

Dati Istat sul commercio al dettaglio

**“Posizione di stallo” per i consumi. Occorre trasformare in consumi parte dei risparmi delle famiglie.
No a misure penalizzanti per la GDO come il “reverse charge”**

Milano, 22 gennaio 2015 – I dati pubblicati oggi dall’Istat relativi al mese di novembre 2014 mostrano un calo rispetto allo stesso mese dell’anno precedente: il totale delle vendite al dettaglio indica un -2,3%, con l’alimentare a -2,2% e il non alimentare a -2,4%.

Dall’inizio dell’anno la flessione, secondo l’Istat, si attesta complessivamente al -1,4%: con un -1,3% sia per l’alimentare che per il non alimentare.

*“Il calo considerevole di novembre coinvolge tutte le categorie merceologiche e tutte le formule distributive ad eccezione dei discount – dichiara Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione – Il 2014 sarà dunque il quarto anno consecutivo che chiuderà con una riduzione delle vendite e, fatta eccezione per un debole +0,1% registrato nel 2010, dal 2008 i dati del commercio al dettaglio mostrano un segno negativo, **cumulando in questi 7 anni una flessione del 7,6%**”.*

*“La situazione paradossale – continua Cobolli Gigli - è che **il calo dei consumi si abbina a una variazione dei prezzi pressoché nulla, una condizione che invece dovrebbe favorire gli acquisti.** Ma le famiglie, troppo incerte sul futuro proprio e del Paese, accumulano l’eventuale disponibilità economica in risparmi, rimandando le decisioni di spesa. **I consumi sono in una sorta di “posizione di stallo”, nella quale i consumatori non osano fare la prima mossa ricominciando a spendere, per paura che poi possa succedere qualcosa che li penalizzi**”*

*“Dati questi presupposti, aumenta la preoccupazione per il 2015. Occorre fare tutto il possibile per **riattivare un meccanismo virtuoso che trasformi in investimenti produttivi, cioè in consumi, parte del capitale accumulato dalle famiglie in risparmi.** L’esperienza degli 80 euro, che solo marginalmente si sono tradotti in consumi, ha dimostrato che da sole queste misure economiche non bastano. **E’ indispensabile attuare le riforme che possano ridare speranza e fiducia nel futuro.** La “posizione di stallo” delle famiglie ha anche un’importante origine basata su fattori intangibili, che vanno affrontati e risolti”.*

*“In questo quadro la DMO continua la sua azione di sostegno al potere d’acquisto delle famiglie con le sue politiche commerciali e a favore dello sviluppo del Paese con i suoi investimenti; **tutto questo è però seriamente messo in pericolo da misure come il “reverse charge” che inciderebbe pesantemente sulla liquidità disponibile per le imprese e comporterebbe onerosi costi finanziari e operativi**” 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 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