

Dati Istat sul commercio al dettaglio

**Federdistribuzione: aprile segnale di una futura
ulteriore frenata nei consumi
Nel 2012 da accise e Iva 617 euro di maggiori spese
per famiglia**

Milano, 26 giugno 2012 – I dati di aprile sulle vendite al dettaglio diffusi oggi dall'Istat segnalano un calo senza precedenti: -6,8% rispetto ad aprile 2011. La diminuzione ha coinvolto sia i prodotti alimentari (-6,1%) che quelli non alimentari (-7,1%) e tutte le formule distributive: la Grande Distribuzione è scesa del -4,3% e il dettaglio tradizionale del -8,6%. Nei primi quattro mesi dell'anno le vendite si sono contratte del -1,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

"A causa della diversa calendarizzazione della Pasqua rispetto al 2011 pensavamo a un dato negativo delle vendite per il mese di aprile, ma il dato Istat di oggi va ben oltre ogni nostra previsione e fornisce un segnale di ciò che possiamo aspettarci nei prossimi mesi – commenta Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione – Le famiglie italiane hanno cominciato a fare i conti con gli impatti delle ultime manovre: 5 aumenti delle accise sui carburanti, l'incremento di un punto dell'aliquota Iva dal 20% al 21% a partire da settembre 2011, il pensiero della prima rata dell'IMU hanno inciso pesantemente sui portafogli e sui comportamenti delle persone, portando ad una drastica riduzione dei consumi, come testimonia il calo delle vendite del -1,6% dall'inizio dell'anno".

Nel 2012 le maggiori spese derivanti dalle tassazioni sui consumi relative alle accise sui carburanti e all'aumento dell'Iva effettuato nel 2011 saranno pari a 617 euro per famiglia, pari a entrate per 15,5 miliardi di euro, un ammontare che garantisce ben il 32% dei quasi 49 miliardi di risanamento del deficit previsto dalle manovre fino ad oggi varate per quest'anno (fonte: Centro Studi Sintesi).

"Il timore è che la previsione delle prossime spese quali il saldo dell'IMU e il temuto ulteriore e ben più pesante incremento dell'Iva da ottobre possano ancor più frenare la propensione all'acquisto delle famiglie, gettando il Paese in una situazione di crisi da domanda dalla quale sarà difficile rialzarsi – continua Cobolli Gigli.

Per valutare la propensione al consumo non bisogna dimenticarsi, infatti, di un dato importante al quale non sempre viene dato il giusto risalto, quello relativo alla fiducia dei consumatori, che nel mese di giugno ha segnato il punto più basso dal 1996, cioè da quando ne è stata avviata la misurazione.

"Con queste condizioni economiche e con le preoccupazioni che le famiglie hanno per il futuro sarà dunque difficile aspettarsi un'inversione di tendenza nella dinamica dei consumi nel breve e medio periodo. Occorre quindi fare di tutto per evitare prossimi provvedimenti che possano aggravare la situazione, in primo luogo il previsto

aumento dell'Iva dal mese di ottobre, per poi avviare la crescita attraverso la ripresa della domanda interna, unico elemento in grado di dare stabilità allo sviluppo.

La scelta fatta dall'esecutivo in termini di liberalizzazioni degli orari dei punti vendita rappresenta uno stimolo alla concorrenza e un sostegno ai consumi, ma bisogna ora sfruttare ogni opportunità per recuperare le necessarie risorse per la crescita: alcune sono già al vaglio del Governo come la spending review (che vorremmo più incisiva), la vendita di parte del patrimonio pubblico, il taglio delle province e altre potrebbero essere prese in considerazione, come un riesame critico delle agevolazioni fiscali, un uso maggiore dei fondi comunitari a disposizione degli enti locali, un patto con la Svizzera per la tassazione dei capitali" conclude il Presidente di Federdistribuzione.

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