

**CERMES
UNIVERSITÀ BOCCONI**

**LE APERTURE DOMENICALI E FESTIVE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA:
QUALI BENEFICI PER I CONSUMATORI E PER IL SISTEMA ECONOMICO?**

SINTESI DEL RAPPORTO DI RICERCA

per



Milano, 23 ottobre 2006

1. La metodologia
2. Il quadro normativo di riferimento
3. La percezione e l'informazione sulle aperture
4. I comportamenti di acquisto
5. Le aspettative di cambiamento nei confronti delle aperture domenicali
6. Una stima dell'impatto sui consumi delle famiglie e sull'occupazione commerciale
7. Alcune riflessioni finali

- Il tema di indagine sono state le aperture domenicali e festive del commercio in Italia; gli obiettivi di indagine riguardavano le percezioni, gli atteggiamenti, i comportamenti e le aspettative dei Cittadini-Consumatori sul tema in questione.
- Metodologia di indagine: somministrazione telefonica di questionari strutturati.
- La strutturazione del questionario si è basata su una preventiva analisi della normativa di regolazione delle aperture domenicali e festive in Italia (*v. pagina successiva*).
- L'indagine è stata condotta su un campione nazionale stratificato di **1.016 individui**:
 - tra i 15 e i 70 anni di età;
 - residenti in tutti i Capoluoghi di Provincia italiani.
- Sono stati esclusi dal campione le categorie professionali dei Commercianti e dei lavoratori del Commercio e della Distribuzione.

In una visione macro, il quadro normativo che scaturisce dalla interazione tra Norma Nazionale (D.L. 114/1998, detto Decreto Bersani) e Norme Regionali è articolato in due Regimi e in alcune possibilità di deroga; queste ultime spesso tendono a confluire o essere equiparate al Regime Turistico, come originariamente previsto dal D.L Bersani.

REGIME ORDINARIO

- **Tutti i Comuni, tranne quelli a Regime Speciale**
- **Regola della chiusura domenicale/festiva**
- **Possibilità di deroga in giornate definite**
- **Deroga prevalente: Dicembre + 8 (= ca. 13)**
- **Programmazione a livello Comune o zona**
- **Facoltà degli esercenti nei giorni di deroga**

