

Comunicato stampa

Federdistribuzione: ancora falsità dalla Coldiretti.

I prezzi in calo nella GDO hanno fatto spendere alle famiglie un miliardo in meno nell'ultimo anno

Milano, 2 luglio 2010 - Coldiretti torna a parlare della catena del valore nella filiera alimentare e ancora una volta cita dati errati che servono solo per strumentali scopi mediatici.

Secondo la Coldiretti per ogni euro speso dai consumatori il 60% va alla distribuzione commerciale, il 23% all'industria di trasformazione e il 17% remunera il prodotto agricolo. Più volte queste dichiarazioni sono state smentite, ma l'insistenza della Coldiretti ci costringe a ritornare sul tema.

La GDO, che veicola circa il 50% del mercato complessivo dell'ortofrutta in Italia, opera con una filiera corta per l'85% dei suoi approvvigionamenti: questo garantisce efficienza nel sistema e quindi la massima convenienza possibile per il consumatore.

Da un'analisi effettuata da Federdistribuzione sulla filiera dell'ortofrutta nel mondo della GDO, **in media su 1 euro di vendita al cliente 37** centesimi vanno all'agricoltura, **33** alla trasformazione e **30** alla distribuzione. L'azione della GDO dimostra quindi che può esistere un sistema moderno per far funzionare la filiera a vantaggio del consumatore.

Per contenere ulteriormente i prezzi nei confronti dei consumatori il vero problema da affrontare per il sistema agroalimentare italiano è quello di un generale percorso di ammodernamento, che introduca maggiore efficienza e aumenti le dimensioni d'impresa, per arrivare ad avere una produzione che sia di quantità e qualità adeguate alla domanda interna e a prezzi competitivi con quelli degli altri Paesi, che stanno sviluppando sistemi più all'avanguardia. A questo dovrebbe pensare la Coldiretti, invece che attaccare un settore, quello della GDO, che da sempre si muove a tutela del potere d'acquisto delle famiglie al solo scopo di occupare le pagine dei giornali e di difendere un sistema inadeguato (peraltro sostenuto da ingenti sovvenzioni europee e nazionali).

Va peraltro sottolineato come sia ormai da un anno che nella GDO i prezzi dell'ortofrutta, come quelli dei prodotti confezionati, sono ininterrottamente in calo, contribuendo questo fatto a rafforzare il contributo del settore al contenimento dell'inflazione e alla tutela del potere d'acquisto dei consumatori.

Complessivamente nell'arco di un anno la diminuzione dei prezzi nella GDO ha consentito alle famiglie italiane di spendere **un miliardo di euro in meno**.

E' infatti dal mese di giugno del 2009 che nella GDO si registra una deflazione.

Nell'arco dell'ultimo anno nel mondo di ipermercati e supermercati i prezzi dei prodotti confezionati sono diminuiti dell'1,2%, con cali importanti per pasta (-6,7%), latte (-4,6%), formaggi (-2,2%). Anche l'ortofrutta è scesa nell'anno del -6,8%, nonostante la componente del servizio stia diventando sempre più importante rispetto al costo di acquisto del prodotto in sé.

"La GDO, grazie alla forte concorrenza esistente tra le sue insegne, da sempre tutela la capacità di spesa dei cittadini", afferma Paolo Barberini, Presidente di Federdistribuzione. "Nell'ultimo anno i numeri parlano chiaro: la diminuzione dei prezzi ha garantito oltre un miliardo di euro di risparmio reale per i clienti. Con le nostre iniziative commerciali, con l'aumento delle promozioni, con la crescita della marca privata del distributore abbiamo voluto dare fiducia alle persone, offrendo a ciascuno i prodotti più coerenti con le proprie disponibilità economiche. Difficilmente la discesa dei prezzi potrà però continuare per i costi che si stanno riversando lungo la filiera in modo non omogeneo e l'impatto sui margini delle aziende della distribuzione, condizionate in modo non secondario dal sistema economico complessivo e da filiere non efficienti, così come a rischio di decisioni normative e legislative che possano continuare a penalizzarne l'attività".

Federdistribuzione è l'organismo di coordinamento e di rappresentanza della distribuzione commerciale moderna: riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, sindacali e comunitarie la maggioranza delle imprese distributive operanti nei settori alimentare e non alimentare che svolgono la propria attività attraverso le più innovative formule del commercio moderno.

Federdistribuzione, che aderisce a Confcommercio, si compone di otto associazioni nazionali che rappresentano un universo articolato di imprese e di multicanalità che si differenziano per dimensioni, forme distributive e merceologie trattate.

Le aziende aderenti alle otto Associazioni di Federdistribuzione hanno realizzato nel 2008 un giro d'affari di 87,4 miliardi di euro, con una quota pari al 73,2% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 46.800 punti vendita (diretti e in franchising) e danno occupazione a circa 333.000 addetti. Rappresentano, infine, il 39,6% del valore dei consumi commercializzabili.

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione	Weber Shandwick
Stefano Crippa - Relazioni Esterne	Enrico Nonino
Tel. 02 89075150 Cell. 335 5641415	Tel. 02 57378314
comunicazione@federdistribuzione.it	enonino@webershandwick.com