

*Presentazione realizzata per la Conferenza Stampa di presentazione dello Studio*

# Quali impatti dell'emergenza Covid-19 sul settore della Distribuzione in Italia

**Valerio De Molli**

*Managing Partner e CEO,*

**The European House – Ambrosetti**

Per il settimo anno consecutivo, The European House – Ambrosetti è nominata – nella categoria «*Best Private Think Tanks*» - 1° *Think Tank* in Italia, tra i primi 10 in Europa e nei primi 100 indipendenti su 8.248 a livello globale nell'edizione 2019 del «*Global Go To Think Tanks Report*» dell'Università della Pennsylvania

© 2020 The European House - Ambrosetti S.p.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI. Questo documento è stato ideato e realizzato da The European House - Ambrosetti S.p.A per il cliente destinatario, ed il suo utilizzo non può essere disgiunto dalla presentazione e/o dai commenti che l'hanno accompagnato. È vietato qualsiasi utilizzo di tutto o parte del documento in assenza di preventiva autorizzazione scritta di The European House - Ambrosetti S.p.A.

La presentazione rappresenta un estratto di uno studio strategico-scenariale molto più ampio realizzato da The European House – Ambrosetti per Federdistribuzione per misurare le **implicazioni attuali e prospettive della crisi Covid-19 sul settore della Distribuzione** (alimentare e non alimentare)

Lo studio si basa sia sul modello proprietario di The European House – Ambrosetti «***Toolkit per le Alte Direzioni aziendali per la gestione degli impatti dell'emergenza sanitaria e il rilancio del business***», sia sull'applicazione di **modelli econometrici e statistici** che partono dall'analisi dei principali *database* nazionali ed internazionali, integrati da una **survey** alle imprese della Distribuzione e da alcune **interviste** ai Vertici delle principali aziende del settore della Distribuzione alimentare e non alimentare in Italia

## The European House – Ambrosetti: i nostri numeri, i nostri successi

**300**  
EVENTI

Realizzati ogni anno

**2.000**  
ESPERTI

Nazionali e internazionali ingaggiati ogni anno

Oltre  
**10.000**  
MANAGER  
**1.000**  
CLIENTI

Manager accompagnati nei loro percorsi di crescita e clienti serviti nella consulenza ogni anno

**110**  
STUDI E  
SCENARI

Strategici da indirizzare a Istituzioni e aziende nazionali ed europee ogni anno

**1°**

SOCIETÀ DI  
CONSULENZA

Nelle operazioni M&A cross-border, con la partecipata K-Finance che ha vinto nel 2019 il premio Global Awards 2019 di Corporate INTL come "Cross Border Private Equity Transactions Advisory Firm of the Year in Italy"

**1°**

THINK  
TANK

Privato italiano, tra i primi 10 in Europa e nei primi 100 più rispettati e indipendenti su 8.248 a livello globale attraverso una survey indirizzata a 70.000 leader di imprese, istituzioni e media, in oltre 100 Paesi nel mondo

Da più di **50**  
ANNI

Al fianco degli imprenditori per la loro crescita

**45**  
ANNI

del Forum di Cernobbio: rappresentati in sala nel 2019 un fatturato aggregato di 1,3 trilioni di Euro (76,1% del PIL italiano) ed Asset gestiti pari a circa 47,6 trilioni di Euro; 9 governi rappresentati

**260**  
PERSONE  
Di cui **53%**  
DONNE

Accomunate dalla stessa passione e voglia di fare

**120**  
FAMIGLIE

Imprenditoriali assistite nell'ultimo anno, tramite consulenza nei Patti di Famiglia e Sistemi di Governance

**16**  
PAESI

Con presenza diretta o partnership

**7**

THINK TANK  
INTERNAZIONALI

Riconosciuti come una best-practice internazionale da parte dell'ASEAN Community

(\*) Nell'ultima edizione del Global Go To Think Tanks Report della University of Pennsylvania



## 1° MESSAGGIO CHIAVE

L'emergenza Covid-19 rappresenta uno ***shock senza precedenti*** per l'economia italiana (e globale):  
è il primo ***shock combinato di domanda e di offerta***

Se l'Italia vuole tornare a crescere deve, tra le altre cose,  
preoccuparsi di **sostenere i consumi**,  
che rappresentano il **60%** del PIL, a partire dai consumi di  
**beni alimentari e non alimentari** che pesano per il **22%** del PIL

## Le due facce della crisi: il lato della **domanda** e il lato dell'**offerta**

### Crisi di **offerta**

- Interruzioni delle attività produttive in più settori e in diversi Paesi del mondo
- Rallentamenti delle *supply chain*

### Crisi di **domanda**

- Riduzione del reddito disponibile
- Drastica riduzione della domanda soprattutto in alcuni settori (ristorazione, turismo, *leisure*, ...)
- Rallentamento e/o rinvio degli investimenti privati



Si tratta della prima crisi dal 1979 (crisi petrolifera) che coinvolge sia domanda che offerta. Questo contribuisce all'aumento dell'**incertezza** e alla **difficile prevedibilità** di alcuni fenomeni economici (investimenti, inflazione, indebitamento dei Governi, ecc.)

## L'Italia è arrivata nella crisi in **condizioni non ottimali** già a fine 2019



**PIL**

- IV Trimestre 2019: **-0,3%** (vs. +0,1% Eurozona)
- 2019: **+0,3%** (vs. +1,3% Eurozona), Paese più lento in Europa



**Disuguaglianze**

- Coefficiente di GINI pari a **35,9\*** nel 2017 (massimo dal 1998 e valore più elevato tra i big-5 EU)



**Produzione industriale**

- **-4,3%** a dicembre 2019 su dicembre 2018 e **-0,8%** a novembre 2019 su novembre 2018



**Mercato del lavoro**

IV trimestre 2019:

- Tasso di disoccupazione al **9,7%** (2,4 p.p. superiore all'Eurozona)
- **-75.000 occupati**
- **Oltre 3 milioni di dipendenti a termine** (massimo storico)



**Export**

- **€475,8 mld** nel 2019 (+2,3% vs. 2018)
- Quota sulle esportazioni mondiali in calo: **2,8%** nel 2019 (rispetto al 2,9% toccato nel 2015)



