



FEDERDISTRIBUZIONE

LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

Comunicato stampa

Federdistribuzione: una realtà del settore distributivo in Italia diversa della diagnosi UE

Milano, 7 luglio 2010 - Federdistribuzione esprime la propria soddisfazione per il fatto che la relazione pubblicata della Commissione europea sull'esercizio di monitoraggio del settore distributivo⁽¹⁾ riconosce il significativo contributo della Distribuzione Moderna Organizzata (DMO) allo sviluppo del sistema economico e sociale dell'Europa.

La diagnosi effettuata della Commissione europea sulla "salute" del settore distributivo dimostra che, nonostante la persistenza di disfunzioni ed ostacoli al suo sviluppo, le aziende della DMO hanno contribuito alla modernizzazione del settore, ma anche e soprattutto alla lotta contro l'inflazione, offrendo prodotti e servizi sempre più a prezzi competitivi. La relazione sottolinea anche gli sforzi delle aziende a realizzare investimenti indirizzati tanto alla creazione di nuovi posti di lavoro quanto allo sviluppo dell'economia locale e nazionale.

"Federdistribuzione sostiene il lavoro della Commissione europea teso a eliminare gli ostacoli allo sviluppo del settore distributivo per renderlo più efficiente e sostenibile", dichiara Paolo Barberini, Presidente di Federdistribuzione. ***"Ogni iniziativa della Commissione europea in questo senso dovrà favorire lo sviluppo della concorrenza, senza limitare la libertà d'azione delle imprese, cosa che finirebbe per indebolire ulteriormente il settore distributivo, già messo a dura prova dal trend negativo dei consumi."***

Alcune considerazioni contenute nel rapporto tuttavia fanno riferimento a situazioni specifiche più presenti in alcuni Paesi membri che in Italia, dove la concorrenza tra gli operatori viene perseguita costantemente.

Per esempio:

- Il sistema distributivo in Italia è caratterizzato da una forte presenza del dettaglio tradizionale e di operatori specializzati a livello regionale con presenza diffusa di tutti i formati, dal piccolo punto vendita fino alla grande e grandissima struttura.
- La DMO italiana, che pesa circa il 55% sulla totalità dei consumi, alimentari e non alimentari, soffre di un basso livello di concentrazione: nel food i primi 5 distributori realizzano il 57% delle vendite della Grande Distribuzione contro, ad esempio, l'85% della Francia. Questo assetto distributivo garantisce di fatto il servizio per tutti i cittadini sull'intero territorio nazionale.

(1) COM (2010) 355 - Retail market monitoring report "Towards more efficient and fairer retail services in the internal market for 2020" - European Commission



FEDERDISTRIBUZIONE

LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

- In Italia esistono pratiche commerciali consolidate tra operatori della filiera che hanno prodotto un sistema che nel suo complesso garantisce la tutela del potere d'acquisto del consumatore. Nella Grande Distribuzione i prezzi dei prodotti confezionati sono in diminuzione da un anno, e questo ha garantito ai consumatori di poter spendere un miliardo di euro in meno rispetto ai 12 mesi precedenti.
- Un regime di elevatissima competizione tra gli operatori stessi della DMO assicura prezzi concorrenziali e offre al consumatore le migliori garanzie per beneficiare di tutte le opportunità di assortimento e convenienza. Le etichette presenti sui prodotti e le informazioni veicolate ai consumatori hanno un contenuto in grado di indirizzare il consumatore verso un acquisto consapevole.
- Le aziende italiane della DMO hanno già raggiunto buoni livelli di efficienza e di organizzazione interna, anche in termini di logistica. Numerose iniziative sono inoltre in atto per ridurre i consumi energetici e la produzione di rifiuti. Numerosi punti vendita e insegne hanno avviato programmi per il riutilizzo delle rimanenze alimentari, donandole ad associazioni benefiche in grado di reimpiegarle.

La DMO operante in Italia ha fortissimi legami con le PMI con le quali si stabiliscono rapporti di reciproco rafforzamento nell'interesse del consumatore finale; è particolarmente attenta alle situazioni dei territori nei quali opera, nella consapevolezza che il loro stato di salute economica e sociale ha riflessi sulle attività di tutta la filiera; la DMO trasferisce e valorizza l'innovazione di prodotto in modo diffuso su tutto il territorio nazionale.

Federdistribuzione intende partecipare alla consultazione avviata fornendo tutte le informazioni necessarie per spiegare la realtà del sistema distributivo italiano, fornendo inoltre proprie ulteriori considerazioni sul documento della Commissione.

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.



FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione

Stefano Crippa - Relazioni Esterne
Tel. 02 89075150 Cell. 335 5641415
[*comunicazione@federdistribuzione.it*](mailto:comunicazione@federdistribuzione.it)

Weber Shandwick

Enrico Nonino
Tel. 02 57378314
[*enonino@webershandwick.com*](mailto:enonino@webershandwick.com)