

ORARI DI APERTURA DEI PUNTI VENDITA

**Audizione X Commissione
Camera dei Deputati**



FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

è il principale organismo di coordinamento
e di rappresentanza della

Distribuzione Moderna Organizzata





I NUMERI DI FEDERDISTRIBUZIONE - 2017

65,7

miliardi €
di fatturato

49,3%

quota di mercato
nella DMO

15.050

punti vendita

29,7%

dei consumi
commercializzabili



OCCUPAZIONE

91%

contratti a tempo
indeterminato

221.000

occupati

17%

hanno meno
di 30 anni

58%

di donne

+124%

investimenti in formazione
per addetto (FTE) 2006-2017



I NUMERI DELLA DMO - 2017

135 miliardi €

di fatturato

61,1%

delle vendite al
dettaglio

3 miliardi €

di investimenti annui

60 milioni

persone che entrano nei
suoi punti vendita
ogni settimana

18 miliardi €

di valore aggiunto
generato

57.000

punti vendita

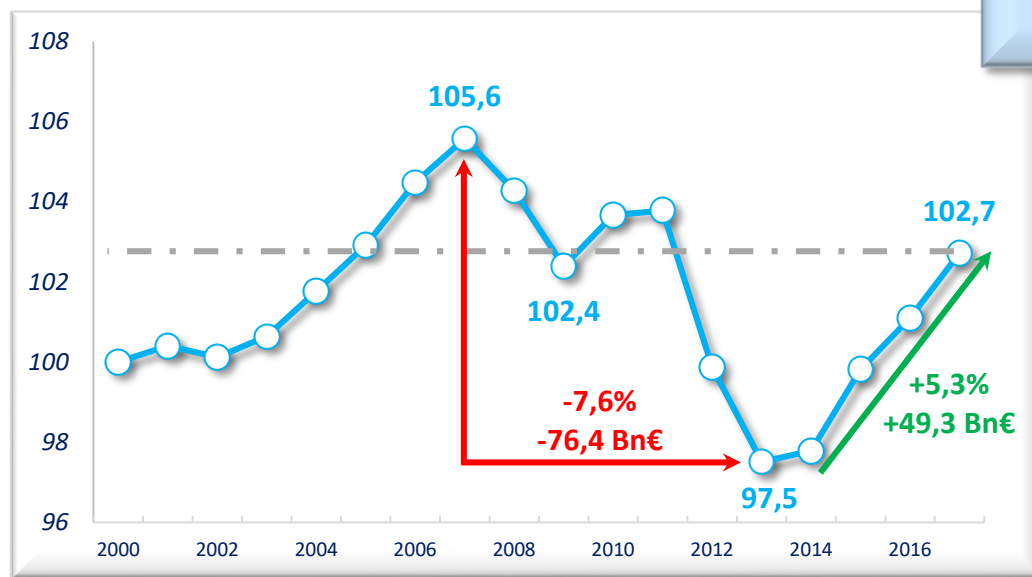
460.000

occupati

LA DINAMICA DEI CONSUMI

EVOLUZIONE IN TERMINI REALI DEI CONSUMI FINALI DELLE FAMIGLIE RESIDENTI

Numeri Indici - Base 2000=100¹



Trend consumi

reali 2018¹: +0,9%

Trend vendite al dettaglio

reali 2018¹: -0,6%

DIPENDENTI FD

Variazione % da 2006 (base 100)²



Fonte: 1 - Istat

2 - Indagine PricewaterhouseCoopers (PwC) «La gestione delle risorse umane nel Retail» – Giugno 2018

