

Dati Istat sul commercio al dettaglio

Vendite ancora in calo: necessaria una scossa per tornare a far crescere i consumi

Attuare il taglio del cuneo fiscale, intervenire sulle fasce a reddito zero ed evitare passi indietro nelle liberalizzazioni.

Milano, 26 marzo 2014 – I dati pubblicati oggi dall'Istat relativi al mese di gennaio 2014 mostrano ancora un calo rispetto a gennaio 2013: il dato totale delle vendite al dettaglio indica un -0,9%, con l'alimentare a -0,1% e il non alimentare a -1,3%. Per quanto riguarda le formule distributive, spicca la crescita dei discount che fanno segnare un +3,1%.

*"Dopo il 2013 che è stato l'anno peggiore della crisi per quanto riguarda il calo delle vendite al dettaglio (-2,1%), anche il 2014 parte con il segno meno, sia per i prodotti alimentari che per quelli non alimentari – commenta Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione – Peraltro, **dati in nostro possesso relativi al mese di febbraio e alle prime due settimane di marzo, indicano un ulteriore peggioramento del trend rispetto a gennaio, dando all'avvio di quest'anno un sapore di preoccupante continuità con il 2013**".*

*"Siamo quindi ancora molto lontani da una ripresa dei consumi: la situazione resta estremamente critica e sono sempre più necessari interventi di rilancio della domanda interna – prosegue Cobolli Gigli – Da sempre sosteniamo l'importanza di ridare potere d'acquisto agli Italiani. **E' necessario che il provvedimento deciso dal Governo di sostegno dei redditi più bassi sia attuato nei tempi previsti, pensando anche a come agire nei confronti della popolazione in grave difficoltà e che non rientra nel perimetro già individuato dei 1.000 euro a 10 milioni di persone**".*

*"Per tornare a far crescere i consumi occorre dare al sistema una scossa, che sia concretamente economica (più soldi alle famiglie) ma anche psicologica, in grado di aumentare la fiducia nel futuro. **Per questo occorre evitare che l'impulso derivante dal taglio del cuneo fiscale sia frenato da rigurgiti normativi che, ripristinando condizioni precedenti al "Salva Italia", potrebbero annullare gli effetti positivi per i consumatori introdotti dalle liberalizzazioni avviate negli ultimi anni, ad esempio in materia di aperture domenicali e festive dei negozi**" conclude il Presidente di Federdistribuzione.*

Federdistribuzione è espressione della Distribuzione Moderna Organizzata e riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, locali, nazionali e comunitarie le 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 cinque 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 nel 2014 hanno realizzato, in base ai dati 2012, un giro d'affari di 60,7 miliardi di euro (di cui 9,1 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 47,4% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 15.000 punti vendita (di cui 8.300 in franchising) e danno occupazione a 214.000 addetti. Rappresentano, infine, il 27,8% 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