

Dati Istat sulle vendite al dettaglio

Federdistribuzione: quadro dei consumi preoccupante. Un aumento dell'Iva metterebbe ulteriormente a rischio il potere d'acquisto delle famiglie

Milano, 24 febbraio 2012 – La chiusura dell'anno 2011 vede un quadro complessivo negativo: le vendite di dicembre sono inferiori a quelle del 2010 del 3,7%. In particolare rileva l'Istat, nel confronto con dicembre 2010 le vendite dei prodotti alimentari diminuiscono dell'1,7% e quelle dei prodotti non alimentari del 4,4%. Prendendo in considerazione tutto l'anno 2011 il calo risulta pari all'1,3%, coinvolgendo sia la Grande Distribuzione (-0,9%) che i negozi più piccoli (-1,4%).

“I dati sulle vendite resi noti oggi dall'Istat confermano il trend negativo già percepito dalle nostre aziende associate. – commenta Giovanni Cobolli Gigli, presidente di Federdistribuzione – Le vendite del periodo natalizio hanno risentito fortemente della crisi economica e anche i dati delle prime settimane del 2012 finora disponibili indicano che la flessione sta continuando: possiamo stimare un calo di circa -0,5% per il settore alimentare e del -2,5% per il non alimentare” (elaborazioni Federdistribuzione su dati aziendali e Nielsen).

Questo scenario pone in difficoltà le imprese distributive, che vedono una redditività in progressivo calo, compressa tra la riduzione dei ricavi e la crescita dei costi: l'utile netto del settore nel 2010 è stato pari allo 0,7% delle vendite (era l'1,5% nel 2006) e le prospettive per il 2011 e il 2012 sono di ulteriore flessione.

“Se si considera la previsione dell'andamento del PIL nel 2012 (-1,5%)– continua Cobolli Gigli – diventa sempre più difficile per il settore distributivo mantenere il ruolo virtuoso in difesa del potere d'acquisto delle famiglie finora avuto e testimoniato dai dati. Infatti dal 2004 al 2010 a fronte di un'inflazione cumulata pari al 17,6% e a un aumento del costo dei servizi e delle tariffe del 38,1%, i prezzi dei prodotti confezionati nella GDO sono incrementati solo del 7,6%”.

“Nello scenario del 2012 – conclude il Presidente di Federdistribuzione – auspichiamo che il governo individui le modalità per non dover ricorrere all'aumento dell'Iva previsto da settembre 2012 nella legge “Salva Italia”. Un intervento in questo senso avrebbe infatti ulteriori pesanti ripercussioni in termini di inflazione e quindi di consumi, aggravando una situazione già critica”

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