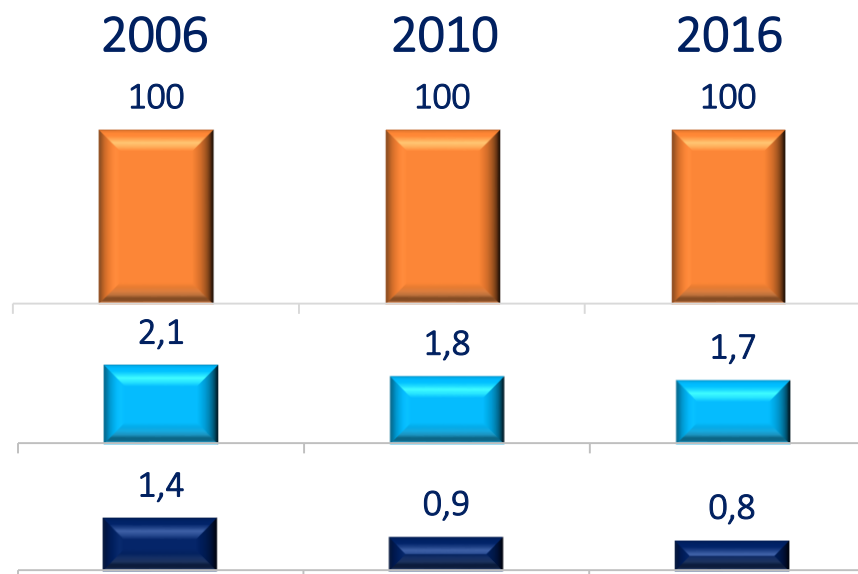
LA REDDITIVITA' NELLA DMO

AZIENDE
FOOD E NON FOOD
DELLA DMO ¹

VENDITE NETTE = 100

MARGINE OPERATIVO NETTO

RISULTATO NETTO

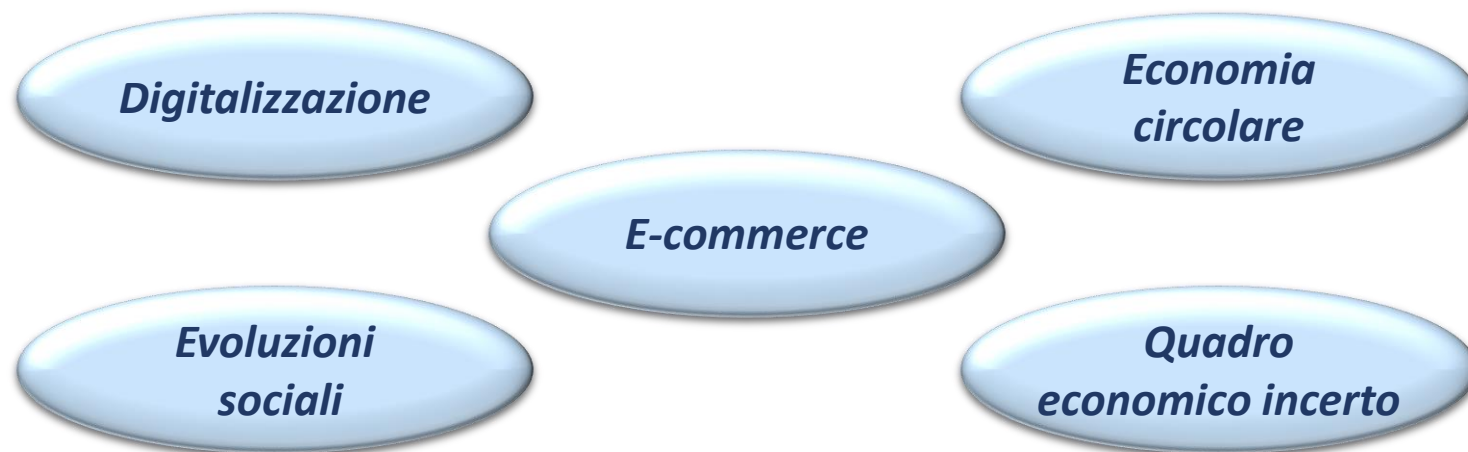


Fonte: 1 - Analisi bilanci della Distribuzione Moderna Organizzata – Trade Lab – Novembre 2017
2 - Indagine PricewaterhouseCoopers (PwC) «La gestione delle risorse umane nel Retail» – Giugno 2018

L'IMPATTO DELLA CRISI SULLA RETE COMMERCIALE

	2010	2017	Var. % 2017 vs. 2010	Var. assoluta pdv
Negozi	776.365	742.881	-4,3%	-33.484
DMO*	62.010	57.416	-7,4%	-4.594
Tradizionali	714.355	685.465	-4,0%	-28.890
Ambulanti	170.845	190.797	+11,7%	+19.952
TOTALE ESERCIZI COMMERCIALI	947.210	933.678	-1,4%	-13.532

La **DMO** e tutto il settore del **commercio**
stanno affrontando una **fase di grande cambiamento**
con fortissimi impatti
sugli **impianti organizzativi e gestionali**