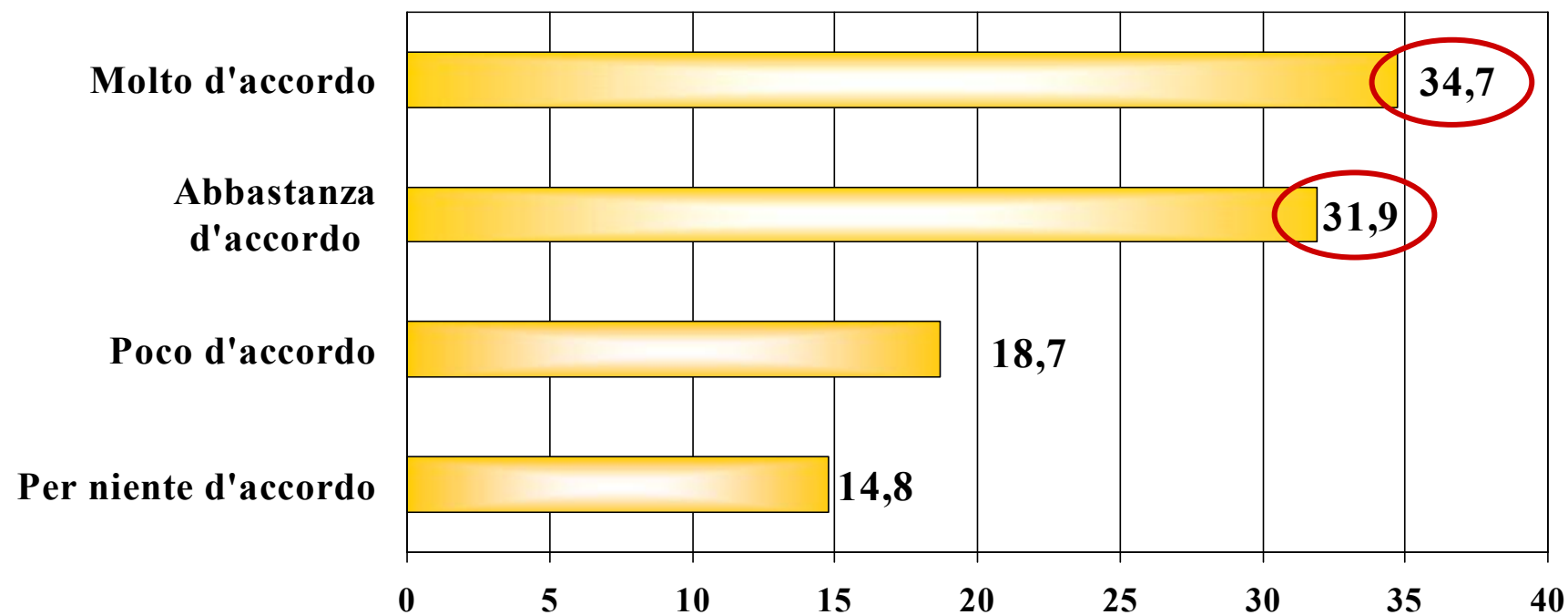
REGIME SPECIALE – TURISTICO

- **Comuni Turistici e Città d'Arte individuati**
- **Regola della chiusura domenicale/festiva**
- **Possibilità di deroga in periodi turistici**
- **Deroga in n. variabile di domeniche/festività**
- **Programmazione a livello Comune o zona**
- **Facoltà degli esercenti nei giorni di deroga**

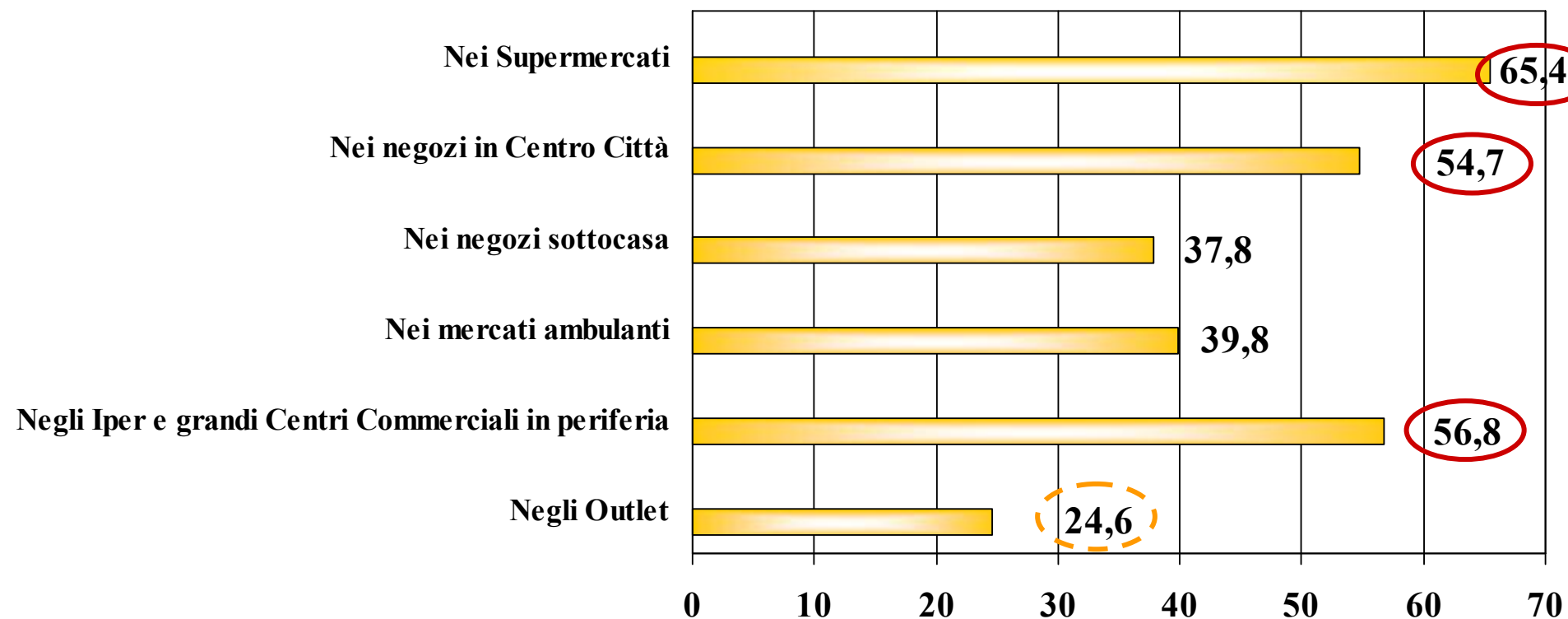
DEROGHE AI REGIMI PER:

