of Law, ha evidenziato attualità e rilevanza del rispetto delle regole nei rapporti economici, sociali e internazionali. Dopo le relazioni di base, valutazioni delle imprese sono emerse da una tavola rotonda con la partecipazione di **Alberto Dalmaso**, Co-founder e CEO di Satispay, **Giuseppe Lavazza**, Presidente di Lavazza, **Antonio Marcegaglia**, Presidente del Gruppo Marcegaglia, e **Giacomo Ponti**, Presidente di Ponti e di Federvini. Concludendo i lavori, **Raffaele Fitto**, Vicepresidente esecutivo Commissione europea per la coesione e le riforme, ha ribadito l’impegno dell’Europa nella creazione delle migliori condizioni competitive per le imprese e il benessere dei sistemi paese.

Centromarca, Associazione Italiana dell’Industria di Marca, promuove la cultura e i valori della Marca nel Mercato e nella Società. Fondata nel 1965, associa 192 imprese che rappresentano oltre 2.700 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 69 miliardi di euro, un valore condiviso di 87 miliardi di euro e occupano direttamente circa 100mila addetti.

Per informazioni:

Ufficio Stampa Centromarca

Francesca Danni Tel. 347.3837484

Ginevra Amoruso Tel. 340.5461193

Email relazioni.esterne@centromarca.it

