

**Presentato oggi il Bilancio di Sostenibilità di Settore 2020
della Distribuzione Moderna**

**La sostenibilità delle aziende di Federdistribuzione:
un lungo percorso che guarda al futuro ambientale,
sociale ed economico del Paese**

Il Presidente del Consiglio dei Ministri Giuseppe Conte: La Distribuzione Moderna «tra i comparti trainanti in tema di sostenibilità e di responsabilità sociale di impresa».

Milano, 26 novembre 2020 – Il Bilancio di Sostenibilità di Settore della Distribuzione Moderna elaborato da **Federdistribuzione** in collaborazione con **Altis** (*Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica di Milano*) evidenzia un trend di crescita nell'adozione di pratiche sostenibili da parte di tutte le aziende della distribuzione associate alla federazione. A testimonianza dell'incremento di attenzione e dell'impegno ad integrare, ogni anno di più, **la sostenibilità nella quotidianità aziendale, l'edizione 2020 si è arricchita con un indicatore unico**, ovvero un valore riassuntivo ed efficace del percorso intrapreso dalle imprese. L'indicatore rappresenta la media, per area e per edizione, della percentuale di diffusione tra le aziende delle pratiche comuni analizzate ed evidenzia un costante aumento registrato negli anni: **dal 72% nel 2014 al 76% del 2017, fino all'80% del 2020.**

Esplorando nel dettaglio le sei macro aree di rilevazione che caratterizzano il Bilancio di Sostenibilità di Settore sin dalla sua prima edizione **si nota come tutti gli indicatori abbiano avuto una crescita continua nel tempo.** Le aziende hanno incrementato l'attenzione verso i propri clienti, sempre più informati e attenti alle tematiche legate alla sostenibilità, registrando una crescita complessiva dell'area **"i clienti nel cuore"** di 8 punti percentuale. In netto rialzo l'attenzione verso i dipendenti, veri e propri *"ambassador"* dei valori di impresa: **si rileva un incremento del +18% delle iniziative orientate alle pari opportunità** e una crescita complessiva delle attività riassunte nell'area **"I collaboratori al centro"** di 10 (p.p.). L'impegno in termini di sostenibilità ambientale si declina sulla doppia direttrice del ridurre gli impatti diretti e **creare consapevolezza all'interno della filiera. Si tratta di una missione prioritaria per tutte le aziende:** il 100% delle associate ha effettuato investimenti per la riduzione dei consumi energetici e per ottimizzare la gestione dei rifiuti. La Distribuzione Moderna si conferma in prima linea anche nei rapporti con i fornitori, con un impegno concreto a contribuire al miglioramento della filiera, più responsabile e sostenibile, e **con una forte attenzione al Made In Italy**, selezionando fornitori con cui condivide i medesimi principi etici, stabilendo legami solidi e duraturi con le PMI e valorizzando i prodotti e le eccellenze locali. Non manca l'attenzione al territorio e alle comunità locali, con il 100% di aziende che hanno attivato collaborazioni con associazioni ed enti del terzo settore per la redistribuzione di eccedenze alimentari, o con scuole e università per partnership e borse di studio. Infine la comunicazione e il valore della trasparenza, con il 94% delle imprese che vanta un codice etico e di condotta aziendale e che hanno implementato strumenti per rendicontare e raccontare la sostenibilità.

Un impegno riconosciuto ampiamente anche dal **Presidente del Consiglio dei Ministri Giuseppe Conte** che nel messaggio di augurio che ha voluto far pervenire ha ribadito

come il Bilancio di Sostenibilità di Settore di Federdistribuzione sia *«uno strumento di conoscenza fondamentale sull'importanza della Distribuzione Moderna Organizzata, alimentare e non alimentare e conferma come questo settore si ponga tra i comparti trainanti in tema di sostenibilità e di responsabilità sociale di impresa»*.