➤ Un sostegno ai consumi

+1-2% *per i beni alimentari e non alimentari*¹

➤ Un maggior numero di giorni e ore lavorate

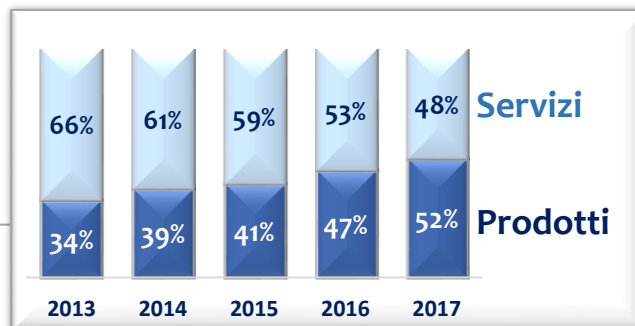
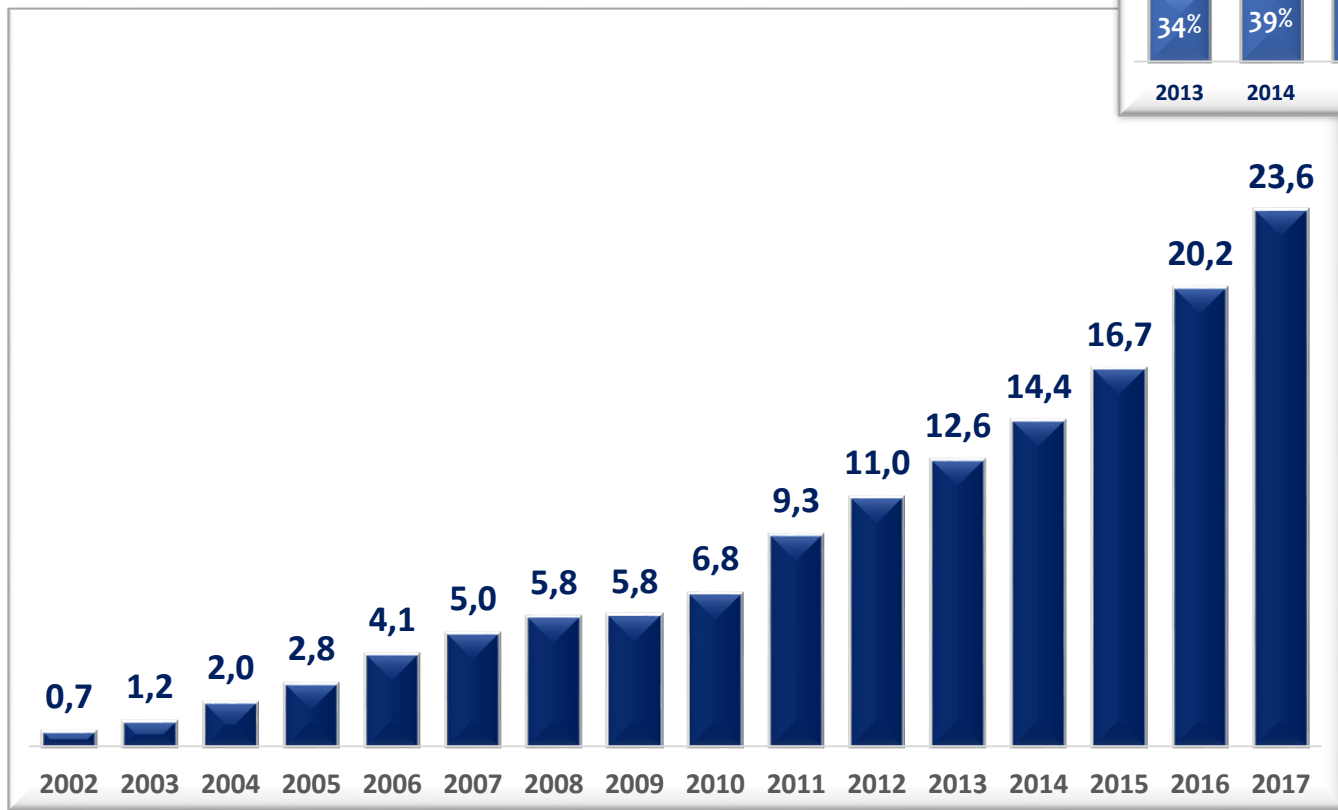
400 milioni *di maggiori stipendi*¹