- **Centri Storici (introdotto da Norma Nazionale)**
- **Esercizi Alimentari in caso di più di 2 Festività consecutive (introdotto da Norma Nazionale)**
- **Zone o Addensamenti commerciali particolari (introdotto in alcune Regioni)**
- **Eventi Particolari (introdotto in alcune Regioni)**

L'apertura domenicale/festiva dovrebbe essere meglio pubblicizzata. Lei è... - % di risposte

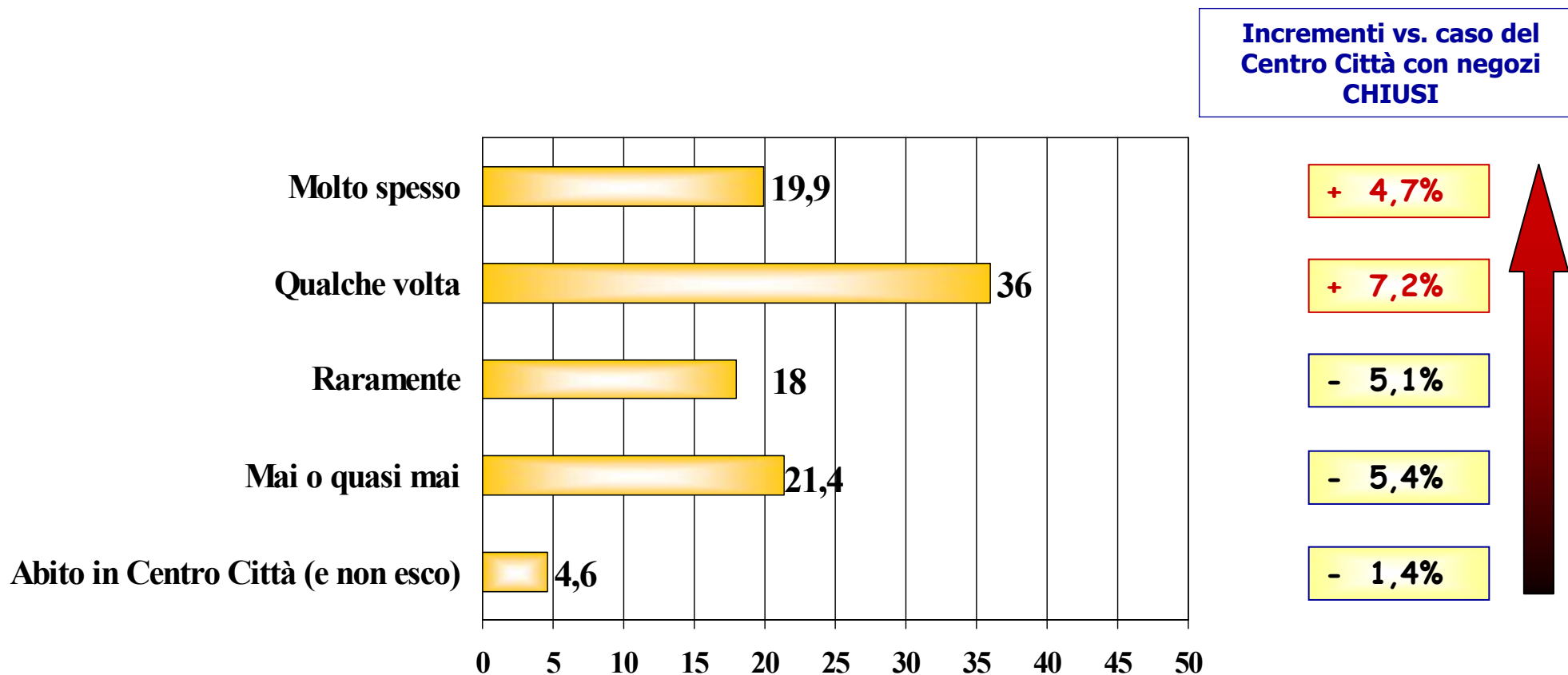


Nelle domeniche/festivi dell'ultimo anno, lei ha fatto degli acquisti ... - % di risposte

