

Dati Istat sul commercio al dettaglio

Federdistribuzione: nei primi 4 mesi dell'anno vendite al dettaglio a crescita zero. Un approccio di sistema per far ripartire i consumi

Milano, 23 giugno 2015 – I dati pubblicati oggi dall'Istat relativi al mese di aprile 2015 registrano complessivamente una variazione nulla (0,0%) nella dinamica delle vendite a valore al dettaglio nel confronto con aprile 2014. L'alimentare segna un -0,8% e il non alimentare un +0,6%. Per quanto riguarda i dati a volume Istat rileva in aprile un calo complessivo del -0,5% rispetto al 2014, con l'alimentare a -1,8% e il non alimentare a +0,5%.

Dall'inizio dell'anno i dati a valore segnano un +0,2%, con l'alimentare a +0,6% e il non alimentare a 0,0%.

"I dati Istat di aprile confermano che siamo di fronte a un trend di leggera ripresa rispetto ai dati negativi del 2013 e del 2014 ma che ci troviamo ancora su livelli insufficienti per poter prospettare in tempi brevi un recupero delle vendite perse negli anni precedenti –commenta Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione – Il valore attuale delle vendite al dettaglio è infatti ancora del 5% più basso di quello del 2010 e la variazione molto modesta (+0,2%) dei primi 4 mesi del 2015 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente dimostra che si è arrestata la caduta dei consumi ma che non si è avviata una ripresa stabile e strutturale della domanda interna".

Fatto confermato dai dati in volume diffusi per la prima volta dall'Istat, che indicano per il periodo gennaio-aprile 2015 un trend pari a 0,0% rispetto ai numeri negativi del 2013 e 2014, rispettivamente pari a -3,1% e -1,1%.

"Occorre sostenere e stimolare le famiglie in questo loro lento e graduale percorso di recupero della fiducia e del passato tenore di vita. La Distribuzione Moderna Organizzata sta facendo la sua parte, continuando con politiche di convenienza, scelta e servizio ai consumatori, ma serve un approccio corale e di sistema, per il quale attori economici (agricoltura, industria, servizi) e istituzioni condividano l'obiettivo comune di tornare a far crescere i consumi, senza che in questo percorso siano frapposti ostacoli, come potrebbero essere gli aumenti dell'Iva previsti dall'applicazione della clausola di salvaguardia" 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

Ernesto Bonetti – Ufficio Stampa
Tel. 02 89075167 Cell. 331 1866359
ernesto.bonetti@federdistribuzione.it