

### 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**

<b>Federdistribuzione</b>	<b>Weber Shandwick</b>
Stefano Crippa - Relazioni Esterne	Enrico Nonino
Tel. 02 89075150 Cell. 335 5641415	Tel. 02 57378314
<a href="mailto:comunicazione@federdistribuzione.it">comunicazione@federdistribuzione.it</a>	<a href="mailto:enonino@webershandwick.com">enonino@webershandwick.com</a>