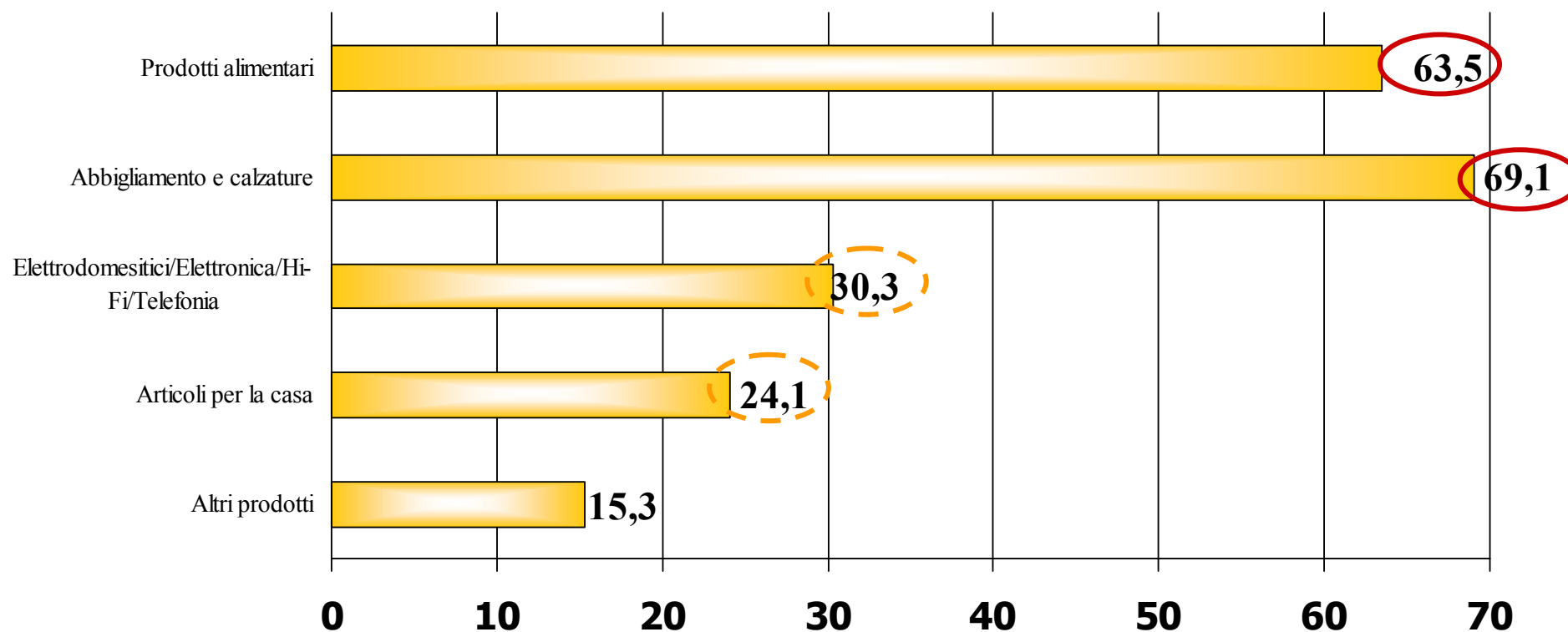




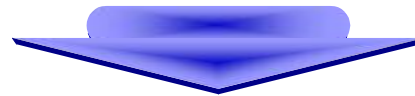
La domenica/festivi, quando sono aperti i negozi in Centro Città, lei va in Centro... - % di risposte



Nelle domeniche/festivi dell'ultimo anno cosa ha comprato? - % di risposte multiple

