

**Presentata la terza edizione del Bilancio di Sostenibilità di Settore della Distribuzione Moderna Organizzata.**

## **Il futuro che ci aspetta Una DMO sostenibile di fronte alle nuove sfide**

**I messaggi chiave di Federdistribuzione su quattro temi fondamentali per poter "fare buona impresa":**

- **Parità di regole tra commercio on line e off line**
- **Incentivi alla formazione per gestire l'impatto della quarta rivoluzione industriale sul lavoro**
- **Una reale politica che incentivi le azioni finalizzate all'efficienza energetica**
- **Riduzione della tassa sui rifiuti per chi fa donazioni alle persone bisognose**

Milano, 30 novembre 2017 – Federdistribuzione ha presentato oggi a Roma la **terza edizione del Bilancio di Sostenibilità di Settore della Distribuzione Moderna Organizzata (BSS)**, realizzato dalla Federazione e le sue aziende associate con la collaborazione di Altis, Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

### **Fare "buona impresa" affrontando le sfide del futuro**

L'evento di presentazione del BSS è stata l'occasione per riflettere su come il fare impresa secondo criteri di Responsabilità Sociale e sostenibilità si debba confrontare con le nuove sfide e i dirompenti fattori di cambiamento che il settore deve affrontare. Tra questi ultimi, uno su tutti emerge: **la digitalizzazione e l'introduzione della tecnologia**. Un fil rouge che accompagna e lega ogni aspetto della gestione dell'impresa. In questa logica sono stati approfonditi, nell'ambito di tavoli specifici, quattro grandi temi, accumulati tutti da questa spinta al cambiamento indotta dalle nuove tecnologie e dalla correlata ricerca di efficienza:

1. **sviluppo dell'e-commerce e trasformazione digitale** nelle imprese,
2. l'impatto della **quarta rivoluzione industriale sul mondo del lavoro**,
3. **l'uso efficiente delle risorse**,
4. la **lotta allo spreco** e l'importanza delle **donazioni**.

#### **1) Sviluppo dell' e-commerce e trasformazione digitale nelle imprese.**

E-commerce. Qualche dato: nel 2017 stimati dal Politecnico di Milano acquisti degli Italiani per oltre **27 miliardi**, con una crescita negli ultimi 5 anni dell'**87%**, crescita che diventa del **285%**, cioè il valore quasi si triplica, per beni e prodotti (i servizi sono aumentati "solo" del 36%), arrivati ormai ad assorbire il **52%** del mercato on

line. Le vendite on line rappresentano il **31% nel turismo, il 22% nell'informatica, il 7% nell'abbigliamento, lo 0,5% nell'alimentare** (ma in fortissima crescita). *"Ma c'è un problema che bisogna affrontare – dichiara Giovanni Cobolli Gigli, presidente di Federdistribuzione - la disparità di regole tra chi opera nell'on line e chi lo fa nell'off line. Le regolamentazioni, nazionali e regionali, su promozioni e sottocosto, valgono per il commercio fisico ma non si applicano all'e-commerce. Sappiamo inoltre come le imprese di puro commercio on line abbiano la possibilità di non pagare le tasse locali ponendo le sedi legali nei cosiddetti paradisi fiscali. Siamo di fronte quindi a una vera e propria concorrenza sleale, che deve essere denunciata e combattuta. Federdistribuzione è in prima linea in questa battaglia, chiedendo anche per il commercio fisico le semplificazioni di cui gode l'on line, come la piena liberalizzazione delle promozioni"*.