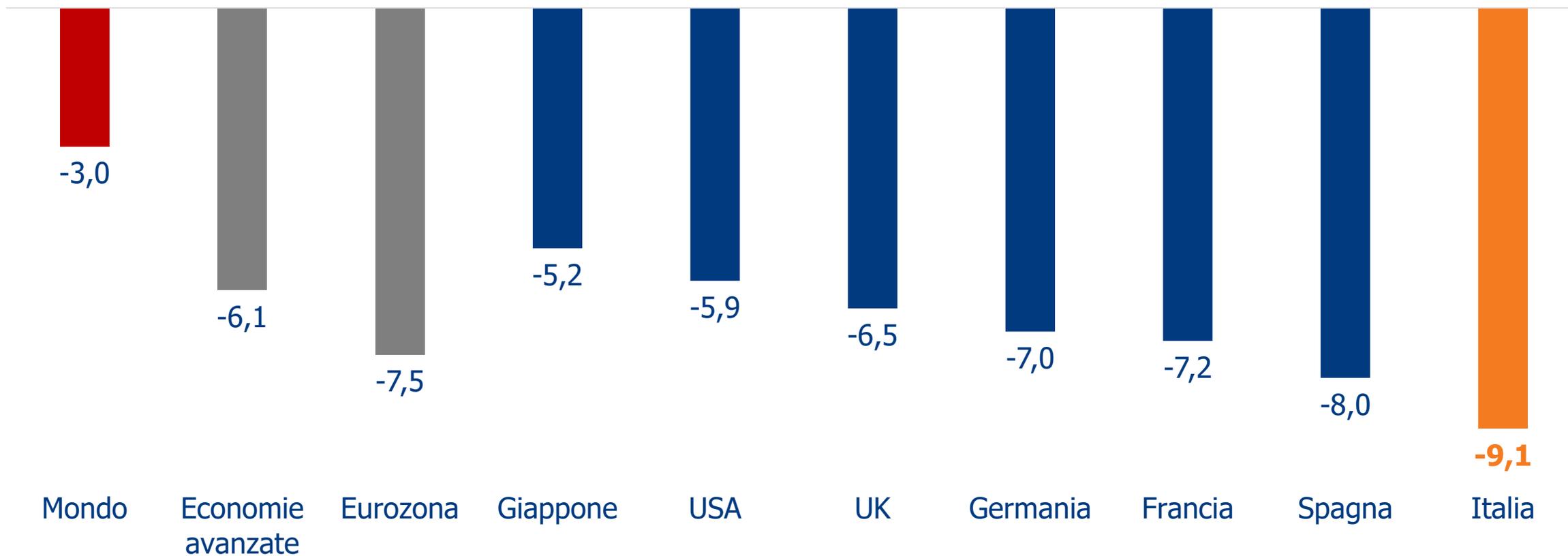
**Consumi**

- **-0,07%** annuo tra il 2008 e il 2019. A fine 2019 i consumi alimentari e non alimentari, seppure in leggera crescita negli ultimi anni, erano **agli stessi livelli di 10 anni fa**

(\*) Da 0 minimo a 100 massimo livello di disuguaglianza

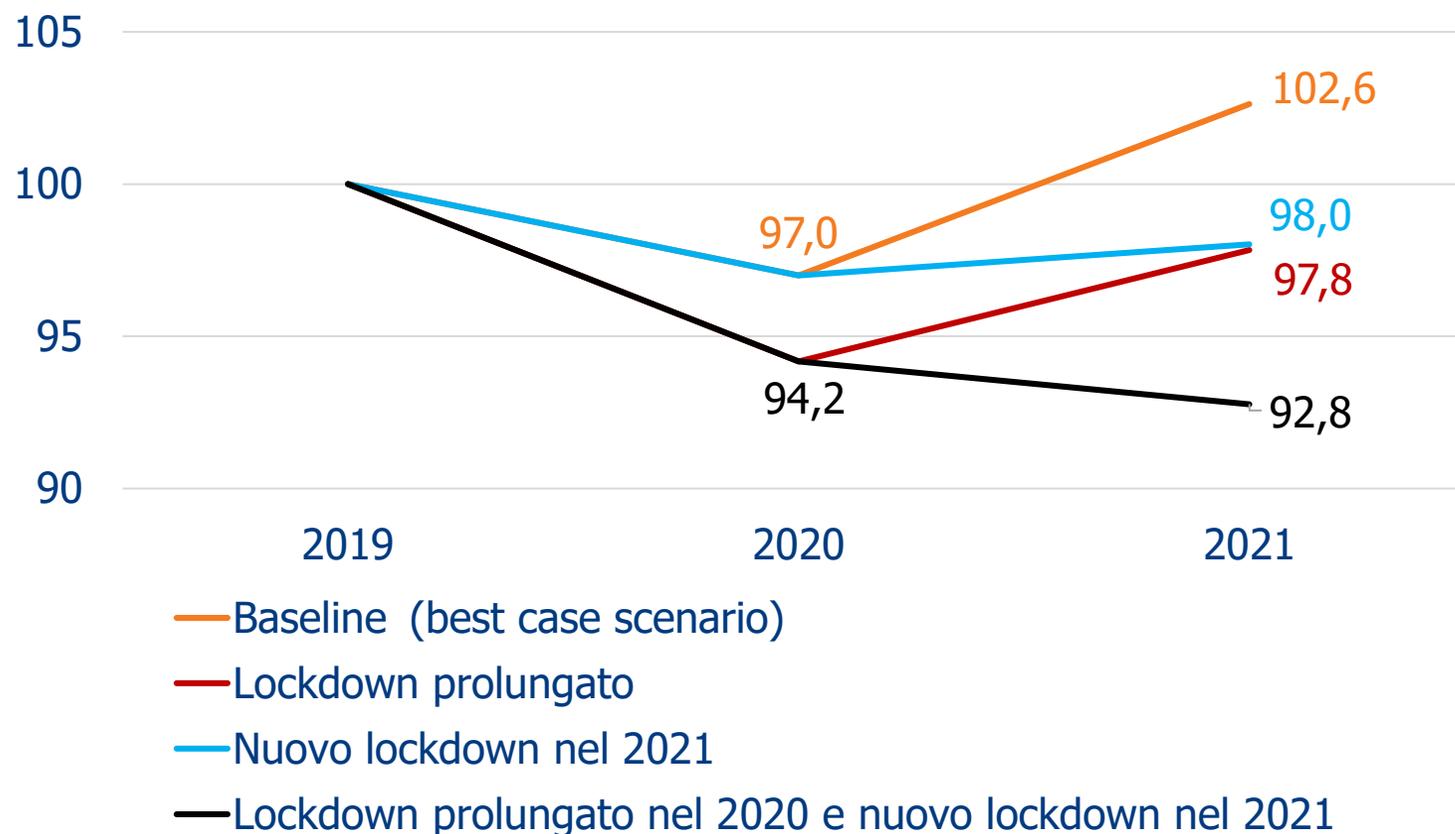
Il nuovo Global Outlook del Fondo Monetario Internazionale prevede la peggior contrazione dal Dopoguerra del PIL mondiale: **-3%** ...