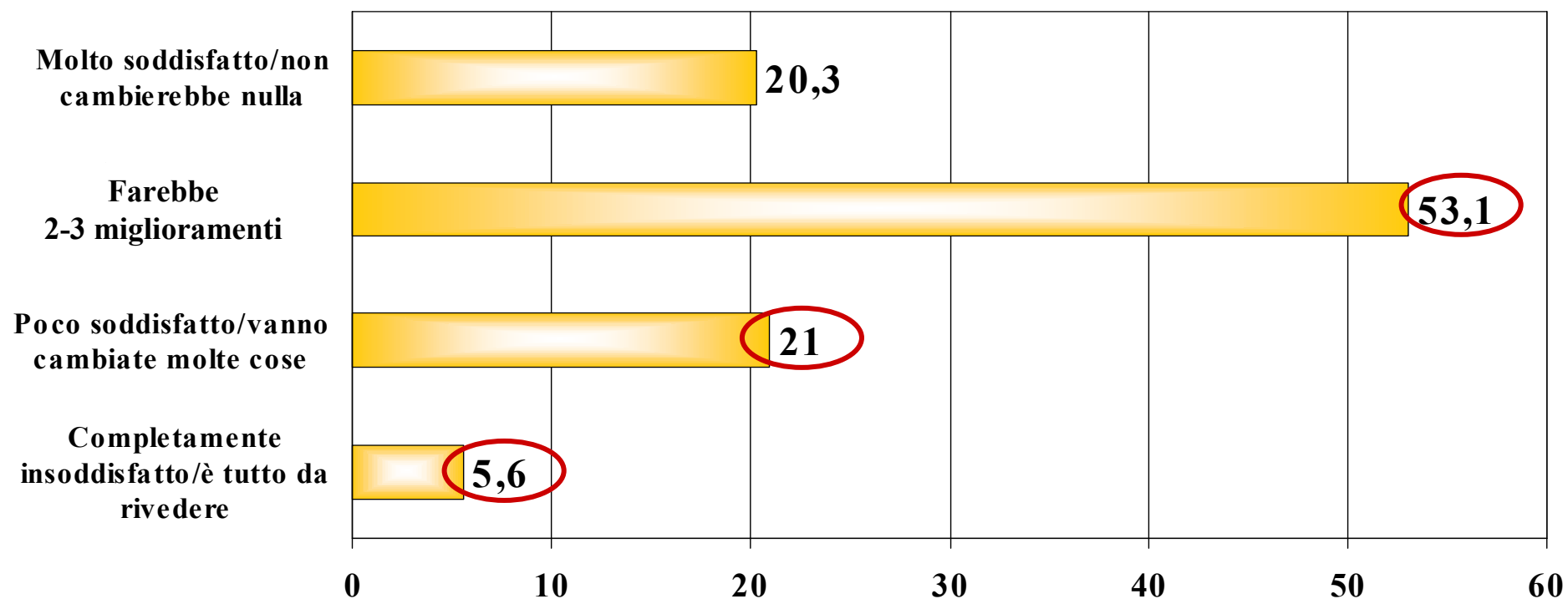


Tenendo conto dei giorni effettivi di apertura comprese le attuali Aperture Domenicali e Festive (*in media 14 aperture annuali*) ed escludendo - per contro - tutte le domeniche di chiusura, le Festività religiose e civili e le abituali chiusure infrasettimanali, ne deriva che il **tempo medio effettivo giornaliero** che ogni Responsabile d'Acquisto destina agli acquisti nei negozi e ai relativi spostamenti **è di circa 60 minuti**

