



FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

Comunicato Stampa

**Studio Federdistribuzione:
ricchezza netta a -3,6%, reddito disponibile a -2,2%,
così ogni singola famiglia italiana esce dalla crisi**

Barberini: "Necessario ridare fiducia e stimolare il potere d'acquisto"

Milano, 12 aprile 2010 – Gli studi effettuati sulle famiglie valutano normalmente l'insieme delle stesse, considerando quindi anche gli impatti demografici, e quindi sia l'aumento della popolazione che dei nuclei familiari. Federdistribuzione, l'associazione che raggruppa la maggioranza della Distribuzione Moderna Organizzata in Italia, ha pubblicato un innovativo lavoro d'analisi sul **bilancio per ogni singola famiglia media** ai tempi della crisi, disegnandone, come per un'impresa, uno Stato Patrimoniale e un Conto Economico.

Stato Patrimoniale

La consistenza patrimoniale delle famiglie è stata pesantemente intaccata dalla crisi. **Nel 2008, infatti, la ricchezza netta per ogni nucleo familiare è diminuita del 3,6%, con un crollo delle attività finanziarie (-9,8%)** - principalmente dovuto alla minor valorizzazione dei capitali azionari (-39,6%), dei fondi di investimento (-39,1%) e delle assicurazioni (-4,9%) - e una crescita molto modesta delle attività reali (+1,3%), andamento trascinato in questa direzione dalla voce predominante, quella delle abitazioni (ne rappresenta l'82%), che è passata da una crescita dell'8,0% e del 5,4% rispettivamente nel 2006 e 2007 ad un contenuto +1,1% nel 2008.

Conto Economico

Diminuite del 1,4% nel 2009 e dell'1,7% nel 2008 le entrate complessive in termini reali per ogni nucleo familiare.

Nello stesso periodo a causa della superiore dinamica di imposte e contributi rispetto all'aumento delle entrate, **il reddito disponibile reale** (entrate meno imposte), sempre in termini reali, **è diminuito in misura ancora superiore, pari al -2,2% e -2,4%** rispettivamente nel 2009 e 2008. Contemporaneamente le famiglie hanno teso a reintegrare il proprio fondo capitale eroso dalle turbolenze finanziarie aumentando significativamente il risparmio. **La spesa per consumi si è quindi ridimensionata rispetto all'anno precedente, in termini reali, del 3,9% nel 2009 e del 2,7% nel 2008.**

Questi i principali risultati dello studio di Federdistribuzione, in cui **il centro dell'analisi è rappresentato dalla singola famiglia**, intesa come minima unità di consumo, che viene studiata con la logica di un'impresa, cioè prendendone in considerazione lo Stato Patrimoniale per valutarne la ricchezza e il suo Conto Economico per fare il quadro delle entrate e uscite. L'esigenza di focalizzare lo studio sulla "particella elementare" nasce dalla consapevolezza che il Paese potrà considerarsi fuori dalla crisi solo quando la



FEDERDISTRIBUZIONE

LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

singola unità di consumo avrà realmente recuperato il valore della sua ricchezza, il potere d'acquisto e migliori aspettative sul futuro.

I risultati della ricerca sono molto chiari: **negli anni della crisi la consistenza patrimoniale della singola famiglia media si è ridotta e il suo reddito disponibile è diminuito**, determinando una brusca frenata dei consumi. Come se questo non bastasse, il clima di incertezza sul futuro ha ulteriormente bloccato gli investimenti finanziari e i consumi, portando ad aumentare il risparmio e a mantenere le disponibilità economiche in forma monetaria o di prontissima liquidità.

La famiglia italiana sta dunque uscendo dalla crisi mediamente più povera, con minore potere d'acquisto e un atteggiamento di grande cautela nei confronti delle spese. E' chiaro quindi che anche i consumi, calati nel 2009 e nel 2008 e responsabili del 60% del PIL, non potranno tornare a crescere finché non si riporterà la famiglia in una situazione economica migliore, mettendola nelle condizioni di ritrovare i precedenti livelli di consumo e recuperare una buona consistenza patrimoniale accompagnata da una rinnovata capacità di risparmio.

