

Federdistribuzione: nell'attuale difficile quadro economico, il mondo del commercio deve accettare le nuove sfide e focalizzare l'attenzione sulle esigenze dei consumatori

Liberalizzazioni: un propulsore per lo sviluppo del commercio e non un ostacolo

Milano, 4 gennaio 2012 – Il Paese sta attraversando un momento difficile, il governo ha chiesto sacrifici ai cittadini, i consumi sono calati, siamo in recessione economica e i dati pubblicati oggi dall'Istat registrano un tasso di inflazione medio annuo del 2,8%, in sensibile accelerazione rispetto all'1,5% registrato per il 2010.

"A fronte di un quadro economico difficile – Commenta Giovanni Cobolli Gigli, presidente di Federdistribuzione - il Governo ha intrapreso una coraggiosa politica di liberalizzazione. In particolare la normativa riguardo gli orari di apertura dei negozi sancisce il diritto per gli operatori commerciali di poter gestire liberamente i propri punti vendita valorizzando contemporaneamente la concorrenza, il servizio ai consumatori e i propri investimenti. Auspichiamo che ci siano presto altre liberalizzazioni che tocchino a fondo tutti i settori ancora protetti del nostro Paese (ad esempio servizi pubblici locali, ordini professionali, energia) e che rappresentino perdite di efficienza e maggiori costi. In particolare se dobbiamo pensare ancora al settore del commercio, i prossimi interventi dovranno essere quelli sui farmaci, sulle benzine e sulla liberalizzazione delle promozioni."

Le liberalizzazioni in materia di esercizi commerciali hanno previsto con l'articolo 31 della legge 214, la libertà da parte dell'esercente di decidere autonomamente gli orari di apertura del proprio esercizio. Il decreto legge è già attuativo dal 6 dicembre 2011 e **non necessita di alcun recepimento da parte delle amministrazioni locali**. Per tanto la legge è di fatto già in vigore.

I 90 giorni che si trovano spesso riportati non riguardano quindi la liberalizzazione degli orari ma è il tempo entro il quale le Regioni dovranno adeguare le loro Normative in materia di programmazione commerciale urbanistica relativamente alla libertà di apertura di **nuovi esercizi commerciali**.

"Si è anche parlato di ipotetiche chiusure di decine di migliaia di negozi imputandole al processo di liberalizzazione - prosegue il presidente di Federdistribuzione - mentre l'eventuale, e tutto da verificare, saldo negativo tra chiusure e nuove aperture - comunque da vedere a posteriori - sarà frutto della crisi di consumi che sta toccando tutti e non della concorrenza, come dimostrano anche i numeri che attengono al periodo 2000-2010."

Uno studio recente della società Trade Lab analizza i cambiamenti del tessuto distributivo dal 2000 al 2010 sulla base di dati elaborati dal Ministero dello Sviluppo

Economico. I risultati dimostrano che a fronte di un progressivo aumento della presenza della Distribuzione Moderna Organizzata e degli esercizi ambulanti, il numero di punti vendita del dettaglio tradizionale non ha subito contrazioni. Tra il 2000 e il 2010, di fatto, i punti vendita in sede fissa sono passati da 721 mila a 776 mila registrando un incremento del 7,7%; **i negozi tradizionali hanno registrato un aumento del 6,1%.**

"Comunque - prosegue Giovanni Cobolli Gigli - il sostegno al dettaglio tradizionale non può realizzarsi impedendo alle strutture, piccole o grandi che siano, di scegliere se stare aperti per rendere un miglior servizio ai clienti, ma con politiche e ruoli attivi di Regioni, Comuni e Associazioni Imprenditoriali che sappiano favorire e diffondere l'innovazione presso gli operatori."

"Sulla base delle opportunità offerte dalle nuove normative e in coerenza con le regole della concorrenza e con le esigenze dei clienti, ciascuna azienda associata a Federdistribuzione deciderà autonomamente in merito alle aperture dei propri punti vendita in un mix ragionato tra servizio al consumatore e attenzione ai propri costi, sempre nel rispetto dei diritti dei lavoratori e dei contratti sottoscritti" - conclude Cobolli Gigli.

Federdistribuzione è l'organismo autonomo 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 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 2010 un giro d'affari di 87,9 miliardi di euro, con una quota pari al 68,2% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 44.650 punti vendita (diretti e in franchising) e danno occupazione a circa 325.900 addetti. Rappresentano, infine, il 40% del valore dei consumi commercializzabili.

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione

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

Ernesto Bonetti – Ufficio Stampa
Tel. 02 89075167 Cell. 3311866359
ernesto.bonetti@federdistribuzione.it