

Tendenza Il presidente Mutti: «Il mercato tiene e il carrello della spesa aumenta meno che in Europa»

Largo consumo, settore da 600 miliardi

I dati di Centromarca e Ibc sul settore: crea il 10% del Pil e ha 4,19 milioni di occupati

IL DG CINO

«Il costo dell'energia è un nodo che finora le aziende sono riuscite ad assorbire»

FERRETTI (IBC)

«La capacità di crescere delle Pmi dipende dalla possibilità di aumentare la produttività»

FILIPPO CALERI

■ Il settore dei beni di largo consumo in Italia genera 600 miliardi di giro d'affari, 196,7 miliardi di valore aggiunto, quasi il 10% del Pil nazionale, occupa 4,19 milioni di persone e realizza 84,9 miliardi di export. Nel decennio 2015-2025 il valore aggiunto è cresciuto del 46,5% e l'export del 94,1%. I numeri, diffusi ieri nel corso del Forum promosso da Centromarca e Ibc a Roma, restituiscono la dimensione di un comparto che incide sulla crescita, sull'occupazione e sulla capacità competitiva del Paese. Un ruolo riconosciuto anche dai cittadini: secondo la ricerca Swg per Centromarca, il 45% degli italiani lo considera uno dei comparti fondamentali per il futuro economico del Paese. Un valore che colloca il Largo Consumo subito dopo il turismo, indicato dal 49% degli italiani, e davanti a Ricerca e Innovazione (39%) ed Energia (38%), confermandone la rilevanza strategica e la responsabilità sociale. Sempre secondo Centromarca, infatti, l'Italia

ha registrato negli ultimi anni aumenti cumulativi più contenuti sul carrello della spesa rispetto alla media Europea (+26,5% vs +30,5% 2019-2025), con alimentari lavorati a +26,6% (vs +31,3% Eurozona), non lavorati a +31,1% (vs +34,8%) e beni casa-persona a +13,1% (vs +17,6%). Numeri che evidenziano che, pur in presenza di shock comuni sull'offerta e di forti tensioni sui mercati internazionali, la struttura competitiva del mercato italiano ha contribuito a contenere l'intensità inflazionistica. «Quando parliamo di Largo Consumo parliamo di un settore centrale per l'economia italiana e presente ogni giorno nella vita delle famiglie. Per questo è importante affrontare temi come prezzi e potere d'acquisto partendo dai numeri e tenendo conto di tutti i fattori in gioco. Il Forum vuole essere proprio questo: un luogo nel quale industria, distribuzione, agricoltura, consumatori e istituzioni possano confrontarsi sulle trasformazioni in corso e sulle risposte neces-

sarie per il futuro» ha detto Francesco Mutti, presidente di Centromarca. Flavio Ferretti, Presidente Ibc ha centrato il suo intervento sulle Pmi: «La loro capacità di crescere dipende da condizioni esterne più favorevoli, ma anche dalla possibilità di innovare, aumentare la produttività e lavorare in modo più integrato con gli altri attori del mercato. Portare questi temi al Forum significa trasformare le esigenze delle imprese in un confronto concreto con le istituzioni sulle condizioni necessarie per competere e crescere». «Stiamo vivendo un momento storico non facile che ci porta a essere sempre più resilienti. Il costo dell'energia rappresenta un nodo cruciale che fino ad oggi le aziende sono riuscite in gran parte a assorbire non incidendo sui consumi. Lo testimonia il fatto che fino ad agosto l'inflazione sul carrello della spesa si è mantenuta stabile. Riteniamo però opportuno chiedere degli interventi più strutturali ed incisivi a beneficio delle imprese e dei cittadini» ha concluso il dg di Centromarca, Vittorio Cino.

INFO

COSA È

Centromarca è l'associazione Italiana dell'Industria di Marca associa 197 imprese che rappresentano oltre 2.700 marchi Ibc è l'associazione delle Industrie beni di consumo, riunisce oltre 34.000 imprese che generano un fatturato al consumo stimato di circa 500 miliardi





FRANCESCO MUTTI Presidente di Centromarca ieri al Forum di Roma