

## **Dati Istat sul commercio al dettaglio**

### **La ripresa dei consumi non si vede. Famiglie ancora prudenti sugli acquisti. No all'aumento dell'Iva che innescherebbe una nuova fase recessiva**

Milano, 22 maggio 2015 – I dati pubblicati oggi dall'Istat relativi al mese di marzo 2015 mostrano complessivamente un calo del -0,2% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, frutto di una dinamica diversa tra prodotti alimentari (+0,7%) e non alimentari (-0,8%).

Nei primi tre mesi dell'anno si registra una crescita complessiva delle vendite pari al +0,3%, con l'alimentare a +1,2% e il non alimentare a -0,1%.

*"I nostri timori sulla fragilità e debolezza della ripresa delle vendite al dettaglio sono stati purtroppo confermati – dichiara Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione – Guardando i dati del 2015 si evidenzia come il fuoco di paglia di gennaio (+1,2%) si sia già esaurito il mese successivo (0,0%), per tornare con i dati di marzo in terreno negativo (-0,2%). Segno che ancora non ci sono le condizioni economiche e di fiducia sul futuro da parte delle famiglie per un cammino di reale crescita dei consumi".*

*"Colpisce in particolare il dato di marzo dei prodotti non alimentari (-0,8%) – continua il Presidente di Federdistribuzione – che indica quanto ancora si tendano a rimandare acquisti importanti, in attesa di un maggior consolidamento delle aspettative relative alla propria situazione economica, fattore decisivo per impiegare in attività produttive come i consumi parte delle risorse accumulate negli ultimi mesi in risparmio".*

*"La crescita del Paese passa necessariamente dalla ripresa dei consumi. Su questo occorre focalizzare gli sforzi, ridando potere d'acquisto alle famiglie per creare quella domanda interna che sarà in grado di spingere l'occupazione dando così solidità alla crescita. E non smetteremo mai di sostenere la necessità di cancellare, per tutti gli anni previsti, gli aumenti dell'Iva definiti nella clausola di salvaguardia della Legge di Stabilità 2015, fattore che, alla luce del trend piatto dei consumi che l'Istat ci sta testimoniando in questi primi mesi dell'anno, potrebbe comportare una nuova fase di recessione" conclude Cobolli Gigli.*

**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](mailto:comunicazione@federdistribuzione.it)

Ernesto Bonetti – Ufficio Stampa  
Tel. 02 89075167 Cell. 331 1866359