La centralità delle aziende di **Federdistribuzione** è stata ribadita anche dagli interventi della **Prof.ssa Elena Bonetti, Ministra per le Pari Opportunità e la Famiglia**, che ha ricordato il ruolo svolto dalla Distribuzione durante l'emergenza pandemica, quale *«cardine nel connettere e mantenere le filiere al servizio delle famiglie e delle comunità, una ricchezza importante per la futura ricostruzione di un nuovo modello economico per il Paese»*. **Teresa Bellanova, Ministra per le Politiche Agricole e Forestali** ha sottolineato come *«la filiera alimentare è una e una sola e se un anello va in sofferenza a risentirne è tutta la filiera: in una situazione drammatica la Distribuzione ha svolto un ruolo fondamentale con un'ampissima rete di azioni a supporto della filiera, permettendo a tutto il sistema di conservare le proprie abitudini alimentari»*. **Il Ministro per lo Sviluppo Economico Stefano Patuanelli** si è detto piacevolmente colpito dalla lettura del Bilancio di Sostenibilità in quanto la Distribuzione Moderna *«ha continuato a lavorare dedicandosi alla cura di aspetti che in un frangente di crisi potrebbero sembrare velleitari, anche se non lo sono affatto perché la sostenibilità rappresenta in ogni settore un cardine imprescindibile per la crescita economica e sociale»*.

«Negli ultimi anni la sostenibilità sociale e ambientale da impegno etico è divenuta anche una leva strategica per il successo delle imprese, in grado non solo di portare benefici al sistema sociale e ambientale in cui le stesse operano, ma anche capace di creare valore e di generare vantaggi competitivi – osserva il Presidente di Federdistribuzione, Claudio Gradara, ai margini della presentazione -. Per la Distribuzione Moderna tutto questo è ormai un dato di fatto da tempo. Abbiamo raggiunto obiettivi e vinto già diverse sfide ma, al contempo, è ancora molto forte e quanto mai necessaria la volontà di raggiungere nuovi traguardi, diventando un modello per lo sviluppo sostenibile dell'intero sistema economico del Paese, attraverso la definizione di strategie che generino valore condiviso. Sono convinto che quando l'emergenza del Covid si accingerà a chiudersi, la sostenibilità rappresenterà il pilastro della ripartenza globale. E le nostre aziende sono pronte a raccogliere questa nuova sfida».

All'interno della presentazione è stato anche evidenziato **il ruolo di primaria importanza rappresentato dalle aziende associate nell'affrontare la drammatica situazione della pandemia**. Sono state messe in campo una serie di azioni rilevanti anche dal punto di vista sociale, rendicontate anch'esse nel Bilancio 2020: negozi alimentari sempre aperti, diventati un presidio fondamentale per la popolazione che ha visto cambiare repentinamente le proprie abitudini; più spazio al Made in Italy negli assortimenti, per sostenere le filiere più colpite; donazioni a istituti sanitari ed enti di ricerca; la collaborazione con enti caritativi per la raccolta e donazione gratuita di prodotti o per l'organizzazione del recapito della spesa nelle case; la consegna gratuita a domicilio alle categorie di persone più fragili come gli anziani o le persone impossibilitate a lasciare la propria abitazione; la "spesa sospesa".

Per ulteriori informazioni

Lead Communication:

Anita Lissona, tel. 335 498993, mail:

Tel 02 860616 Cell. 335 498993

anita.lissona@leadcom.it

contact@leadcom.it

Federdistribuzione:

Marco Magli – Direttore Comunicazione

Tel. 02 89075150

comunicazione@federdistribuzione.it

Stefano Gianuario – Ufficio Stampa

Tel. 02 89075150 Cell. 335 1046145

ufficiostampa@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 2019 hanno realizzato un giro d'affari di 60,1 miliardi di euro (di cui 8,5 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 43,7% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 13.950 punti vendita (di cui 6.300 in franchising) e danno occupazione a 202.100 addetti. Rappresentano, infine, il 26,9% del valore dei consumi commercializzabili.