➤ **19,5 milioni** *di famiglie* comprano la domenica

*Nella DMO sono 12 milioni i consumatori che comprano **ogni** domenica*²

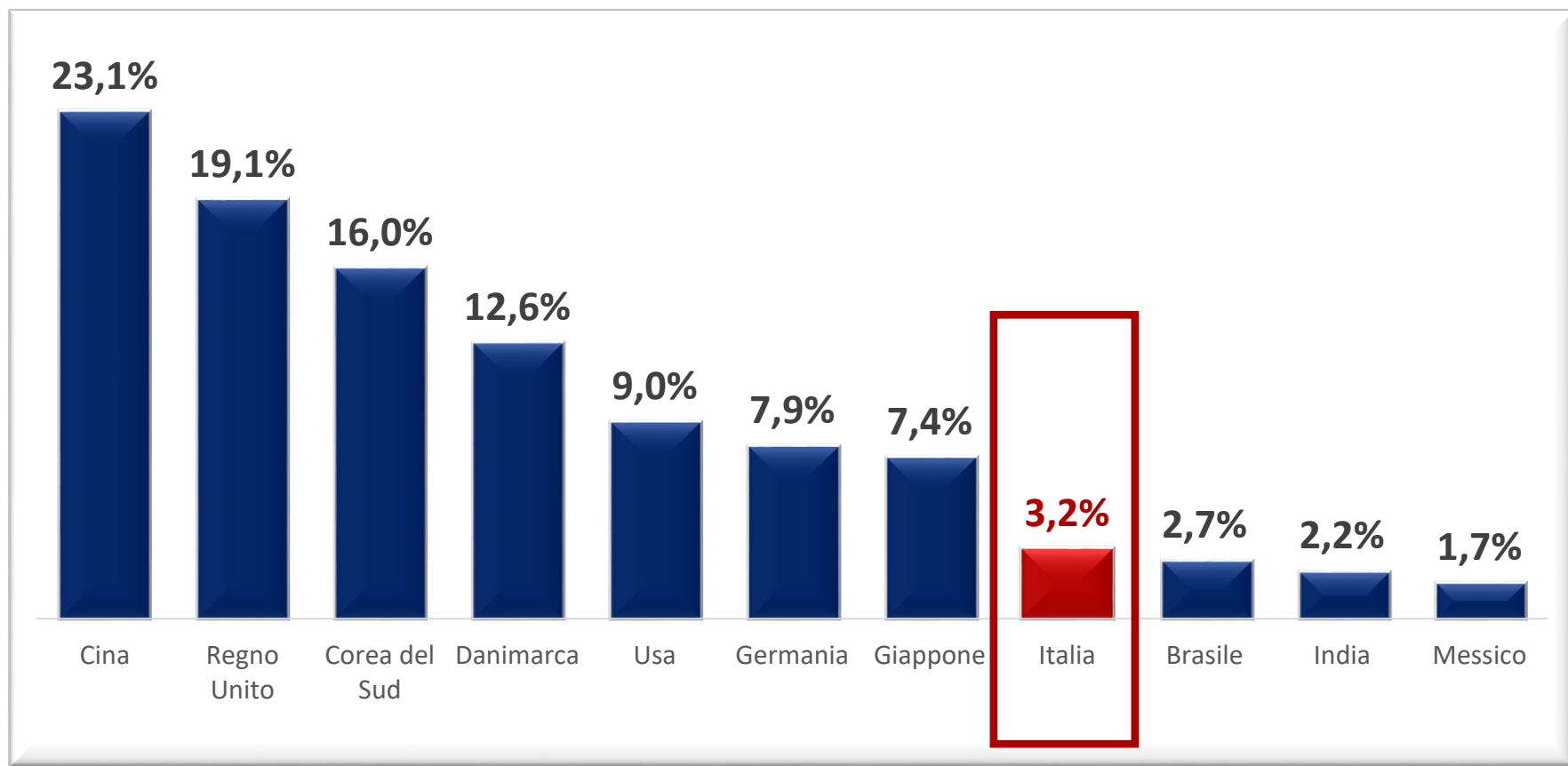
LA SFIDA DELL'E-COMMERCE

VALORE DEGLI ACQUISTI ONLINE DEI CONSUMATORI ITALIANI
DA SITI ITALIANI E STRANIERI (MLD€)