**Proiezione della contrazione del PIL 2020 rilasciata dal Fondo Monetario Internazionale (%)**



## ... nello scenario migliore

### Proiezioni della contrazione del PIL mondiale nei diversi scenari (numero indice, 2019 = 100)



"*Baseline*", in cui l'emergenza sanitaria rientra a partire dal terzo trimestre 2020

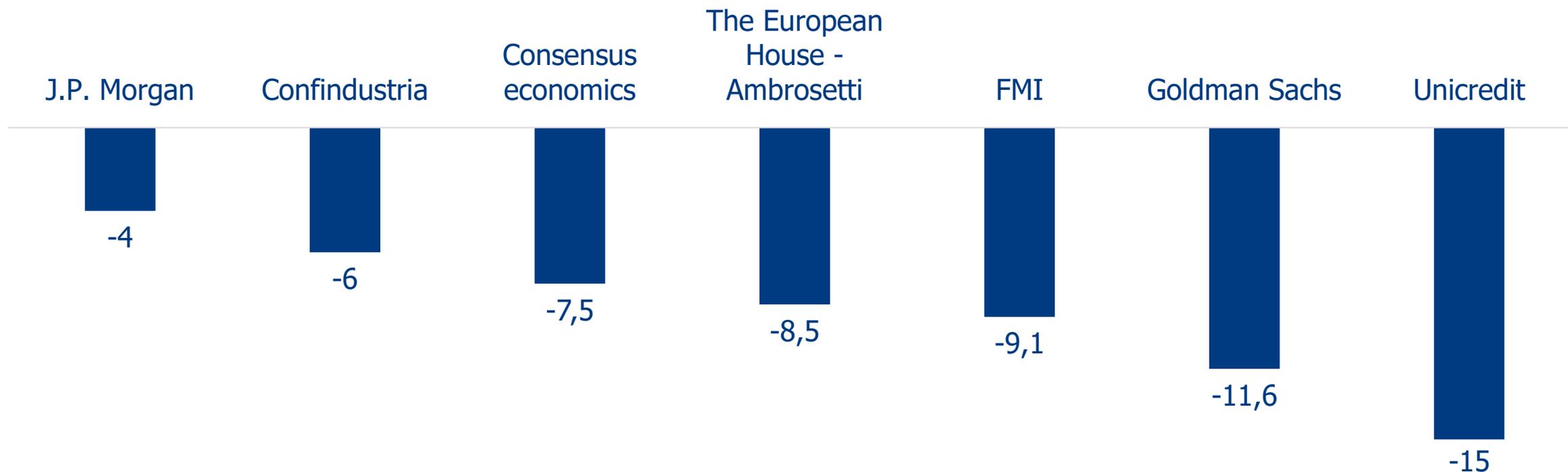
"*Lockdown prolungato*", che considera una durata del *lockdown* del 50% superiore a quella prevista nello scenario baseline

"Nuovo *lockdown* nel 2021", che considera una seconda ondata di contagi nel 2021, più lieve (gli impatti negativi nel 2021 saranno il 67% rispetto a quelli nel 2020)

"*Lockdown prolungato e nuovo lockdown nel 2021*", che considera entrambe le ipotesi dei due scenari precedenti

La stima si inserisce in un quadro previsionale che, pur essendo ancora molto volatile, prospetta una contrazione del PIL **peggiore rispetto a quella del 2009**

### Proiezioni della contrazione del PIL italiano 2020 secondo diversi Istituti



- J.P. Morgan: Global Data Watch, Economic Research, 27/3
- Confindustria: Le previsioni per l'Italia, 31/3
- Consensus economics: Consensus forecasts, 9/4

- The European House – Ambrosetti 30/3, aggiornamento 4/05
- FMI: World Economic Outlook, 6/4
- Goldman Sachs: European daily: a deep downturn, 24/3
- Unicredit: Webinar The European House – Ambrosetti, 20/4

## Le previsioni economiche dipendono da una pluralità di fattori che potranno cambiare, portando ad una revisione delle stime...



- Il modello parte dai dati Istat relativi al primo trimestre 2020, che indicano una variazione congiunturale pari a -4,7%
- Durata del *lockdown* per l'Italia e per i nostri *partner* commerciali (soprattutto Francia, Germania e USA, che rappresentano il 33% del nostro *export*)
  - Nel modello abbiamo assunto due mesi di attività semi-paralizzata (marzo e aprile) e una ripresa molto graduale a maggio, giugno e luglio per un ritorno alla «normalità» a partire da agosto. Per gli altri *partner* commerciali ipotizziamo un andamento uguale ma traslato di due settimane



- Velocità della ripresa



- Nel modello abbiamo assunto che a partire dalla seconda metà del terzo trimestre i consumatori abbiano ripreso il *pattern* abituale di spesa
- Il modello è basato sull'idea di una ripresa «a U» con una crescita graduale e lenta per tutto il 2021
- Clima di fiducia delle imprese



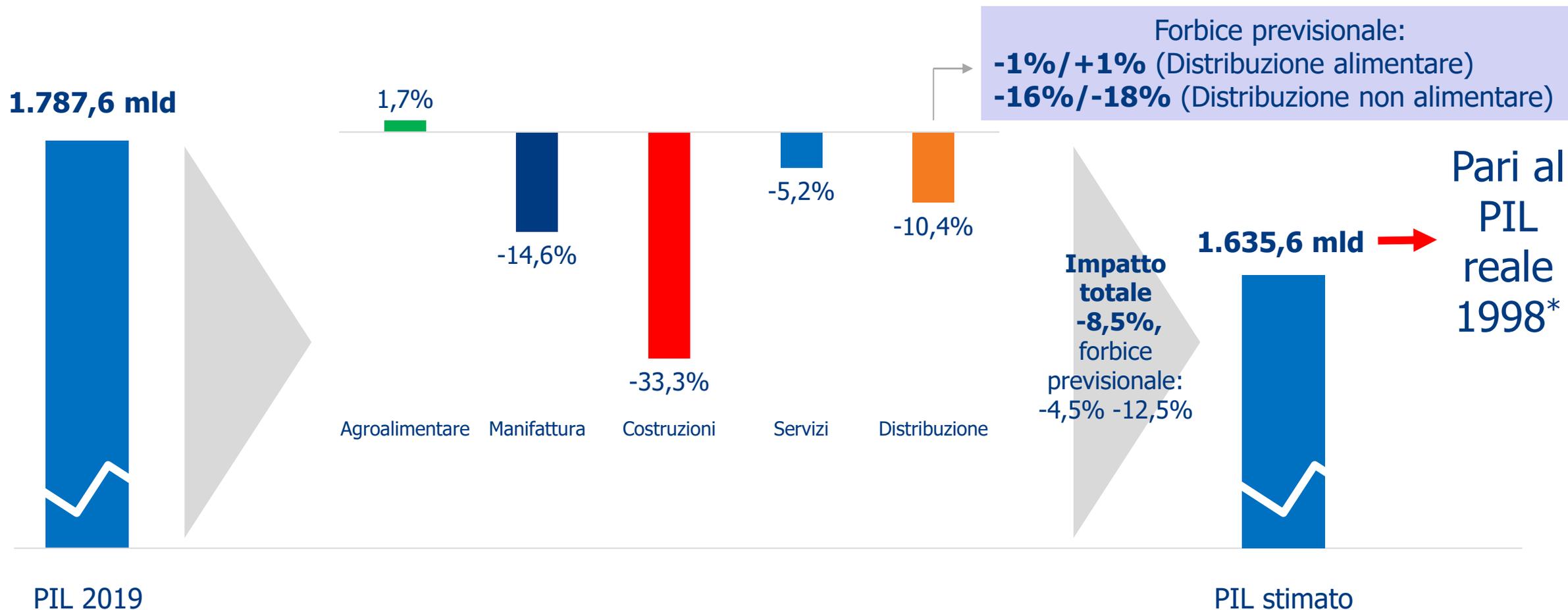
- Il modello considera una riduzione degli investimenti, per un orizzonte temporale superiore all'anno: la ripresa degli investimenti è prevista nel 2021
- Si stima che il 17% delle imprese sia a rischio di liquidità e *default*
- Stimiamo inoltre che il settore dei servizi venga meno impattato rispetto alla manifattura



