

Dati Istat sul commercio al dettaglio

Federdistribuzione: calo delle vendite fenomeno di lungo periodo. Trovare le risorse per scongiurare definitivamente l'aumento dell'IVA e nessun arretramento sulle liberalizzazioni

Milano, 25 giugno 2013 – I dati sulle vendite del commercio al dettaglio pubblicati oggi dall'Istat mostrano un calo ad aprile 2013 del -2,9% rispetto ad aprile 2012. Particolarmente negativo è il dato per i prodotti alimentari (-4,5%), influenzato tuttavia dalla differente calendarizzazione della Pasqua, anticipata quest'anno rispetto all'anno scorso (nel 2012 ricorreva l'8 aprile mentre nel 2013 è stata il 31 marzo).

Ancora con il segno meno è la tendenza per il non alimentare, che evidenzia ad aprile 2013 un ulteriore -1,9% rispetto ad aprile 2012, dopo un -3,2% a gennaio, un -5,3% a febbraio e un -6,1% a marzo.

L'indicazione migliore per valutare il trend dei consumi è quella data dal periodo aggregato gennaio-aprile che, rispetto agli stessi mesi dell'anno precedente, segna -3,4%, un trend peggiore rispetto a come si erano chiusi il 2011 (-0,8%) e il 2012 (-1,7%). A soffrire sono tutte le formule distributive, sia la grande distribuzione (-2,0%) che i piccoli esercenti (-4,5%), e tutte le categorie di prodotto, con l'alimentare a -2,1% e il non alimentare a -4,2%.

"Il calo dei consumi è ormai un fenomeno di lungo periodo che colpisce duramente le imprese del commercio – ha commentato Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione – Se non affrontato in modo immediato e deciso terrà il Paese in una situazione di recessione dalla quale difficilmente si riuscirà ad uscire in tempi brevi".

Continua Cobolli Gigli: *"guardiamo con favore al rinvio dell'aumento dell'Iva sul quale si sta impegnando il Governo, ma auspichiamo che possano essere trovate all'interno della legge di stabilità le risorse necessarie per scongiurare definitivamente un provvedimento ulteriormente deprimente per la domanda interna".*

"In questo quadro è importante tutelare al massimo il potere d'acquisto delle famiglie italiane, un obiettivo che la Distribuzione Moderna Organizzata sta perseguendo con determinazione, anche a scapito della propria redditività. Fondamentale in questo senso è una seria politica di stimolo alla concorrenza e di liberalizzazioni dei mercati, fattori decisivi per il contenimento dei prezzi di beni e servizi. La legge "Salva Italia" ha introdotto per il commercio principi di libertà imprenditoriale nella gestione dei punti vendita a proposito di orari, nuove aperture e ristrutturazioni, dando l'opportunità di utilizzare anche i giorni festivi per soddisfare i bisogni dei consumatori. E' nostra opinione che su questo argomento non bisogna fare alcun arretramento, né da parte del Governo di Roma né da parte degli enti locali" ha concluso il presidente di Federdistribuzione.

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 sei 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 84,5 miliardi di euro, con una quota pari a circa il 66% 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 326.050 addetti. Rappresentano, infine, 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