L'acquisto online
di **prodotti**
è triplicato
negli ultimi 5 anni

PERCENTUALE TASSI DI PENETRAZIONE ONLINE (2017)



L' OCCUPAZIONE DOMENICALE



OCCUPAZIONE DOMENICALE ¹

4,7 milioni di italiani
lavorano la domenica



1,3 mio
lavoratori
autonomi

+

3,4 mio
lavoratori
dipendenti

di cui

2,2 mio
in servizi
non essenziali



OCCUPAZIONE DOMENICALE in FEDERDISTRIBUZIONE

83%

contratti a tempo
indeterminato

13%

contratti a tempo
determinato

4%

somministrazione
e a chiamata

LE REGOLE DEL LAVORO DOMENICALE

- Il lavoro domenicale è regolamentato dal **Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL)**
- Il CCNL prevede una maggiorazione retributiva del **30%**
- Ulteriori maggiorazioni definite dai **contratti integrativi aziendali** (fino a 85%)
- **Tutti i lavoratori**, con qualsiasi contratto, **hanno diritto alle maggiorazioni retributive**
- Chi lavora la domenica ha diritto a **un giorno di riposo settimanale**

SITUAZIONE PRE «SALVA ITALIA»

	Comuni turistici d'arte, zone comunali	Altri comuni
Stima numero medio di aperture domenicali e festive	46	23
Popolazione residente	50%	50%

LOMBARDIA

Centri storici e comuni turistici

⇒ **57 aperture**

Altri comuni ⇒ **21 aperture**

LAZIO

**Possibilità per ogni comune di
derogare per tutto l'anno**

MARCHE

Centri storici, comuni montani e
turistici ⇒ **fino a 64 aperture**

Altri comuni ⇒ **fino a 28 aperture**

LIBERALIZZAZIONE DEGLI ORARI – LA SITUAZIONE EUROPEA

LIBERALIZZAZIONE PIENA degli orari per



15
Paesi europei

Belgio, Croazia, Estonia, Irlanda,
Lettonia, Lituania, Slovenia, Svezia,
Bulgaria, Malta, Portogallo,
Lussemburgo, Danimarca, Finlandia,
Ungheria

LIBERALIZZAZIONE AMPIA degli orari per

Polonia, Slovacchia,
Romania, Repubblica Ceca

4 Paesi europei
con un quadro simile a quello
italiano



In FRANCIA

Tutti i negozi di alimentari possono restare **aperti la domenica fino alle 13**. Per gli altri negozi esistono deroghe definite a livello locale per zone commerciali e turistiche

In INGHILTERRA

Apertura consentita la **domenica per 8 ore** per i negozi più grandi.
Per i più piccoli **non esistono restrizioni** in materia di orari



In GERMANIA

Prevalentemente chiusi. Eccezioni per alcune tipologie di negozi.
Deroghe possibili a livello territoriale



In SPAGNA

Prevalentemente chiusi. Deroghe possibili a livello territoriale

GLI IMPATTI DI UNA CHIUSURA DELLE DOMENICHE

*L'ipotesi di chiusura totale delle domeniche
prefigura un quadro peggiore rispetto alla situazione pre «Salva Italia»*

DIRETTI

INDOTTI

PERDITA FATTURATO DMO ¹

-4,6% del totale
-6 Miliardi €
(0,6% dei consumi del Paese)

Impatti sulla filiera:

- Agricoltura
- Servizi
- Industria
- Logistica

PERDITA OCCUPAZIONALE ¹

-32.200 addetti

Servizi «accessori»

*Sicurezza, vigilanza, trasporti, negozi
indipendenti dei CC, ristorazione,
direttrici di traffico verso i CC*

**Fino a ulteriori
-10.000 addetti**


- 42.000 addetti

Maggior rischio di crisi aziendali

MINORI INVESTIMENTI

3 Miliardi €
*Investimenti annui attuali
della DMO*

*Investimenti DMO
agiscono nel territorio*
⇒ PMI locali

I dati a livello DMO sono elaborati per proiezione di quelli di Federdistribuzione

