

L'assemblea di Centromarca: il largo consumo a +2% nel 2025, ma i costi pesano

# Cresce il carrello, ma è sotto tiro

## Mutti: servono regole chiare e una politica industriale

DI MARCO LIVI

Il largo consumo in Italia tiene, nonostante la situazione economica generale non sia delle migliori, a causa delle tensioni geopolitiche che si stanno ripercuotendo sui mercati. Nel 2025 il comparto 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'e-commerce 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%.

Eppure «la capacità di tenuta dimostrata dal largo consumo in questi anni non deve essere data per scontata», ha sottolineato Francesco Mutti, presidente di Centromarca durante l'assemblea annuale dell'associazione che si è tenuta ieri a Milano. «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».

L'associazione Italiana dell'Industria di marca ha richiamato l'attenzione sulla necessità di una strategia industriale di lungo periodo per sostenere competitività, investimenti e potere d'acquisto delle famiglie. 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 coordinate che guardino al medio e lungo periodo».

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.



Francesco Mutti

© Riproduzione riservata