- *Credit crunch*
  - Il modello non considera un blocco del finanziamento alle imprese (anche grazie alle politiche monetarie adottate dalla BCE) e non considera quindi un *credit crunch*

Non stiamo considerando: (i) Natura e durata di seconde o terze ondate di contagio; (ii) Tipologia di intervento pubblico e introduzione di ulteriori strumenti di politica monetaria; (iii) Velocità ed efficacia di soluzioni medico-scientifiche di cura e prevenzione

... ad oggi prevediamo per il 2020 una contrazione pari a **-8,5%** del PIL, a meno che non vengano implementate radicali azioni di politica economica



(\*) Calcolato a prezzi 2019

## Se il Paese vuole tornare a crescere non può dimenticarsi della **rilevanza dei consumi**

### La definizione di Prodotto Interno Lordo

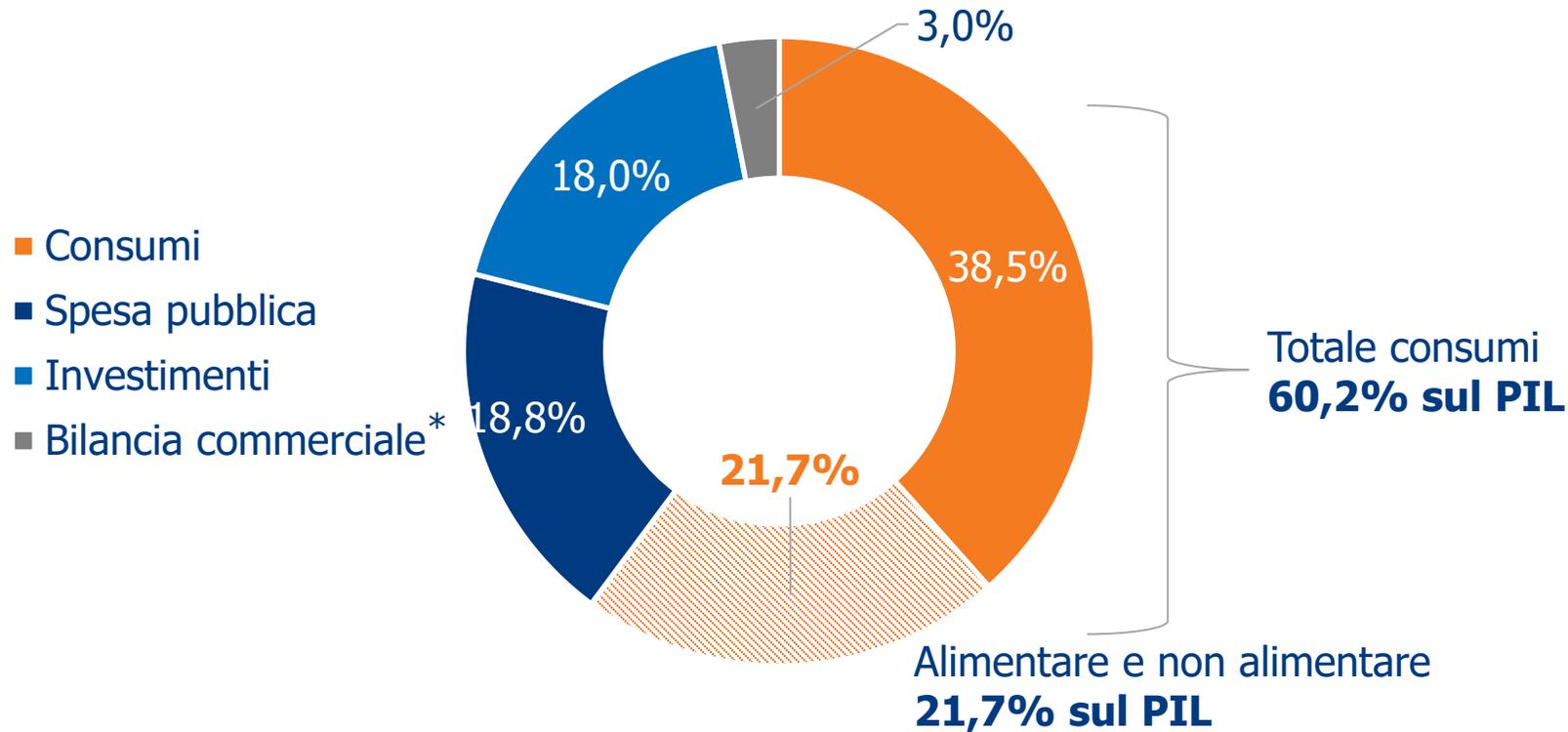
$$\triangle \text{ PIL} = \triangle \text{ CONSUMI} + \triangle \text{ SPESA PUBBLICA} + \triangle \text{ INVESTIMENTI} + \triangle \text{ BILANCIA COMMERCIALE*}$$

In Italia la **spesa pubblica** e gli **investimenti** sono **fermi da anni** e questi ultimi subiranno un ulteriore rallentamento a causa dell'emergenza Covid-19, mentre la **bilancia commerciale** era in crescita nel pre-Covid (incide però il **3%** del PIL) ma subirà un arresto a seguito della crisi attuale

