

Dati Istat sul commercio al dettaglio

Federdistribuzione: consumi ancora in discesa. Più concorrenza nei mercati per dare potere d'acquisto ai consumatori

Senza la liberalizzazione degli orari il calo delle vendite sarebbe stato maggiore

Milano, 24 gennaio 2013 – I dati sul commercio al dettaglio, pubblicati oggi dall'Istat, mostrano un ulteriore calo delle vendite a novembre 2012 del -3,1% rispetto a novembre 2011. In flessione sia il non alimentare, che segna un -3,7% nel confronto con lo stesso mese dello scorso anno, che l'alimentare con un -2,0%.

Il dato cumulato dall'inizio dell'anno si porta al -2,0% a livello totale, con l'alimentare a -0,6% e il non alimentare a -2,6%.

"Siamo ormai di fronte a una situazione strutturale di calo dei consumi, confermata dal fatto che, ad eccezione del discount che risulta essere un canale di vendita anticiclico rispetto alla crisi, soffrono tutte le forme distributive – ha commentato Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione – Dal 2008 (con la sola eccezione del 2010 con un modesto +0,2%) le vendite al dettaglio sono in calo. Stimando per il 2012 una diminuzione del 2% l'arretramento negli ultimi 5 anni è valutabile nel -5% a valore.

"In questo scenario è importante sostenere e ampliare le politiche volte a introdurre maggiore concorrenza nei mercati, una strada in grado di dare efficienza alle imprese e maggiore potere d'acquisto alle famiglie a vantaggio dei consumi. Un esempio è la liberalizzazione degli orari di apertura dei negozi, un provvedimento in vigore da un anno che non solo consente di ridistribuire più salario ai dipendenti (le giornate domenicali e festive sono retribuite con una maggiorazione almeno del 30% e godono di una tassazione agevolata) e di assumere giovani e donne con contratti part-time, ma serve anche a sostenere i consumi. Una ricerca condotta da Ispo del Prof. Renato Mannheimer rivela infatti che il 62% di chi acquista la domenica sceglie in quel giorno qualche cosa in più rispetto a quello che avrebbe normalmente comprato negli altri giorni. In definitiva, senza la liberalizzazione degli orari, probabilmente il calo delle vendite sarebbe stato anche maggiore".

Federdistribuzione è espressione della Distribuzione Moderna Organizzata e riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, locali, nazionali 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 imprese associate a Federdistribuzione hanno realizzato nel 2011 un giro d'affari di 85,3 miliardi di euro, con una quota pari al 66,1% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 43.850 punti vendita (diretti e in franchising) e danno occupazione a circa 329.250 addetti. Rappresentano, infine, oltre il 38% 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. 331 1866359
ernesto.bonetti@federdistribuzione.it