Fonte: 1 - Indagine PwC presso aziende Federdistribuzione «Gli impatti di una nuova
regolamentazione delle aperture domenicali e festive - Integrazione all'indagine
annuale sulla Gestione delle Risorse Umane nel Retail» – Settembre 2018

GLI IMPATTI DI UNA CHIUSURA DELLE DOMENICHE

SOSTEGNO ALL'E-COMMERCE

Accelerazione del processo di espansione

CRESCITA NEGLI ULTIMI 5 ANNI

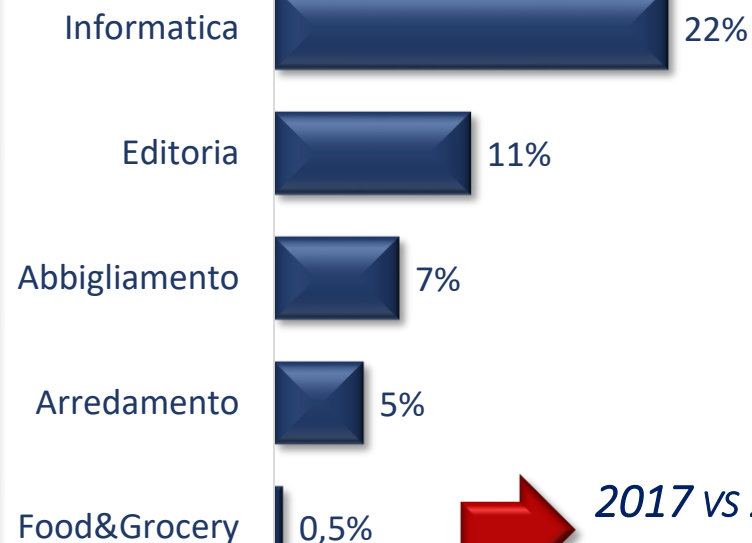
2017-2013

Vendite online **1,9 volte**

Prodotti 2,9 volte

Servizi **1,4 volte**

QUOTE VENDITE ON LINE SUL TOTALE



**2017 vs 2016
+43%**

GLI IMPATTI DI UNA CHIUSURA DELLE DOMENICHE

MINOR SERVIZIO AI CLIENTI

*Meno opportunità d'acquisto,
riallocazione del tempo libero,
perdita dei consumi non necessari*

*La domenica è il **secondo**
giorno della settimana
per fatturato*

*Il **75%** delle famiglie
compra la domenica*

*Sono i **giovani** quelli
che comprano maggiormente
la domenica*

*Per il **58%** delle famiglie
l'acquisto domenicale è
un'abitudine consolidata*

*L'acquisto domenicale
è fatto in tranquillità,
con la famiglia,
potendo vedere
più alternative*

Una **NORMA NAZIONALE** garantisce

- una sana e uniforme concorrenza
- pari opportunità per tutti i consumatori
- costi per le imprese sotto controllo
- trasparenza e non discrezionalità degli Enti Locali
- uniformità e stabilità normativa

Prima del “Salva Italia” ogni regione aveva una propria definizione di comune turistico e città d’arte e ogni comune aveva facoltà di definire gli orari di apertura/chiusura

Un centro commerciale in provincia di Cagliari sorge a cavallo tra i comuni di Quartu e Quartuccio. Per la diversa regolamentazione delle aperture domenicali è capitato che metà centro commerciale fosse aperto e metà chiuso.

QUALE FUTURO?

- Il **commercio** è un settore chiave dell'economia
- La **crisi** in corso lo colpisce in tutti i suoi comparti, grandi e piccoli che siano
- Inoltre, è in corso una **trasformazione epocale** dettata da mutazioni radicali dei comportamenti d'acquisto espressi dalla società, digitalizzazione dei processi, sviluppo dell'e-commerce, il tutto in una **permanente stagnazione** dei **consumi interni**
- I **piccoli non risolveranno i loro problemi ostacolando i grandi**, ma occorre innestare un processo di riconversione e ammodernamento che, con diverse soluzioni e problematiche, dovrà riguardare tutte le componenti del commercio, grande o piccolo che sia

Questa è la vera SFIDA

***guardando non a modelli del passato ma a scelte politiche
che sostengano la fiducia di consumatori e imprese nel futuro***