**Senza far ripartire i consumi, alimentari e non alimentari, è molto difficile che il Paese torni a crescere!**

## I consumi compongono **circa il 60%** del Prodotto Interno Lordo italiano

**Composizione del PIL in Italia**  
(valori %), 2019



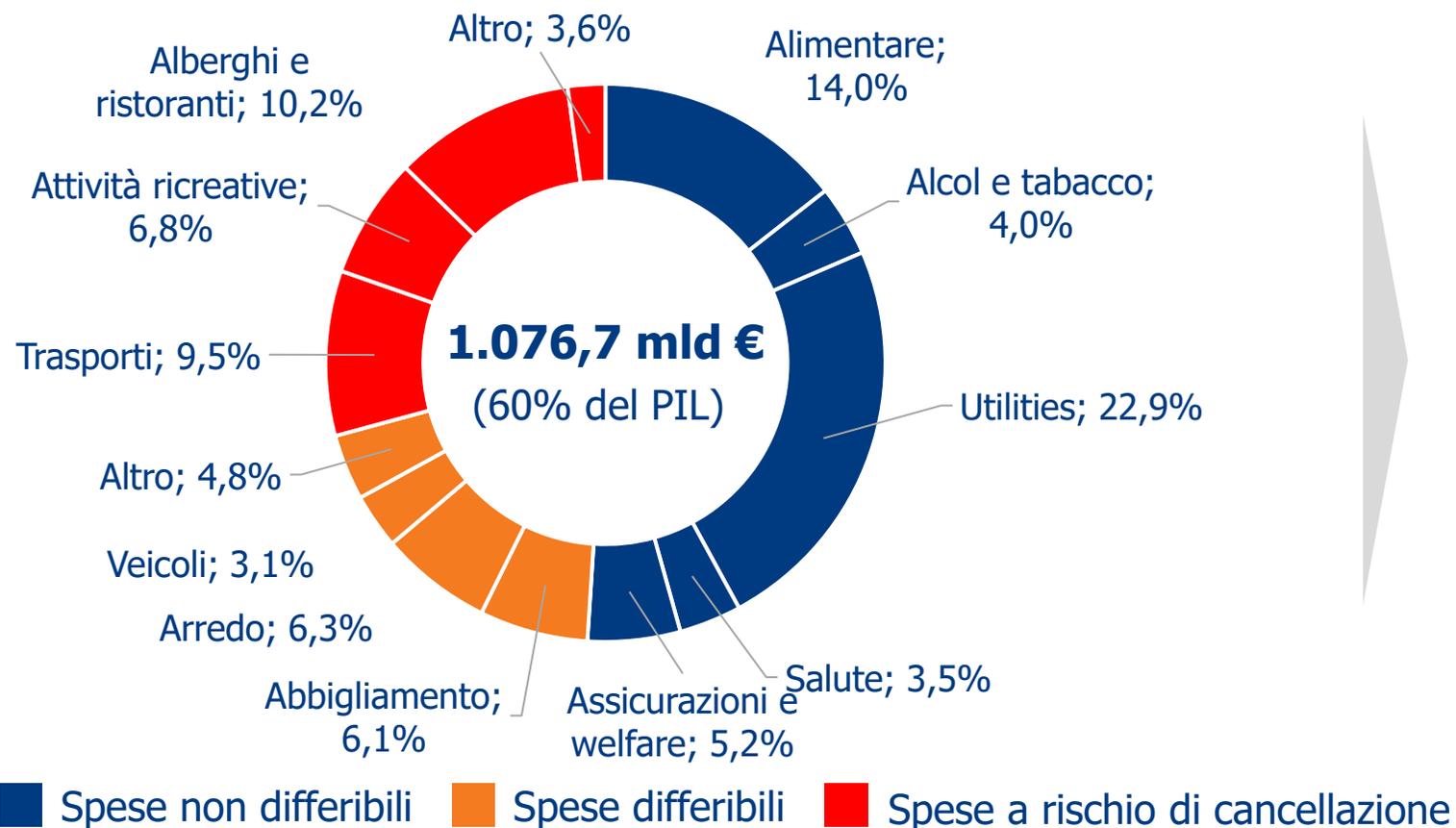
I consumi in beni alimentari e non alimentari\*\* spiegano il **21,7%** del PIL e il **36,4%** dei consumi totali, per un valore di **€391,9 miliardi** nel 2019

(\*\*) Non sono inclusi i consumi in servizi (sanitari, assistenziali, telecomunicazioni, utilities, ecc.).

(\*) Differenza tra esportazioni di beni e servizi ed importazioni di beni e servizi

## I sostegni alle imprese possono contribuire a sostenere l'offerta ma non influenzano la domanda, già in **contrazione**

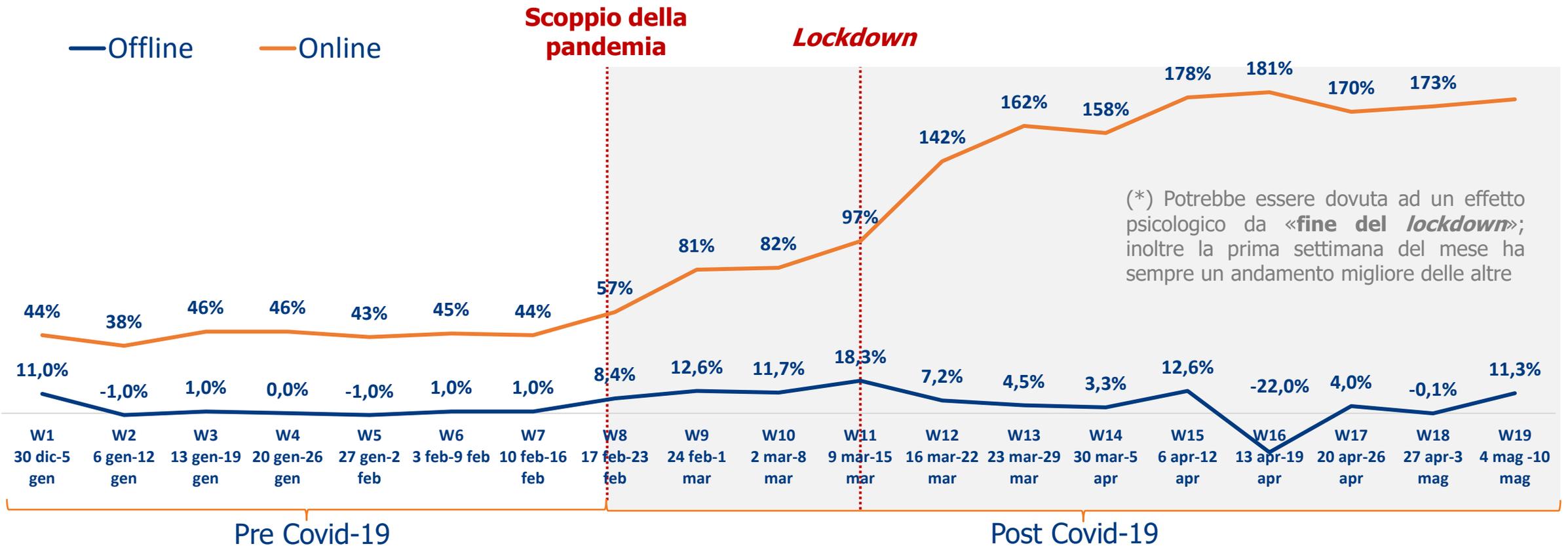
**Distribuzione della spesa dei cittadini in Italia su base annua rispetto a 1.076 miliardi, 60% del PIL (% sul totale), 2019**



Il **47,6%** della spesa privata – che rappresenta il 60% del PIL nazionale – è **attualmente posticipata o cancellata**

