



FEDERDISTRIBUZIONE

LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

## **Comunicato Stampa**

### **Federdistribuzione: preoccupante il calo dei consumi d'inizio anno Ridare potere d'acquisto alle famiglie per ricominciare a crescere**

*Milano, 25 marzo 2010 - "L'andamento così debole dei consumi nei primi mesi dell'anno è un fatto sul quale tornare a riflettere seriamente, perché rappresenta l'indicazione di una tendenza che potrebbe continuare per molti mesi, indebolendo in questo modo i timidi segnali della ripresa. Anche nel mese di febbraio, infatti, la situazione dovrebbe rimanere critica. Le famiglie sono preoccupate per il futuro, come dimostra il calo del clima di fiducia che si registra ormai da tre mesi, e questo induce un atteggiamento di forte prudenza finanche nei confronti della spesa di beni primari che si ripercuote su tutto il sistema economico".* Questo il commento ai dati Istat relativi alle vendite al dettaglio del mese di gennaio 2010 di Paolo Barberini, Presidente di Federdistribuzione, l'associazione che raggruppa la maggioranza della Distribuzione Moderna Organizzata in Italia.

In questa situazione le imprese della Distribuzione Moderna Organizzata si stanno muovendo per tutelare al massimo il potere d'acquisto delle famiglie e offrire ogni opportunità per mantenere l'abituale tenore di vita. Ne è testimonianza l'andamento dei prezzi nel mondo di ipermercati e supermercati: rispetto ai mesi corrispondenti dell'anno prima nei prodotti confezionati **i prezzi sono complessivamente calati** (fonte IRI Infoscan) del -1,5% a gennaio 2010 e del -1,9% a febbraio 2010 (in quest'ultimo mese di febbraio 2010: -3,6% del latte, -4,3% dei formaggi, -8,2% della pasta, -9,7% della verdura, -8,5% della frutta, -1,3% della carne).

**Continua a crescere la pressione promozionale:** nel carrello degli acquisti di una famiglia ormai il 28,2% della spesa è fatta con prodotti in promozione, che nel 19% dei casi hanno sconti superiori al 40% (fonte Nielsen).

Infine **si affermano sempre di più i prodotti con i marchi delle insegne distributive** (le cosiddette "marche private"), che rappresentano a febbraio 2010 il 16,3% degli acquisti totali (fonte Nielsen) e sono ormai riconosciuti dai consumatori come il miglior rapporto qualità/prezzo sul mercato.

*"Per affrontare questa situazione di calo dei consumi bisogna da un lato ridare fiducia alle famiglie e dall'altro ricostituire potere d'acquisto reale - afferma Paolo Barberini - E' quindi necessario presentare un grande progetto di rilancio dell'Italia, un progetto che disegni un nuovo modello di sviluppo, centrato sui nostri punti di forza e che sia in grado di riportare il Paese a giocare un ruolo primario e strategico nel contesto internazionale. Ma è anche indispensabile pensare a interventi che abbiano un orizzonte applicativo più breve per ridare potere d'acquisto alle famiglie: innanzitutto riportare in primo piano il tema della liberalizzazione dei mercati e in secondo luogo favorire la cosiddetta "fiscalità di contrasto", dando l'opportunità alla famiglia di detrarre le spese sostenute per l'acquisto di servizi o prodotti finalizzati alla sua gestione, quali quelli per la manutenzione della casa, per la persona, le spese per gli affitti, per elettrodomestici o*



**FEDERDISTRIBUZIONE**

LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

*attrezzature a maggior risparmio energetico, per i prodotti per l'infanzia, per la scuola e per la salute".*

**Federdistribuzione** è l'organismo 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, che aderisce a Confcommercio, si compone di otto 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 otto Associazioni di Federdistribuzione hanno realizzato nel 2008 un giro d'affari di 87,4 miliardi di euro, con una quota pari al 73,2% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 46.800 punti vendita (diretti e in franchising) e danno occupazione a circa 333.000 addetti. Rappresentano, infine, il 39,6% del valore dei consumi commercializzabili.

### **Per ulteriori informazioni**

<b>Federdistribuzione</b>	<b>Weber Shandwick</b>
<i>Stefano Crippa - Relazioni Esterne</i>	<i>Enrico Nonino</i>
<i>Tel. 02 89075150 Cell. 335 5641415</i>	<i>Tel. 02 57378314</i>
<a href="mailto:comunicazione@federdistribuzione.it">comunicazione@federdistribuzione.it</a>	<a href="mailto:enonino@webershandwick.com">enonino@webershandwick.com</a>