

Saldi invernali: con l'avvio lunedì 5 gennaio a rischio vendite per 600 milioni.

Anticipare la data al 3 gennaio per avere un sostegno ai consumi utile per famiglie e imprese

Milano, 15 dicembre 2014 – Il perdurare della crisi economica che attanaglia il Paese ha reso quest'anno particolarmente **carico di attese il momento dell'avvio dei saldi invernali**, sia per i consumatori che per tutte le imprese del commercio interessate. I primi, con un potere d'acquisto costantemente in calo, stanno aspettando i prezzi vantaggiosi che garantiscono le vendite di fine stagione e le seconde vedono in quell'evento l'occasione per recuperare parte delle vendite che non sono riusciti a ottenere nei mesi precedenti, anche a causa del **perdurare di una situazione climatica anomala**, con temperature eccessivamente elevate rispetto alle medie stagionali, che ha disincentivato i consumatori dagli acquisti di capi invernali.

Quest'anno l'avvio dei saldi è stabilito, nella maggioranza delle Regioni, per il 5 gennaio, un lunedì. Ciò in seguito anche a un indirizzo espresso dalla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, che ha recepito una regola condivisa dagli operatori.

Tuttavia nel 2015 si verifica un fatto non favorevole, per gli effetti del calendario. Il lunedì **rappresenta un elemento di penalizzazione** per l'inizio delle vendite di fine stagione, in quanto potrebbe ridurre le vendite del fine settimana immediatamente precedente (quello di sabato 3 e domenica 4 gennaio) e farebbe partire senza la necessaria spinta i saldi stessi, riducendo l'opportunità per gli operatori italiani di agire con successo in un mercato che continua a essere molto volatile, non portando benefici per la clientela italiana, le aziende italiane e l'economia italiana e causando la perdita di uno dei più importanti fine settimana di vendita nel calendario del retail.

I saldi invernali sviluppano vendite per 5,5 / 6 mld € e il primo fine settimana ne rappresenta storicamente il 20%, quindi 1,1 / 1,2 mld €. Un avvio dei saldi invernali come quello previsto per il 2015, tra vendite perse nel week end precedente ed avvio lento lunedì 5 gennaio, potrebbe comportare una **perdita di fatturato tra i 500 e i 600 milioni di euro**, che rischierebbe di non essere recuperata in seguito proprio per la mancata spinta iniziale e per il perdurare della grave crisi economica.

Il tema è stato portato da Federdistribuzione all'attenzione della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, che ha dimostrato disponibilità ad esaminare la questione **dell'avvio delle vendite di fine stagione al 3 gennaio**, in questo modo adattando la regola alle particolari condizioni di calendario e di clima economico che si sono determinate quest'anno.

Così facendo si potrebbero avere 4 giorni di grande interesse (3,4,5 e 6 gennaio), fornendo ai clienti maggiore tempo e opportunità di scelte, con **vendite valutabili**

complessivamente oltre 1,7 miliardi, che consentirebbero di fornire un impulso ai consumi e di mettere "fieno in cascina" a un settore del commercio che sta soffrendo la crisi dei consumi e che vede costantemente aumentare la concorrenza delle vendite on-line, notoriamente slegate da ogni vincolo sui prezzi.

Il nostro auspicio è che la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome voglia esprimersi in tal senso, creando così le condizioni per avere con i saldi invernali un momento importante di sostegno ai consumi in grado di ridare fiducia alle famiglie e agli operatori della distribuzione.

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 2013, un giro d'affari di 60,6 miliardi di euro (di cui 8,6 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 47,9% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 14.600 punti vendita (di cui 7.800 in franchising) e danno occupazione a 213.000 addetti. Rappresentano, infine, il 28,3% 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
--	--