Durante i mesi di *lockdown* si è rafforzato l'*e-commerce*, mentre il canale *offline* è cresciuto a marzo e nella prima metà di aprile, a fronte di un rallentamento dopo Pasqua e di una nuova ripresa dopo il 4 maggio\*

**Vendite *offline* e *online* di beni alimentari** (variazioni % a valore vs. anno precedente)



## 2° MESSAGGIO CHIAVE

Distribuzione alimentare e non alimentare sono un **settore economico strategico** per il futuro del Paese, con **542 miliardi di Euro** di fatturato generato, **oltre 2,3 milioni** di occupati e **9,8 miliardi di Euro** di investimenti attivati nel 2019 e hanno rappresentato un **motore di crescita e modernizzazione** importante negli ultimi anni

## Il perimetro dell'analisi riguarda **tutta la Distribuzione alimentare e non alimentare** in Italia

- Il settore della Distribuzione non è rappresentato in modo univoco da un'unica categoria di attività economica dell'Istat. Sono state identificate **tutte le categorie Istat (codici ATECO) relative alla Distribuzione alimentare e non alimentare** in Italia
- È stato considerato il massimo livello di dettaglio possibile (codici ATECO a quattro cifre), per consentire di avere una vista granulare sulle diverse attività che compongono la Distribuzione. Nell'analisi di impatto è stata isolata, quando possibile, anche la **Distribuzione Moderna**
  - **Distribuzione alimentare**
    - Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande
    - Commercio al dettaglio di prodotti alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati
    - Commercio al dettaglio ambulante
    - Commercio all'ingrosso di prodotti alimentari, bevande e prodotti del tabacco
  - **Distribuzione non alimentare**
    - Abbigliamento
    - Prodotti ad uso domestico
    - Articoli culturali e ricreativi
    - Elettronica (in esercizi specializzati e non specializzati)
    - Medicinali e articoli medicali e ortopedici
    - Cosmesi, profumeria, erboristeria
    - Fiori, piante, semi, fertilizzanti
    - Animali domestici e alimenti per animali domestici
    - Gioielleria
    - Calzature e articoli in pelle
    - Accessori auto
    - Vari prodotti non alimentari (es. empori)
    - Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banchi e mercati (es. tramite *internet*, televisione, radio, distributori automatici)
    - Commercio al dettaglio
    - Commercio all'ingrosso di beni di consumo finale

Distribuzione *food* e non *food* sono un **settore chiave per il Paese** e hanno registrato *performance* di crescita positive negli ultimi anni (2019 vs. 2015)



**€542 miliardi** fatturato  
(12% del totale dell'industria e servizi in Italia)  
**+5,59% vs 2015** di cui:  
Alimentare: €240,0 mld (+2,84% vs 2015)  
Non alimentare: €301,9 mld (+7,89% vs 2015)



**€86,3 miliardi** Valore Aggiunto  
(6% del Valore Aggiunto totale in Italia)  
**+13,68% vs 2015** di cui:  
Alimentare: €33,4 mld (+13,38% vs 2015)  
Non alimentare: €52,9 mld (+13,86% vs 2015)



**662.983** imprese  
(15,1% del totale delle imprese in Italia)  
**-2,23% vs 2015** di cui:  
Alimentare: 203.356 (-3,65% vs 2015)  
Non alimentare: 459.627 (-1,58% vs 2015)



**2.328.127** occupati  
(10% del totale degli occupati in Italia)  
**+4,72% vs 2015** di cui:  
Alimentare: 912.712 (+3,71% vs 2015)  
Non alimentare: 1.415.415 (+5,39% vs 2015)



**€817.837** fatturato medio per azienda  
**+8,00% vs 2015** di cui:  
Alimentare: €1.180.386 (+6,74% vs 2015)  
Non alimentare: €656.999 (+9,62% vs 2015)

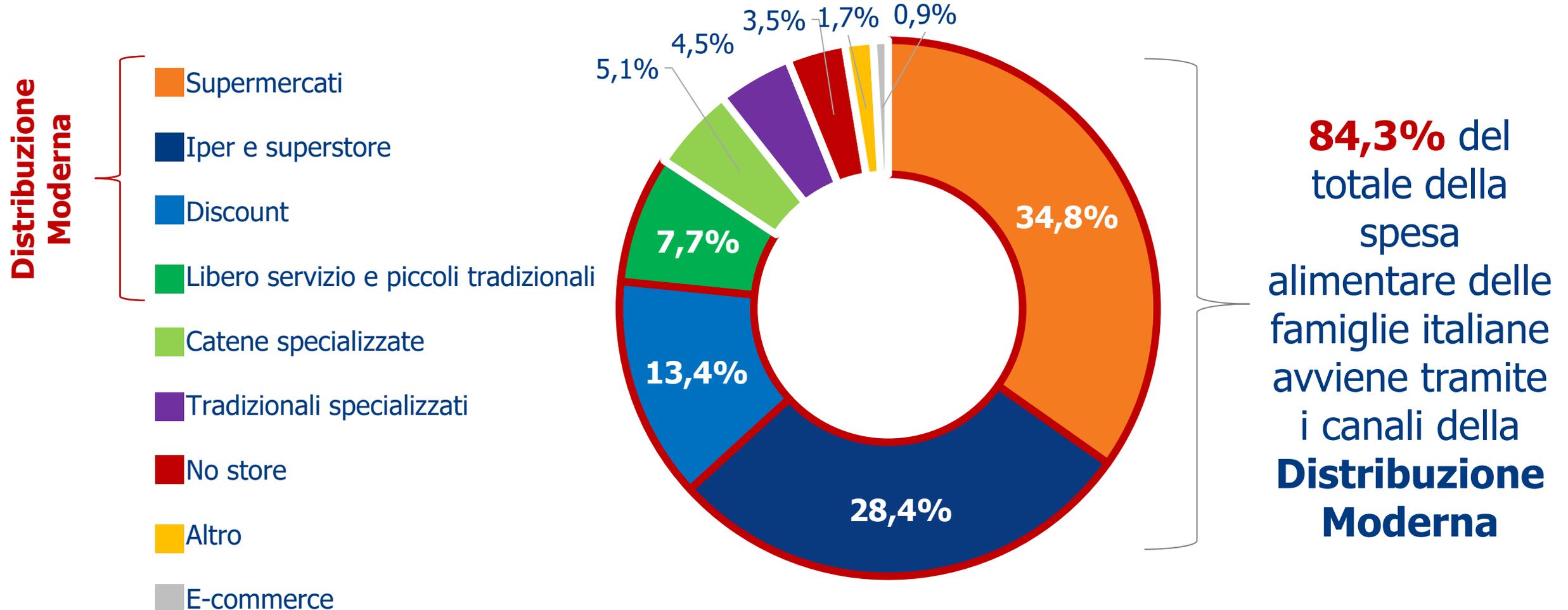


**€9,8 miliardi** investimenti  
(10% degli investimenti totali in Italia)  
**+44,28% vs 2015** di cui:  
Alimentare: €3,6 mld (+7,42% vs 2015)  
Non alimentare: €6,2 mld (+81,71% vs 2015)

Il settore della Distribuzione alimentare e non alimentare è il **1° settore economico** per **fatturato, Valore Aggiunto, numero di imprese, occupati e investimenti** su **99 settori** (codici ATECO a due cifre) mappati

## La Distribuzione Moderna è il **canale di acquisto primario per la spesa alimentare** dei consumatori italiani

**Spesa alimentare delle famiglie italiane per canale (valori percentuali), 2019**



## Un punto di attenzione: la Distribuzione Moderna è il 4° settore economico su 245 per crescita occupazionale in Italia...

