

Dati Istat sulle vendite al dettaglio

Federdistribuzione: nel 2012 rischio prezzi alti e consumi in calo. Dopo la stagione delle riforme ora una nuova fase orientata alla crescita

Milano, 23 marzo 2012 – *"Dopo che il 2011 si è chiuso con un calo dell' 1,3% delle vendite al dettaglio, il 2012 comincia con un nuovo dato negativo (-0,8% rispetto all'anno scorso), confermando una grave situazione di crisi della domanda interna che è destinata a continuare anche nei prossimi mesi. Non vi sono infatti al momento spiragli che possano indurre all'ottimismo, considerando anche che solo da ora in avanti cominceranno concretamente a farsi sentire sui bilanci delle famiglie gli effetti delle manovre economiche varate dai governi nell'arco del 2011".* Questo il commento di Giovanni Cobolli Gigli, presidente di Federdistribuzione, ai dati ISTAT diffusi oggi sulle vendite al dettaglio.

Considerando le ancora vive tensioni sul fronte dell'inflazione (pari al 3,3% a febbraio e con aumenti dei carburanti vicini al 20% con conseguenti impatti su tutti i prodotti) il 2012 rischia di essere caratterizzato da un alto livello dei prezzi e da una riduzione dei consumi: un quadro critico dal quale sarà difficile uscire", continua il Presidente di Federdistribuzione.

Colpisce il calo dei prodotti non alimentari (-1,2% rispetto a gennaio 2011), comune a tutti i settori e a tutte le formule distributive: vengono rimandati gli acquisti non indispensabili e si cerca di dedicare le risorse disponibili ai soli prodotti necessari.

"Il dato relativo alla flessione dell'abbigliamento (-1,8%) conferma come anche il momento dei saldi non sia stato di stimolo per la spesa delle famiglie. Le prospettive per quest'anno non sono buone (si parla ormai di riduzione del PIL vicina ai 2 punti percentuali) ma anche in futuro le logiche europee di rientro del debito pubblico ci costringeranno a politiche di rigore. Dopo la stagione del risanamento dei conti pubblici e delle riforme strutturali (liberalizzazioni, semplificazioni e riforma del mercato del lavoro) occorre avviare una nuova fase nella quale ogni sforzo sia orientato alla crescita, attraverso una coraggiosa politica di rilancio del Paese che veda come elemento centrale il sostegno ai consumi complessivi delle famiglie, responsabili del 60% del PIL e senza il quale è impensabile un percorso di sviluppo"

"In questa prospettiva – conclude Cobolli Gigli – ancora una volta bisogna sottolineare come sia indispensabile individuare le modalità per non dover ricorrere all'aumento dell'Iva previsto da ottobre 2012. Un intervento in questo senso avrebbe infatti ulteriori pesanti ripercussioni in termini di inflazione e quindi di consumi, aggravando una situazione già critica"

comprende 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