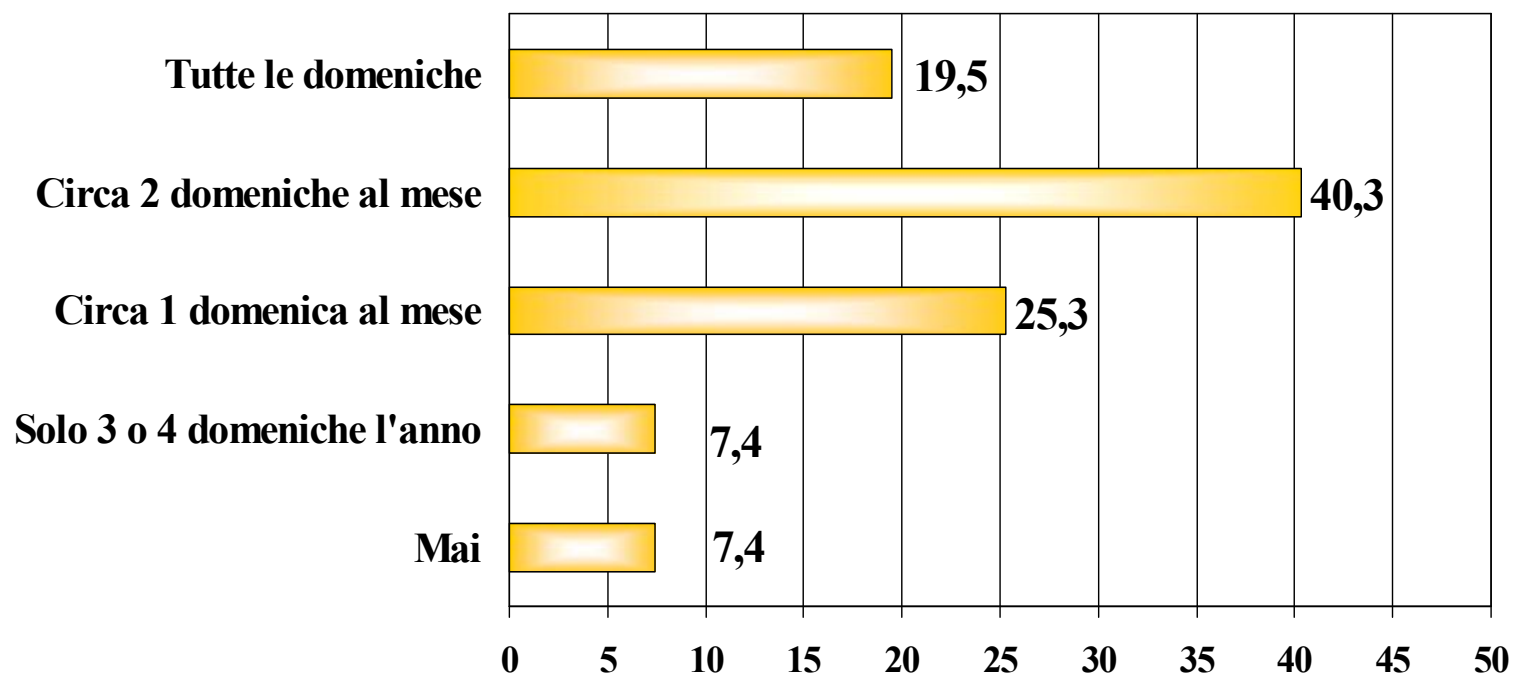


Liberare tempo ai cittadini - consumatori è in assoluto una *policy* che contribuisce a sostenere i consumi o, quanto meno, semplifica la funzione di produzione delle famiglie e migliora la gestione del tempo delle persone

Pensando alla situazione delle aperture domenicali nella sua città, lei è... - % di risposte