## **2) Impatto della quarta rivoluzione industriale sul mondo del lavoro**

**Introdurre innovazione nelle imprese significa anche riflettere sull'evoluzione delle professioni e dell'organizzazione del lavoro** e ripensare al contempo alle figure più impattate dal cambiamento. Ragionamenti fondamentali per un settore nel quale il **costo del lavoro rappresenta oltre l'11% delle vendite e il 72% del Valore Aggiunto è redistribuito sotto forma di remunerazione del lavoro**. Un settore che offre "buona occupazione": contratti per il **91% a tempo indeterminato**, collaboratori per il **58% donne**, per il **64% con laurea o diploma superiore**, per il **16% con meno di 30 anni**, per il **45% con part time**. *"La formazione ha e avrà un ruolo fondamentale – commenta il Presidente di Federdistribuzione - si rafforzerà l'acquisizione di competenze trasversali quali l'attenzione al cliente, l'efficacia relazionale, la capacità di trasmettere i valori aziendali. Sarà necessario completare le conoscenze tecnologiche di ampie fasce occupazionali. Un'indagine tra le nostre aziende associate ha evidenziato come oltre la metà di loro già svolge una "formazione digitale" e nei prossimi due o tre anni circa l'80% la realizzerà. Per questo incentivare questi percorsi formativi con agevolazioni sarà fondamentale da parte del Governo per scongiurare effetti non voluti sull'occupazione. Energie e risorse dedicate dunque alla formazione, da sempre per le imprese di Federdistribuzione un vero fattore strategico, come dimostra il fatto che negli ultimi 10 anni gli investimenti per addetto sono più che raddoppiati (+137%). Responsabilità Sociale d'Impresa è quindi anche questo: investire per valorizzare il personale"*.

## **3) L'uso efficiente delle risorse**

Tutela dell'ambiente, economia circolare e innovazione tecnologica, cioè **uso efficiente delle risorse**. Lo sviluppo di una comunità non può prescindere dal porre grande attenzione alla conservazione del territorio e ad un utilizzo intelligente delle risorse. **Un processo che non deve essere solo guidato dall'alto ma che deve permeare ogni singolo protagonista della società**, sia esso un soggetto economico del settore primario, dell'industria o dei servizi o un singolo individuo. La **responsabilità estesa del produttore, l'efficiente gestione dei rifiuti così come la razionalizzazione dei consumi energetici e la diversificazione delle fonti di approvvigionamento** rappresentano la strada obbligata di ogni strategia aziendale che miri ad un'effettiva sostenibilità. Federdistribuzione rappresenta imprese che agiscono seguendo questo percorso virtuoso sia in campo ambientale che energetico. Le imprese associate hanno diminuito i consumi di energia per metro quadro **nel 2016 dell'8%** rispetto all'anno precedente. Al tempo stesso stanno **umentando dell'8,3% l'acquisto di energia proveniente da fonti rinnovabili** (arrivata nel

2016 al 65% del totale, rispetto a una media nazionale del 45% - dato 2015). *"L'economia circolare deve ormai rappresentare il punto di riferimento nell'attività dell'impresa – afferma Cobolli Gigli – e l'attività politica deve promuovere e supportare comportamenti virtuosi ed innovazioni aziendali che si muovono in questa direzione. Mi pare che ci siano ancora molti spazi in cui lavorare per definire un approccio ai temi dell'ambiente e dell'energia che sia sempre più efficace ed orientato al futuro e alla sostenibilità".*

#### **4) Lotta allo spreco e aumento delle donazioni**

Infine il tema della **lotta allo spreco e delle donazioni** alle persone bisognose. Un tema di evidente attualità e sensibilità per tutti: cittadini, operatori economici, enti caritativi e autorità. In Italia, secondo i dati del Politecnico di Milano, ogni anno si generano **5,6 milioni di tonnellate di eccedenze alimentari**. Di queste meno del **9% viene recuperato** per diventare sostegno ai più bisognosi, il resto è spreco. Uno spreco che equivale a **12,6 miliardi di euro, il 15,4% dell'intero consumo alimentare** nel Paese. Si può certamente fare meglio, e in questo sono impegnati attori della filiera ed enti caritativi, ad esempio partecipando a progetti come **LIFE-Food.Waste.StandUp**, co-finanziato dalla Commissione Europea nel quadro del programma per l'ambiente e l'azione per il clima (LIFE 2014-2020) che vede come partner Federalimentare (capofila), Federdistribuzione, Unione Nazionale Consumatori e Fondazione Banco Alimentare Onlus. Cobolli Gigli: *"Una riflessione e uno stimolo: il fatto di fare donazioni da parte di un'impresa è testimonianza di un senso di responsabilità sociale e di etica, andando anche contro ragioni economiche. Tuttavia questa attività di donazioni contribuisce a diminuire i costi della comunità, riducendo le quantità di beni che le amministrazioni locali devono gestire come rifiuti. Sarebbe quindi auspicabile che una parte di questo risparmio venisse convertito in **premieria per i soggetti che donano**, ad esempio riducendo la tassa sui rifiuti. Ciò potrebbe costituire un impulso per aumentare le donazioni, dando piena attuazione alla recente legge antispreco, la cosiddetta legge Gadda, e rendendo più raggiungibile l'obiettivo indicato dal Ministro Martina di raddoppiare le donazioni arrivando a 1 milione di tonnellate".*

