

Frausin: «Rischio disagi e aumento costi per il controllo del Green Pass all'ingresso dei negozi non alimentari»

Milano, 26 gennaio 2022. «A pochi giorni dal 1° febbraio, le aziende che vendono prodotti non rientranti nel novero delle merci essenziali e che sono tenute al controllo del Green Pass all'ingresso, cominciano a fare i conti con le difficoltà organizzative, che rischiano di comportare un aumento di costi che graveranno ulteriormente sui loro bilanci. Molte imprese del non alimentare sono già sotto tensione per la gestione delle assenze dovute al sistema delle quarantene, pertanto organizzare delle attività di controllo all'ingresso è molto complicato in questo momento, considerato che questi controlli sono finalizzati ad individuare una fascia estremamente ridotta di persone che non hanno nemmeno un Green Pass da tampone. Questa situazione rischia di creare gravi disagi nell'accesso agli esercizi commerciali, come la formazione di code o assembramenti. Chiediamo quindi al Governo che per tutte le attività commerciali per le quali scatterà l'obbligo del controllo, secondo quanto previsto dalle disposizioni di legge, si possa adottare una modalità di verifica a campione delle certificazioni, come già avviene per il trasporto locale e nei luoghi di lavoro, anche considerando l'alto tasso di vaccinazione e la responsabilità dimostrata dagli italiani. Ricordiamo inoltre che nei punti vendita è necessario indossare sempre i dispositivi di protezione individuale previsti dalla normativa: ciò ha consentito di salvaguardarne la sicurezza, proteggendo i consumatori nelle varie fasi della pandemia», ha dichiarato **Alberto Frausin**, Presidente di **Federdistribuzione**.

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione:

Marco Magli – Direttore Comunicazione

Tel. 02 89075150

ufficiostampa@federdistribuzione.it

Alessandra Perrucchini - Wonder Comunicazione

Tel - 340 4212323

ufficiostampa@wondercomunicazione.net

Federdistribuzione, da oltre sessant'anni, riunisce e rappresenta le aziende della Distribuzione Moderna, alimentare e non alimentare, che operano con reti di negozi fisici e attraverso i nuovi canali digitali. Le imprese associate a Federdistribuzione realizzano un giro d'affari di 67 miliardi di euro (di cui 9,6 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 50% del totale fatturato della Distribuzione Moderna; hanno una rete distributiva di oltre 15.600 punti vendita (di cui 6.000 in franchising), danno occupazione a più di 220.000 addetti e rappresentano il 30% del valore dei consumi commercializzabili. Federdistribuzione è operativa a livello locale, nazionale ed europeo con attività mirate a creare le migliori condizioni per favorire la crescita delle aziende e per contribuire allo sviluppo economico del Paese.