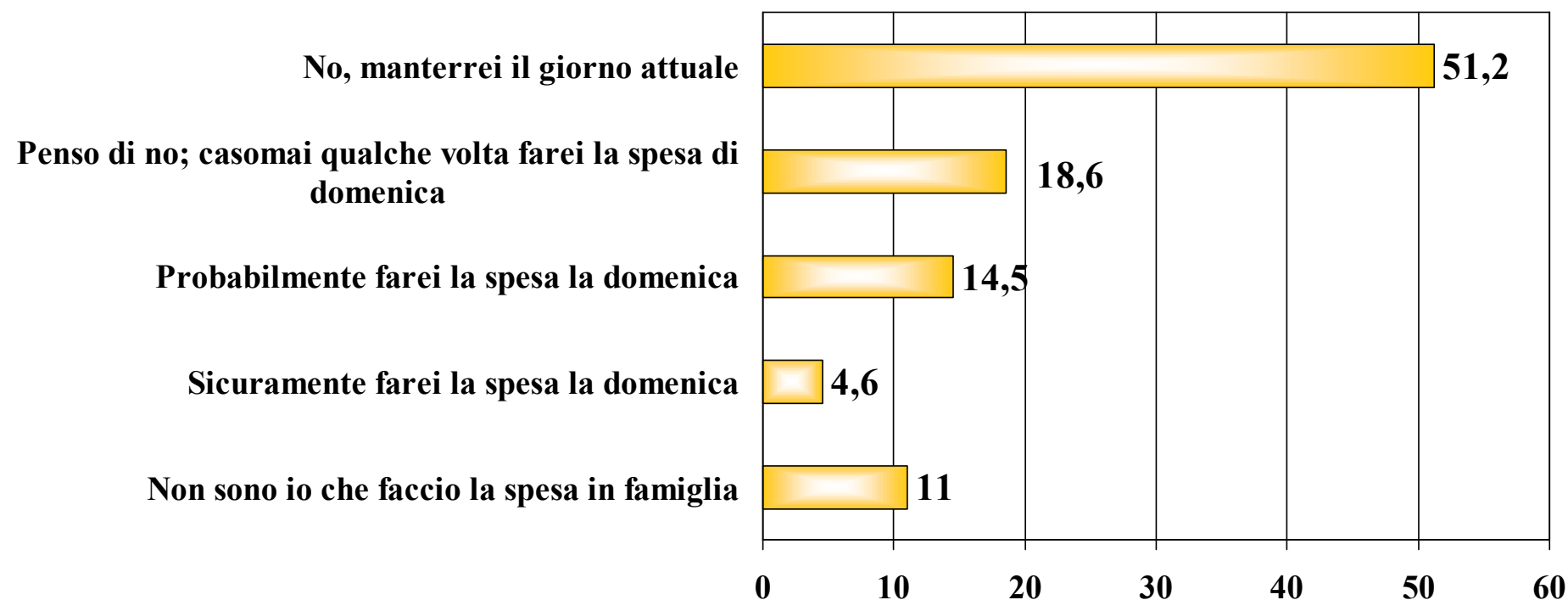
**Escludendo il mese di dicembre,
quante domeniche/festivi vorrebbe che fossero aperti i negozi? - % di risposte**



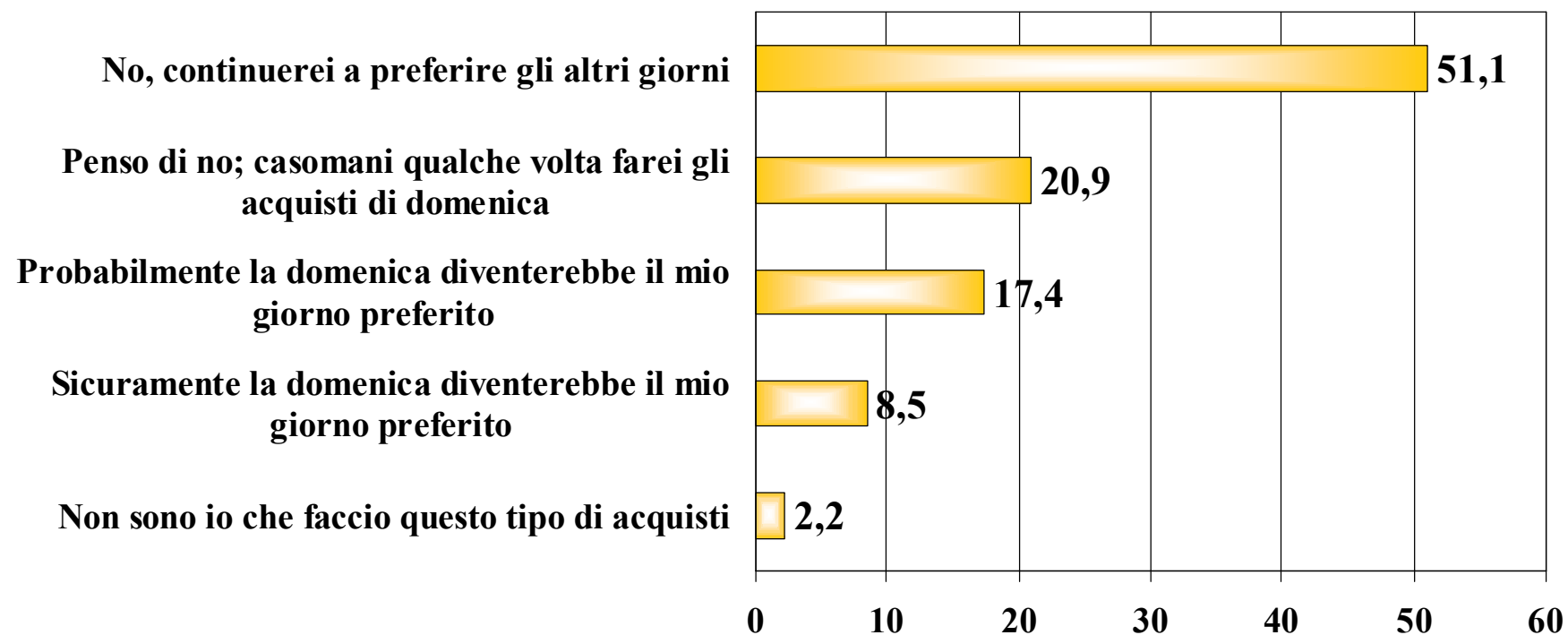
Base = Abitanti insoddisfatti della situazione attuale