### Incremento degli occupati nella Distribuzione Moderna e in altri settori economici in Italia (valori assoluti), 2018 vs. 2013



N.B. Per garantire la comparabilità tra i diversi settori, sono state escluse dalla presente classifica le agenzie interinali.

## ... e il 3° settore per contributo all'occupazione nel Mezzogiorno

### Primi 15 comparti economici per contributo all'occupazione del Mezzogiorno (% sul totale degli occupati del Mezzogiorno), 2017



N.B. É esclusa la Pubblica Amministrazione; la quota di occupati della Distribuzione è stata calcolata a partire dal totale nazionale, riparametrato rispetto al peso del comparto Ipermercati, Supermercati e Minimercati nel Sud Italia fornito dall'Osservatorio Nazionale del Commercio del Ministero dello Sviluppo Economico.

### 3° MESSAGGIO CHIAVE

A fine 2020 i **ricavi** totali del settore della Distribuzione diminuiranno tra il **20,5%\*** e il **28,2%\*\***

Particolarmente negativo sarà l'andamento dei ricavi delle imprese della **Distribuzione non alimentare (-36,7%/-49,4%)**, mentre quelli delle imprese della **Distribuzione alimentare** subiranno un impatto più limitato (**+0,7%/-3,1%**), grazie all'aumento dei ricavi nei primi due mesi di *lockdown* (marzo e aprile 2020)

(\*) Scenario senza ondata epidemica di ritorno e con un impatto moderato sul reddito delle famiglie (impatto medio dell'**8%**). Si assume, sulla base delle proiezioni del modello di impatti sanitari ed economici messo a punto da The European House – Ambrosetti, il rientro della pandemia a metà giugno e la diffusione di un vaccino nel corso del 2021.

(\*\*) Scenario senza ondata epidemica di ritorno, con uno *shock* intenso sui redditi delle famiglie (impatto medio del **50%**).

# Per analizzare l'impatto dell'emergenza Covid-19 sulla Distribuzione è stato ricostruito un *database* con i bilanci di oltre 250.000 imprese del settore...

- **Unico database** in Italia con dati economici pluriennali del settore della Distribuzione (alimentare e non alimentare)
- Orizzonte temporale di **5 anni** (dal 2015 al 2019\*)
- **>250.000 bilanci** di imprese del settore per ogni anno analizzato ed analisi di **7 Key Performance Indicator** (KPI), per un totale di **~8,8 milioni di osservazioni**
- Campione rappresentativo di **~70%** del fatturato totale della Distribuzione alimentare e non alimentare italiana\*\*

Ragione sociale	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
1. ESSENBICA SPA	7.228.565	7.524.241	7.587.233	7.083.784	6.827.637	23.551	23.834	22.741	24.338	24.192
2. COOP ALLEANZA S.R.L. SOCIETA' COOPERATIVA	4.155.523	4.523.215	4.687.579	n.d.	n.d.	21.634	22.423	22.488	n.d.	n.d.
3. GS SPA	3.644.615	3.753.312	3.726.126	3.735.468	3.488.583	7.373	7.783	7.715	8.338	7.762
4. A.I.A. - AGRICOLA ITALIANA INTELLIGENTE S.R.L.	3.384.624	3.483.385	3.518.421	2.457.233	2.438.724	635	788	638	488	584
5. CENTRALE ADRIATICA SOCIETA' COOPERATIVA	3.028.336	3.116.518	2.846.236	2.728.438	2.681.458	453	454	478	714	728
6. LOGISTA ITALIA S.P.A.	2.624.864	2.544.883	2.585.862	2.476.383	2.435.142	328	233	275	263	268
7. PAC 2888 & SOCIETA' COOPERATIVA	2.158.383	2.674.637	2.519.822	2.332.143	2.271.562	1.333	1.348	1.332	1.351	1.383
8. GRUPPO PAN S.P.A.	2.335.888	2.347.671	2.354.678	2.488.811	2.375.527	3.755	3.574	3.583	3.585	3.533
9. HD S.P.A.	2.232.765	2.874.525	1.836.432	1.321	7.841	4.838	3.338	3.513	15	12
10. COOP ADRIATICA SOCIETA' COOPERATIVA RESPONSABILITA' LIMITATA	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2.123.561	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	3.725
11. SPESA INTELLIGENTE S.P.A.	2.885.251	1.332.287	1.826.885	1.784.328	1.537.558	5.448	3.412	2.785	2.385	2.195
12. MAXI DI S.R.L.	2.856.198	1.386.781	1.838.283	1.874.878	1.883.254	5.832	5.434	5.474	5.362	5.164
13. SNA S.P.A.	1.334.285	2.833.831	1.327.755	1.331.347	2.819.284	6.438	6.431	6.535	6.666	6.865
14. ASPING SERVICE S.R.L.	1.354.816	1.881.571	1.737.888	1.737.365	1.686.323	7.788	7.533	7.241	6.881	6.543
15. MARCHERITA DISTRIBUZIONE S.P.A.	1.357.418	1.338.636	2.886.252	2.887.317	2.478.563	3.586	3.571	7.658	8.418	8.446
16. IPER HONEYDELLI S.P.A.	1.726.846	1.738.283	1.721.248	1.622.425	1.654.283	7.164	7.288	6.328	6.811	6.151
17. S.I.C. SOCIETA' SVILUPPO COMMERCIALE S.R.L. IN SIGLA S.S.C. S. R.L.	1.656.286	1.831.856	1.832.484	1.336.741	1.335.232	7.374	6.283	6.356	6.554	6.588
18. PAN PARADISA S.P.A.	1.622.333	1.645.537	n.d.	n.d.	n.d.	7.183	7.213	7.232	7.238	7.348
19. GESCO SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA IN BUC E GESCO S.C.B.	1.533.833	1.571.587	n.d.	n.d.	n.d.	578	535	532	534	581
20. PERNEY S.P.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
21. FERRELLI S.P.A.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
22. NOVA COOP SOCIETA' COOPERATIVA	1.415.373	1.443.812	n.d.	n.d.	n.d.	4.316	4.335	n.d.	n.d.	n.d.
23. ERROSPIN LAZIO SPA	1.284.881	1.228.512	1.886.085	1.826.171	163.755	2.333	2.878	1.831	1.638	1.542
24. PRATTITAL S.R.L.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
25. COOP LOMBARDA SOCIETA' COOPERATIVA	1.168.881	1.151.978	1.423.338	1.167.581	1.154.542	4.238	4.358	5.334	5.387	4.435
26. DINAR S.P.A.	1.812.782	374.547	345.488	328.384	823.438	3.786	3.537	3.384	3.381	2.874
27. RITA AZIENDA S.P.A.	1.882.528	332.117	1.881.288	1.823.283	1.818.123	2.187	1.184	2.188	2.188	1.413
28. GRANDI MAGAZZINI E SUPERMERCATI IL GIGANTE S.P.A.	n.d.	335.147	1.882.288	1.823.283	1.818.123	n.d.	5.184	5.283	5.338	5.413
29. MRES MAXI S.P.A.	347.353	328.555	877.126	888.333	788.214	2.686	2.518	2.438	2.483	2.335
30. BORDICORAD - SOCIETA' COOPERATIVA ABBEVEVABILE IN BORDICORAD SOC. COOP. S.R.L. S.P.A. COL SOTTOTITOLO SOCIETA' ITALIANA IMPORTAZIONE BARBANE E COMMERCIO PRODOTTI OLTREMAR	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
31. BICOOP TIRRENO SOCIETA' COOPERATIVA	324.587	365.543	1.842.819	1.156.861	1.878.123	2.758	4.838	4.827	4.427	4.324
32. PENNY MARKET ITALIA S.P.A.	n.d.	n.d.	316.751	837.345	854.865	n.d.	n.d.	388	232	287
33. ICOM SPA	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
34. PENNY MARKET S.R.L.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	833.635	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	449
35. SOGECROSS S.P.A.	887.443	823.224	737.748	744.879	684.823	2.533	2.582	2.452	2.338	2.275