#### **Il Bilancio di Sostenibilità di Settore della Distribuzione Moderna Organizzata**

Un percorso avviato da Federdistribuzione nel **2012 con un'iniziativa unica in Italia**: un Bilancio di Sostenibilità **sviluppato a livello di settore anziché di singola impresa**, con l'intento di illustrare agli stakeholder le iniziative delle aziende della Distribuzione Moderna Organizzata (DMO) rilevanti in ambito di Responsabilità Sociale d'Impresa ma scarsamente riconosciute. **La seconda edizione, nel 2014, ha garantito continuità nella rendicontazione**, dimostrando che l'impegno nei confronti della sostenibilità non era un evento occasionale, ma **un processo costante, in crescita e strutturato, con l'obiettivo di "fare buona impresa"**, nonostante il difficile contesto economico. **Questa terza edizione** introduce numerosi elementi di novità, sia dal punto di vista metodologico, con **un'impostazione allineata al più riconosciuto standard internazionale di rendicontazione, il Global Reporting Initiative**, sia dal punto di vista dei contenuti, ampliati **ospitando diversi contributi esterni sul nostro settore, realizzati da partner di prestigio quali Censis, EY e PwC**, con l'intento di fornire occhiali nuovi e diversi con i quali provare a leggere la DMO.

Il Presidente di Federdistribuzione, Giovanni Cobolli Gigli, ha annunciato un'iniziativa importante. **"Abbiamo voluto che il Bilancio di Sostenibilità di Settore 2017 segnasse l'avvio di un cammino di presa in carico, da parte delle aziende associate a Federdistribuzione, di obiettivi in chiave di Responsabilità Sociale d'Impresa, in coerenza con l'Agenda 2030 e i Sustainable Development Goals (SDGs) delle Nazioni Unite. E' un cambio di passo significativo, che riflette una ferma consapevolezza dell'impatto dell'attività d'impresa sulla società e che evidenzia la nostra volontà di contribuire concretamente alla realizzazione di uno sviluppo sostenibile, a vantaggio delle generazioni future. E' un cammino che abbiamo deciso di intraprendere e sul quale dovremo lavorare nei prossimi mesi, per definire il punto di partenza, target, tempi di realizzazione e indicatori di misurazione. Vi diamo quindi appuntamento nel 2018, quando avremo maturato il nostro progetto e potremo presentarvi come Federdistribuzione e le sue imprese associate intendono assumersi una responsabilità concreta in chiave di sostenibilità".**

Per ulteriori informazioni

#### Federdistribuzione

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

Ernesto Bonetti – Ufficio Stampa  
Tel. 02 89075167 Cell. 331 1866359  
[ernesto.bonetti@federdistribuzione.it](mailto:ernesto.bonetti@federdistribuzione.it)

**Federdistribuzione** è espressione della Distribuzione Moderna Organizzata e riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, locali, nazionali e comunitarie le 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 cinque associazioni nazionali che rappresentano un universo articolato di imprese e di multicanalità che si differenziano per dimensioni, forme distributive e merceologie trattate. Le imprese associate a Federdistribuzione nel 2016 hanno realizzato un giro d'affari di 64,6 miliardi di euro (di cui 9,4 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 49,3% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 14.980 punti vendita (di cui 7.640 in franchising) e danno occupazione a 217.700 addetti. Rappresentano, infine, il 29,6% del valore dei consumi commercializzabili.