FONTE: Indagine CERMES - Bocconi (2006)

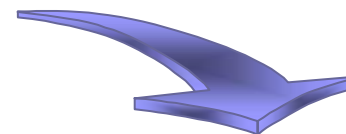
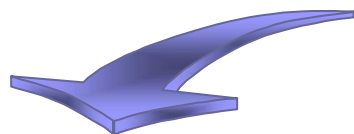
Se tutte le domeniche i Supermercati fossero aperti, cambierebbe il suo giorno dedicato alla spesa alimentare ? - % di risposte



Se tutte le domeniche fossero aperti tutti i negozi del Centro Città e dei Centri Commerciali, cambierebbe il suo giorno preferito per gli acquisti NON alimentari ? - % di risposte

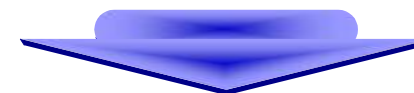
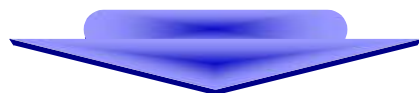


**IPOTESI DI INCREMENTO DELLE APERTURE DOMENICALI E FESTIVE:
da 14 → a 28 annue**



**INCREMENTO DEI CONSUMI
COMMERCIALIZZATI
"FOOD" E "NON-FOOD"**

**INCREMENTO POTENZIALE
DELL'OCCUPAZIONE COMMERCIALE
"FOOD" E "NON-FOOD"**



€ 4,16 MD

- **1,96%** *dei Consumi Commercializzati Totali (€ 212,4 MD - 2005)*
- **0,29%** *Incidenza sul PIL - 2005*

- **9.000** nuove opportunità di lavoro nella Distribuzione Moderna
- **13.000** potenziali posizioni nella distribuzione tradizionale

- *Le Aperture Domenicali e Festive: nonostante la diffusa percezione che si tratti di un problema secondario nell'attuale contesto di mercato, in realtà dallo studio svolto è emerso che le Aperture Domenicali e Festive rivestono un **ruolo nient'affatto marginale***

- *Le Aperture Domenicali e Festive possono infatti rappresentare un'efficace modalità*
 - *per **sostenere i consumi** delle famiglie e*
 - *per consentire una **più razionale gestione del tempo** degli individui (lavoro, attività di supporto casa-persona, tempo libero, ...)*

- *"... bisogna premettere che **il Cittadino-Consumatore** per sviluppare comportamenti sempre più consapevoli e razionali deve essere, da un lato, sempre più informato e, dall'altro, sempre più libero di poter scegliere ..."*

- *"... **il policy-maker** deve mettere il Cittadino-Consumatore in questa condizione di partenza: più informazione e trasparenza e più libertà di movimento e di scelta... Non solo, il policy-maker che desidera stimolare la produzione di effetti di benessere per il consumatore **dovrà poi impegnarsi per garantire questa condizione di partenza e proteggerla dagli attacchi corporativi, dagli interessi particolari ...**"*
- *"... nella società moderna **il Fattore Tempo è un elemento che condiziona moltissimo i comportamenti degli individui** e le dinamiche di mercato, sia dal lato dei consumi che dal lato degli acquisti ..."*
- *"... in un simile contesto, **liberare tempo e facilitare gli spostamenti** rappresentano due interventi-chiave di policy regionale versus locale per semplificare la vita quotidiana delle persone e delle famiglie e per sostenere i consumi di chi, con il tempo liberato, vorrà dedicarsi con maggior intensità allo shopping in senso lato ..."*