

Comunicato Stampa

Federdistribuzione: consumi stagnanti, necessario avviare politiche di sostegno

*Milano, 24 giugno 2011 – "I dati di aprile devono essere presi con grande cautela per l'effetto della Pasqua posticipata quest'anno rispetto all'anno scorso" – afferma **Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione** – "Per avere un'idea corretta della dinamica delle vendite al dettaglio occorre leggere il dato relativo ai primi 4 mesi del 2011, che permane leggermente negativo (-0,1%) rispetto al 2010. E **questa stagnazione dei consumi resta un elemento di grande preoccupazione per il futuro del Paese, che senza una ripresa della domanda interna non riuscirà ad avviare un sano percorso di sviluppo**".*

Se affianchiamo il risultato dell'inizio di quest'anno con quello del 2010 (solo un +0,2%) si può comprendere come ci si trovi di fronte ad un fenomeno di **strutturale debolezza dei consumi**, una situazione che colpisce tutti i prodotti, alimentari e non alimentari, e tutti i tipi di negozio, grandi e piccoli e per la quale non si riesce a vedere una chiara via d'uscita in tempi brevi. In un quadro di perdita del potere d'acquisto reale delle famiglie e di incertezza sul futuro diventa infatti difficile ipotizzare un'inversione di tendenza nella dinamica dei consumi per il 2011: **temo che dovremo rassegnarci ad un altro anno di "vacche magre"**, con prospettive difficili anche nel medio periodo, ipotesi avvalorata dalle previsioni di tagli per circa 40 miliardi nei prossimi 3 anni e dalle più recenti dichiarazioni della Corte dei Conti che profilano, in mancanza di una forte crescita, pesanti manovre finanziarie per diversi anni per rispettare i target finanziari europei.

Per tutto questo riteniamo sbagliato pensare ad una manovra fiscale che sia alimentata da un aumento dell'Iva, che porterebbe a un incremento dei prezzi e avrebbe un effetto depressivo ulteriore sui consumi, mentre diventa sempre più **importante una seria riflessione da parte delle istituzioni** e da parte di tutte le componenti coinvolte su come avviare e sostenere una forte politica di sostegno della domanda interna che sia basata sul varo di riforme a "impatto neutro" per lo Stato che possano portare ammodernamento, efficienza e produttività nel sistema: più concorrenza, più libertà d'impresa, più merito, meno burocrazia e vincoli.



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 sette 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 sette Associazioni di Federdistribuzione hanno realizzato nel 2009 un giro d'affari di 87,3 miliardi di euro, con una quota pari al 72,4% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 46.300 punti vendita (diretti e in franchising) e danno occupazione a circa 331.750 addetti. Rappresentano, infine, il 36% del valore dei consumi commercializzabili.

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione

Stefano Crippa - Relazioni Esterne
Tel. 02 89075150 Cell. 335 5641415
comunicazione@federdistribuzione.it

Weber Shandwick

Giancarlo Boi
Tel. 02 57378356
gboi@webershandwick.com