

ALLARME DELLA DISTRIBUZIONE

L'aumento delle tariffe nei trasporti porterà nuovi incrementi nei prezzi

Milano, 18 luglio 2011 – *“La situazione che si è creata nel settore dell'autotrasporto con l'entrata in vigore della legge 127/2011 è estremamente preoccupante e potrebbe portare ad un incremento medio delle tariffe pagate dalle imprese distributive pari al 25%, con inevitabili impatti sui prezzi finali di vendita dei prodotti e quindi sull'inflazione – affermano congiuntamente Federdistribuzione, Ancc Coop e Ancd Conad, le tre associazioni che rappresentano la distribuzione moderna in Italia.*

La vicenda è balzata agli onori della cronaca con l'agitazione degli autotrasportatori dell'autunno 2009. Per affrontare il tema fu convocato un tavolo interconfederale all'inizio del 2010 i cui lavori furono recepiti dalla legge 127 del 4 agosto 2010. La norma prevedeva la possibilità di sottoscrivere accordi di settore, in mancanza dei quali dal 13 giugno 2011 sarebbe entrato in vigore anche per i contratti scritti un sistema impostato sull'applicazione dei costi minimi di esercizio previsti per i contratti verbali.

“Nel nostro settore – continuano le tre associazioni – la grande maggioranza dei contratti è in forma scritta, sono contratti di lunga durata, prestano attenzione a garantire la produttività dei trasportatori e il rispetto dei termini di pagamento. Tutto questo rappresenta una forma di garanzia per le imprese di autotrasporto. Abbiamo bisogno che questo patrimonio costruito negli anni non venga dissipato”.

Al contrario l'applicazione della legge riporta ad una situazione di tariffe minime, con costi di esercizio alti e uguali per tutti, indipendentemente dalle relazioni instauratesi nel tempo nei diversi settori.

“Chiediamo quindi che in ambito dei lavori dell'Osservatorio dell'Autotrasporto, della Consulta Generale o per vie normative venga prevista la possibilità di premiare i contratti di lunga durata, per riuscire a mantenere e migliorare un sistema specifico del nostro settore, in grado di soddisfare sia le imprese distributive che quelle dell'autotrasporto”.

Il rischio è che se questo non dovesse essere possibile, non solo aumenterebbero i costi e quindi i prezzi dei prodotti venduti nei punti vendita, ma si romperebbe una partnership consolidata tra operatori, portando ad una maggiore incertezza nei rapporti; cosa che la distribuzione non vuole ma potrebbe essere costretta a fare a causa delle attuali difficoltà economiche dovute alla debolezza dei consumi e alla

pressione sui prezzi generata dalla forte concorrenza in atto tra le stesse aziende distributive.

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 sette 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 sette 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.

Coop è marchio leader nella grande distribuzione organizzata del nostro Paese (una quota di mercato del 18,3%, un fatturato di circa 13 miliardi di euro, 1.444 strutture di vendita che fanno capo a una rete di 118 cooperative, di cui 9 grandi Coop, oltre 56.600 addetti, oltre 7 milioni e 400.000 soci con una percentuale di crescita del 3% rispetto al 2009) e si configura sempre di più come un leader interamente italiano, presente capillarmente sul territorio dal nord al sud del Paese, in un contesto sempre più affollato di competitor esteri.

ANCD, Associazione Nazionale Cooperative fra Dettaglianti, costituita nel 1973 per iniziativa del Consorzio Nazionale **Conad** e di alcune cooperative, è l'articolazione verticale di **Legacoop** che assiste, tutela rappresenta e promuove le imprese cooperative operanti nel settore della distribuzione commerciale. La cooperazione tra dettaglianti aderente all'**ANCD** associa alle cooperative Conad circa 3.000 punti di vendita sotto le insegne "Conad" (supermercati e superstore), "Margherita" (negozi di prossimità), "E. Leclerc Conad (il canale ipermercati frutto dell'intesa con il gruppo francese **E. Leclerc**).

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione

Stefano Crippa

Area Comunicazione

Tel. 02 89075150 – Cell. 335 5641415

[*comunicazione@federdistribuzione.it*](mailto:comunicazione@federdistribuzione.it)

ANCC-COOP

Silvia Mastagni

Responsabile Ufficio Stampa

Tel. 06 441811 – Cell. 335 7884168

[*silvia.mastagni@ancc.coop.it*](mailto:silvia.mastagni@ancc.coop.it)

ANCD-CONAD

Piero Cardile

Responsabile Area Legislazione e

Ufficio Studi

Tel. 06 4403689 – Cell.3397116096

[*p.cardile@ancd.it*](mailto:p.cardile@ancd.it)