"Di fronte a questo quadro due sono le linee guida che dovrebbero essere seguite: da un lato ridare fiducia e dall'altro ricostituire il potere d'acquisto". Questo il commento di Paolo Barberini, Presidente di Federdistribuzione. *"Bisogna dunque ricreare nelle persone e nelle famiglie aspettative positive per il futuro e questo può essere fatto solo attraverso un grande progetto di rilancio per il Paese. Occorre puntare sul turismo e favorire terziario, servizi e commercio con meno burocrazia, una Pubblica Amministrazione più efficiente e maggiore competitività. Nello stesso tempo è necessario ripensare ad una politica industriale che si concentri laddove esistono punte di eccellenza che possano essere trainanti per il futuro. Il sistema infrastrutturale a sostegno dell'economia del Paese deve modernizzarsi, con un sistema educativo più coerente con i nuovi bisogni della società e con più ricerca, con un welfare basato su una politica della persona che tuteli tutti in questo percorso di cambiamento. Alla base sono necessarie le risorse economiche che vanno ritrovate con il ridisegno della fiscalità, per le famiglie e per le imprese e soprattutto con una rigorosa lotta all'evasione, per riuscire a ottenere un fisco più equo, che produca più risorse per lo Stato ma che gravi meno su ogni singola unità contributiva.*

*"Oltre a questo progetto di lungo periodo - continua Barberini - diventa tuttavia indispensabile pensare a interventi che abbiano un orizzonte applicativo più breve, per ridare concretamente potere d'acquisto alle famiglie. In questo senso due strade sembrano percorribili. Innanzitutto riportare in primo piano il tema della **maggior concorrenza nei mercati**, affrontando quei settori nei quali ancora esistono posizioni dominanti che si traducono in maggiori costi per la collettività: banche, assicurazioni, energia, public utilities, ecc. In seconda battuta **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 attrezzature a maggior risparmio energetico, per i prodotti per l'infanzia, per la scuola e per la salute".*

Qui sotto le **tabelle** che riassumono graficamente i risultati dello studio, disponibile per maggiori dettagli al sito www.federdistribuzione.it



FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

STATO PATRIMONIALE per ogni nucleo familiare

Variazioni %	2006	2007	2008
Ricchezza netta	5,3	2,6	-3,6
Attività reali	7,1	5,2	1,3
- abitazioni	8,0	5,4	1,1
- oggetti di valore	-7,2	1,9	0,7
- fabbricati non residenziali	9,6	6,3	1,4
- impianti e attrezzature	3,4	2,7	1,5
- terreni	0,1	5,6	4,6
Attività finanziarie	3,3	-0,5	-9,8
- biglietti monete	9,4	4,1	9,9
- depositi bancari	8,1	2,5	5,9
- risparmio postale	4,2	2,5	1,6
- titoli	2,9	7,1	3,7
- prestiti dei soci alle cooperative	3,9	2,8	1,9
- azioni di società di capitali	4,8	-6,2	-39,6
- partecipazioni in altre società	3,4	8,2	3,8
- fondi comuni d'investimento	-9,6	-13,9	-39,1
- assicurazioni	4,8	-2,4	-4,9
- altre attività finanziarie	-3,7	0,7	0,5
Passività finanziarie	7,9	6,1	1,2
- credito al consumo	17,2	12,7	3,1
- mutui per acquisti abitazioni	11,0	7,8	-1,1
- altri prestiti	5,1	5,2	2,6
- altre passività	3,6	2,0	2,3

CONTO ECONOMICO

Entrate (per ogni nucleo familiare)

Variazioni %	2006	2007	2008	2009 Stima
Risorse disponibili	3,1	2,1	1,6	-0,6
Lavoro dipendente	3,8	2,0	2,0	0,5
Redditi professionisti	1,7	1,0	0,9	-2,2
Pensioni	3,6	2,7	3,2	2,6
Interessi	16,3	10,3	8,9	0,8
Utili di società	1,2	3,3	-4,2	-7,7
Indennizzi vari netti	-28,0	-32,7	-17,7	-44,3
Inflazione	2,1	1,8	3,3	0,8

Uscite (per ogni nucleo familiare)

Variazioni %	2006	2007	2008	2009 stima
Totale impieghi	3,1	2,1	1,6	-0,6
Imposte e contributi	4,8	3,8	3,0	1,0
Reddito disponibile	2,4	1,4	0,9	-1,4
Risparmio	-2,1	-0,8	3,6	11,5
Spesa per consumi	3,0	1,7	0,6	-3,1
Inflazione	2,1	1,8	3,3	0,8



FEDERDISTRIBUZIONE

LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

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

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