

Federdistribuzione: la pluralità delle formule distributive valore aggiunto per il commercio e per i cittadini

Milano 19 settembre 2012 - *"E' nostra convinzione – dichiara Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione, commentando le dichiarazioni del Presidente di Coldiretti riportate dalle agenzie – che la pluralità delle formule distributive sia un valore sia per il commercio che per i cittadini, che traggono vantaggio dall'aver a disposizione anche un piccolo dettaglio specializzato, innovativo e adeguato ai nuovi bisogni dei consumatori"*.

"Il ruolo positivo della Distribuzione Moderna Organizzata (DMO) nei confronti dei cittadini è peraltro ormai sotto gli occhi di tutti – continua Cobolli Gigli - in particolare per quanto riguarda convenienza, varietà dell'offerta e servizio fornito. Lo testimoniano gli oltre 60 milioni di persone che ogni settimana entrano nei suoi punti vendita, che oltre ai Centri Commerciali che creano aggregazione comprendono anche numerosi negozi di prossimità, spesso gestiti con la formula del franchising, in grado di proporre opportunità d'acquisto per le numerose persone che non sono disposte o non possono percorrere lunghe distanze per fare la spesa. Il tema non è quindi quello di porre un freno alla DMO, bensì quello di consentirle di migliorare ancora la sua capacità di soddisfare le nuove esigenze delle persone, eliminando i vincoli che ancora esistono al suo sviluppo. La Distribuzione Moderna è anche il canale attraverso il quale le PMI, che rappresentano una fetta importante dell'economia del nostro Paese, trovano spazio per crescere e svilupparsi, accedendo a mercati di grandi dimensioni, anche internazionali, altrimenti difficilmente raggiungibili".

"Va inoltre detto che sulla base dei dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio del Ministero dello Sviluppo Economico, dal 2005 al 2011 il numero degli esercizi commerciali in Italia risulta cresciuto del 3,2% (+29.799 punti vendita) e solo nei primi sei mesi del 2012 si registra un lieve calo, pari allo 0,3% (-2.743 unità). A dimostrazione di come il settore del commercio nel suo complesso abbia trovato un equilibrio tra le diverse formule distributive, che ha consentito negli anni una crescita sia della DMO che del dettaglio tradizionale", prosegue il Presidente di Federdistribuzione.

"Il ruolo della Distribuzione Moderna nei confronti dei consumatori e dell'intero sistema economico del Paese dovrebbe essere chiaro anche a Coldiretti – conclude Cobolli Gigli – le cui imprese associate hanno un continuo, proficuo e fondamentale canale di commercializzazione dei propri prodotti proprio con le imprese della DMO".

Federdistribuzione è l'organismo autonomo 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 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 2011 un giro d'affari di 85,3 miliardi di euro, con una quota pari al 66,1% del totale fatturato della Distribuzione Moderna

Organizzata; hanno una rete distributiva di 43.850 punti vendita (diretti e in franchising) e danno occupazione a circa 329.250 addetti. Rappresentano, infine, oltre il 38% del valore dei consumi commercializzabili

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione

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

Ernesto Bonetti – Ufficio Stampa
Tel. 02 89075167 Cell. 3311866359
ernesto.bonetti@federdistribuzione.it