

Dati Istat sul commercio al dettaglio

Federdistribuzione: dall'inizio della crisi perse vendite per il 6,5%. Non trascurare lo stimolo ai consumi nella Legge di Bilancio

Milano, 26 settembre 2016– I dati Istat sul commercio al dettaglio relativi al mese di luglio registrano nuovamente un segno negativo (-0,2% rispetto a luglio 2015) nelle vendite a valore, con l'alimentare a +0,5% e il non alimentare a -0,6%. Dall'inizio dell'anno le vendite complessivamente segnano un +0,2% a valore nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente, ma -0,2% in volume.

"Anche a luglio le vendite al dettaglio presentano un segno meno, sia a valore (-0,2%) che a volume (-0,8%) e neanche i saldi sono serviti per crescere – commenta Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione - Preoccupante soprattutto il dato a volume, che viene confermato anche nella cifra complessiva dell'anno: -0,2% da gennaio a luglio 2016, che fotografa una situazione nella quale, anche a fronte di prezzi sostanzialmente fermi e di retribuzioni reali in crescita, le quantità acquistate dalle famiglie diminuiscono. Manca la voglia di comprare, prevale la preoccupazione e l'attendismo, si aspettano segnali più convincenti e un quadro di prospettive migliori, proprie e del Paese. Una cornice che ricrei stimolo al consumo".

"Occorre fare tutto il possibile per invertire questa tendenza – prosegue Cobolli Gigli - Dal 2007 ad ora le vendite al dettaglio Istat sono diminuite del 6,5% a valore, miliardi di fatturato perso dall'inizio della crisi che hanno avuto un impatto violentissimo sul mondo del commercio e su tutta l'economia nazionale".

"La prossima Legge di Bilancio sarà prevalentemente centrata sugli incentivi all'offerta, puntando sulla ripresa degli investimenti pubblici e privati, per ritrovare efficienza, produttività e competitività del nostro sistema industriale. Il lato della domanda non deve tuttavia essere trascurato. I consumi delle famiglie sono responsabili del 60% del PIL e se non si trovano le leve giuste per rimetterli velocemente in moto, saremo condannati a una crescita lenta e faticosa. Serve un "piano industriale per il rilancio dei consumi", articolato con interventi che agiscano sulle sacche di povertà presenti nel Paese, aiutino la ripresa della natalità e ridiano certezze e fiducia al ceto medio, la popolazione in grado di riportare in alto i consumi" conclude Il Presidente di Federdistribuzione.

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

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 2016, hanno realizzato, in base ai dati 2015, un giro d'affari di 63,3 miliardi di euro (di cui 8,4 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 48,9% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 15.150 punti vendita (di cui 7.450 in franchising) e danno occupazione a 222.500 addetti. Rappresentano, infine, il 29,3% del valore dei consumi commercializzabili.