

**Saldi invernali: con l'avvio martedì 5 gennaio a rischio vendite per 700 milioni.
Anticipare la data al 2 gennaio per avere un sostegno ai consumi utile per famiglie e imprese**

Milano, 26 ottobre 2015 – **Quest'anno l'avvio dei saldi sarebbe stabilito, nella maggioranza delle Regioni, per il 5 gennaio, un martedì.** Ciò in seguito a un indirizzo espresso nel 2011 dalla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, che ha recepito una regola condivisa dagli operatori.

Tuttavia iniziare le vendite di fine stagione di martedì **rappresenta un elemento di penalizzazione**, in quanto potrebbe ridurre le vendite del fine settimana immediatamente precedente (quello di sabato 2 e domenica 3 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 2016, tra vendite perse nel week end precedente ed avvio lento martedì 5 gennaio, potrebbe comportare una **perdita di fatturato tra i 600 e i 700 milioni di euro**, che rischierebbe di non essere recuperata in seguito proprio per la mancata spinta iniziale.

Federdistribuzione chiede quindi che l'avvio dei saldi sia anticipato a sabato 2 gennaio 2016.

Come già accaduto l'anno scorso, **il tema è stato portato da Federdistribuzione e da altre importanti associazioni della Distribuzione Moderna all'attenzione della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome.** Tuttavia, contrariamente a quanto accaduto l'anno scorso, ora non vi è condivisione tra le associazioni del commercio sull'opportunità di anticipare la data di avvio dei saldi.

"Il nostro auspicio – commenta Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione – è che la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome tenga in considerazione le valutazioni espresse dalle più rilevanti associazioni della Distribuzione Moderna e voglia esprimersi per favorire con i saldi invernali la creazione di un momento importante di sostegno ai consumi, in grado di ridare fiducia alle famiglie e agli operatori della distribuzione".

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

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 2015 hanno realizzato, in base ai dati 2014, un giro d'affari di 61,7 miliardi di euro (di cui 8,5 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 48,5% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 15.100 punti vendita (di cui 7.500 in franchising) e danno occupazione a 223.500 addetti. Rappresentano, infine, il 29,1% del valore dei consumi commercializzabili.