

## COMUNICATO STAMPA

### **Industria di Marca: in primo piano le iniziative per il contrasto al cambiamento climatico**

*Tra i principali fronti d'intervento, secondo un'indagine realizzata dall'Università Roma Tre per Centromarca, ci sono anche l'uso responsabile delle risorse, le pari opportunità di genere, la valorizzazione delle diversità e la creazione di posti di lavoro. Nove aziende su dieci comunicano le loro iniziative in campo ambientale, sociale ed economico. Quattro su cinque hanno online una sezione dedicata*

Milano, 5 ottobre 2023 - Centromarca ha presentato oggi al “Salone della Csr e dell'innovazione sociale” le principali evidenze del rapporto *Azioni e impegni per lo sviluppo sostenibile dell'Industria di Marca in Italia*, realizzato in collaborazione con il Dipartimento di Economia aziendale dell'Università degli Studi Roma Tre. L'esame di 9.500 pagine di documenti pubblici, bilanci di sostenibilità e oltre 30mila dati ha consentito di scattare una fotografia aggiornata dell'azione dell'Industria di Marca (IdM) alimentare e non food in campo ambientale, sociale ed economico. La metodologia di analisi utilizzata, lo standard GRI (Global Reporting Initiative) ha permesso una valutazione oggettiva delle evidenze raccolte. Su 188 industrie aderenti a Centromarca, 162 (l'86%) comunicano all'opinione pubblica azioni e obiettivi futuri nel campo della sostenibilità. Il dato, in crescita, è particolarmente positivo se si considera che nel 2020 erano pari al 74%. Altro elemento d'interesse è l'incremento delle IdM che redigono un report di sostenibilità, passate dal 34% al 39%. Lo strumento d'elezione per informare è il sito istituzionale (86% dei casi). Quattro industrie su cinque hanno online una sezione di approfondimento.

**Gli ambiti d'azione del Sistema Marca** - Dal rapporto emergono le aree su cui il Sistema Marca, con riferimento allo standard GRI, sta concentrando i suoi interventi. In campo ambientale, in base alle dichiarazioni pubbliche delle IdM, contrasto del climate change e uso responsabile delle risorse emergono con chiarezza tra le priorità. Al primo posto tra le attività comunicate troviamo gli interventi per la riduzione delle emissioni (67% di aziende le rendiconta), seguiti da azioni per il contenimento e la razionalizzazione dei consumi energetici (61%), uso responsabile delle materie prime (57%), ottimizzazione dei consumi idrici (56%), gestione dei rifiuti (56%). Ulteriori interventi su materie prime (49%) ed emissioni (48%) sono ai primi posti tra gli impegni futuri su cui convergono le indicazioni aziendali.

In ambito sociale, sempre in base alle dichiarazioni delle IdM che documentano pubblicamente la loro attività, le pari opportunità di genere e la valorizzazione delle diversità sono i fronti su cui si concentrano gli sforzi più consistenti (60% delle aziende). Oggetto di particolare attenzione sono anche il presidio di

salute e sicurezza (54%), occupazione e creazione di posti di lavoro (44%), formazione (44%), che insieme ad attenzione per le esigenze delle comunità locali e salute/sicurezza del consumatore sono tra i fronti sui quali le aziende intendono focalizzare i futuri interventi. Nel campo della sostenibilità economica un posto di primo piano spetta alla diffusione di informazioni sui risultati economici (36% delle industrie); seguono le attività anticorruzione (28%) e le buone pratiche di approvvigionamento (19%). Queste ultime, insieme all'andamento economico, sono indicate come fronti di ulteriore intervento a breve e medio termine.

**Costruire la filiera sostenibile** - «Dal rapporto emerge un rafforzamento dell'impegno del Sistema Marca pressoché in tutte le aree della performance sostenibile», ha sottolineato Vittorio Cino, Direttore Generale di Centromarca. «Le nostre industrie stanno affrontando una sfida complessa, con ingenti investimenti, comunicando con gli stakeholders e consapevoli degli obblighi derivanti da una normativa che in prospettiva sarà sempre più rigorosa. Soprattutto sono consapevoli dell'importanza di un approccio di filiera alla sostenibilità, che coinvolga tutti gli attori. In Centromarca lo consideriamo indispensabile per incidere realmente negli ambiti ambientale, sociale ed economico. Per questo abbiamo stilato un piano di attività in cui coinvolgeremo gli stakeholder: dai partner commerciali alle associazioni del consumerismo-ambientalismo». Una conferma della particolare attenzione delle aziende Centromarca per lo sviluppo sostenibile si evince dal confronto con l'indagine Istat *Pratiche sostenibili delle imprese*, realizzata quest'anno su un panel di circa 4mila imprese industriali e dei servizi che hanno risposto a un questionario anonimo. All'86% di IdM che comunicano iniziative e impegni attraverso dati ufficiali pubblici si contrappone, infatti, il 60% del dato nazionale, decisamente più contenuto. In dettaglio: il 78% delle IdM è impegnato in campo ambientale, rispetto al 50% rilevato a livello nazionale; nel sociale il 68% rispetto al 45%; sul fronte economico il 39% rispetto al 37%.

«La moderna Industria di Marca è sempre più oggetto di valutazione da parte degli stakeholders: media, consumatori, partner commerciali, ecologisti, mondo politico...», ha rilevato Carlo Alberto Pratesi, professore di Economia e gestione delle imprese all'Università Roma Tre che ha curato l'indagine insieme a Giovanni Mattia, professore di Ricerche di Marketing presso lo stesso ateneo. «Ed è bene rimarcare che su molti fronti, in particolare quello della sostenibilità ambientale, il Sistema Marca precede, anche in termini di consistenti investimenti per l'innovazione, il resto del sistema industriale italiano». Alla presentazione del rapporto è seguito un dibattito, con interventi di: Sara Scrittore, Vice President & General Manager, Southern Europe Colgate-Palmolive; Chiara Faenza, Responsabile Sostenibilità e innovazione valori Coop Italia; Marco Travaglia, Vice Presidente Centromarca, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Nestlé in Italia e Malta.

Sandro Castaldo, professore ordinario di Marketing e Management all'Università Bocconi di Milano, ha curato le conclusioni.

*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 58 miliardi di euro, un valore aggiunto di 11 miliardi di euro e occupano direttamente quasi 100mila 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)