



FEDERDISTRIBUZIONE

LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

Comunicato Stampa

Federdistribuzione: nella GDO tendenza prezzi ancora negativa

Concorrenza e politiche commerciali premianti nel contenimento prezzi

Milano, 29 ottobre 2010 – **Nell'ultimo anno calo dei prezzi al consumo di oltre un punto percentuale nella Grande Distribuzione Organizzata:** su base annua la variazione tendenziale, secondo Federdistribuzione, l'associazione che raggruppa la maggioranza delle imprese della GDO, registra un valore di -1.1% per i prodotti confezionati e del -1.3% per l'ortofrutta¹.

In particolare sono ormai 16 mesi che i prezzi dei prodotti confezionati sono in diminuzione: anche in settembre hanno segnato un calo del -0,6% su base tendenziale, con riduzioni importanti per pasta (-4,7%), riso (-2,3%), prodotti per la cura della persona (-1,3%), prodotti per la casa (-1,1%).

L'intero capitolo dei **prodotti alimentari** confezionati ha fatto registrare in settembre un calo del -0,4%, dopo un risultato del tutto analogo (-0,4%) per il mese di agosto.

*"Un simile trend – afferma Paolo Barberini, Presidente di Federdistribuzione – indica come vi sia la ferma volontà da parte delle aziende del settore di puntare al contenimento dell'inflazione e alla tutela del potere d'acquisto dei consumatori. La **forte concorrenza esistente tra le insegne e iniziative commerciali** sempre più incisive come promozioni e offerta delle marche del distributore sono una garanzia di tutela per i cittadini e per la loro capacità di spesa, specie in un momento come questo".*

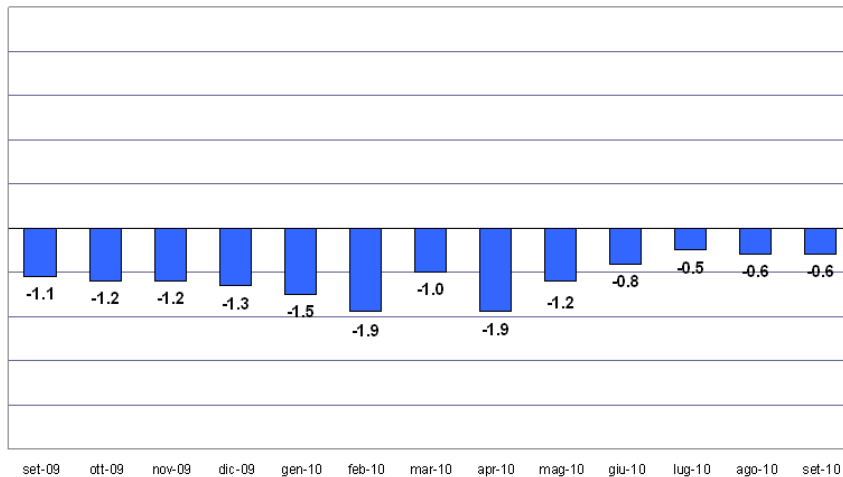
*"Anche in agosto e settembre siamo riusciti a tenere sotto controllo la dinamica dei prezzi dei prodotti alimentari, nonostante il manifestarsi di alcune tensioni a livello di materie prime. Tuttavia costi che si stanno riversando sulla filiera in modo non omogeneo e gli impatti di un sistema economico complessivo poco efficiente, così come interventi legislativi che possono penalizzare l'attività, **rischierebbero di ridurre o addirittura annullare i risultati ottenuti con grande sforzo dalla GDO per la riduzione dei prezzi al consumatore finale**".*

¹ Elaborazione Federdistribuzione su dati IRI Infoscand analizzati arco dodici mesi (ottobre 2009-settembre 2010) per supermercati e ipermercati.



FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

Prodotti Largo Consumo confezionati



Osservatorio Prezzi: indice tendenziale

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 2009 un giro d'affari di 87,3 miliardi di euro, con una quota pari al 72,4% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 46.300 punti vendita (diretti e in franchising) e danno occupazione a circa 331.750 addetti. Rappresentano, infine, il 36% del valore dei consumi commercializzabili.

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione

Stefano Crippa - Relazioni Esterne
Tel. 02 89075150 Cell. 335 5641415
comunicazione@federdistribuzione.it

Weber Shandwick

Enrico Nonino
Tel. 02 57378314
enonino@webershandwick.com