**Database**  
**~8,8 milioni di osservazioni**

(\*) Il dato relativo al 2019 è stato ricostruito a partire dal tasso medio annuo di crescita composto (CAGR) di medio periodo (ultimi 5 anni).  
(\*\*) Si fa riferimento alla Distribuzione Moderna italiana.

## ... ed è stata realizzata una **survey online** ai Vertici della Distribuzione italiana

- Obiettivo: quantificare gli **effetti dello shock economico attuale** sui settori dell'Intermediazione commerciale e della Distribuzione (alimentare e non alimentare) e rilevare la percezione delle imprese sulle **priorità per la ripartenza**
- Destinatari: tutte le aziende associate a Federdistribuzione (sia alimentari sia non alimentari), oltre ad alcune aziende del comparto non *food* non associate a Federdistribuzione ma periodicamente coinvolte in momenti di confronto con Federdistribuzione sulle priorità *del retail non food*
- Fatturato aggregato rappresentato pari a **~51 miliardi di Euro\*** di cui:
  - **~45 miliardi di Euro** per le aziende della **Distribuzione food** (quota di mercato pari a **~45%** del fatturato totale della Distribuzione Moderna alimentare)
  - **~6 miliardi di Euro** per le aziende della **Distribuzione non food** (quota di mercato pari a **~15%** del fatturato totale della Distribuzione Moderna non alimentare)
- La *survey* è stata somministrata **nel pieno della crisi Covid-19**: venerdì 24 aprile 2020 – giovedì 30 aprile 2020

(\*) Hanno risposto alla *survey online* di The European House – Ambrosetti: OVS, Gruppo Selex, C&A, Sportland, Uniqlo, Italmark, Gruppo VÉGÉ, Pam, Carrefour, Barca, Penny market, Coin, Gruppo Benetton, Leroy Merlin, Unes, Metro Cash and Carry, Esselunga, Iper, Aspiag, Magazzini Gabrielli, Maxi Zoo, Ikea e Ergon Società Consortile.

## Sono stati valutati gli **impatti dell'emergenza Covid-19** sul settore della Distribuzione alimentare e non alimentare...

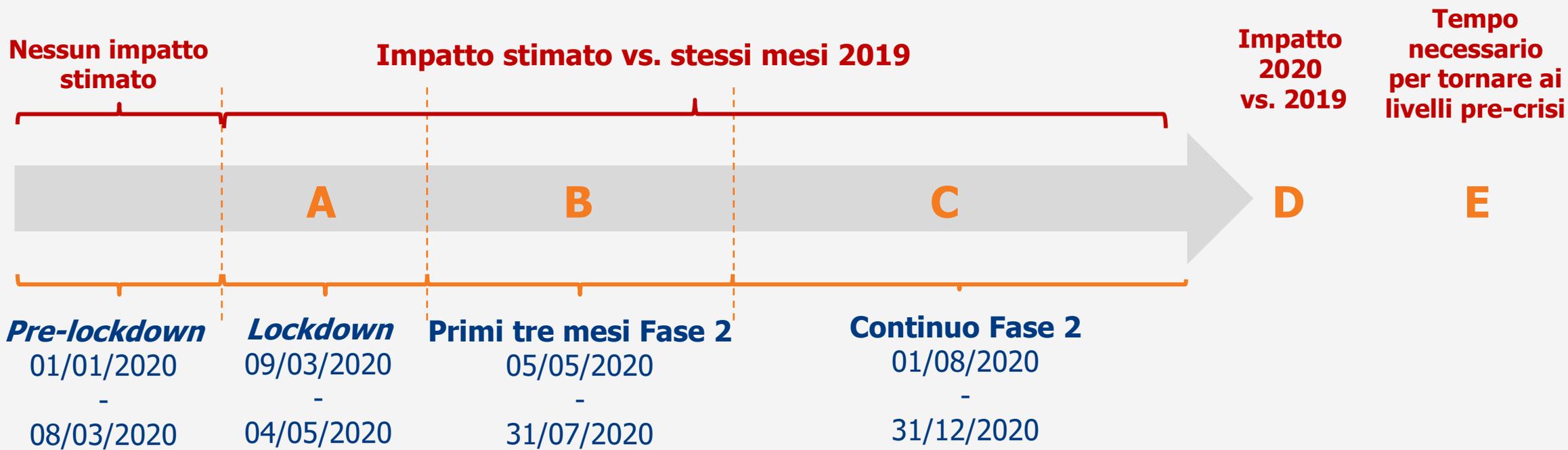
- Gli impatti della situazione di crisi attuale legata all'emergenza sanitaria da Covid-19 sono stati calcolati su cinque variabili chiave:
  - 1. Consumi** (fonte: Istat, Nielsen e *survey* alle aziende)
  - 2. Ricavi** (fonte: Aida e *survey* alle aziende)
  - 3. Occupazione** (fonte: Istat, Aida e *survey* alle aziende)
  - 4. Costi\*** (fonte: Aida e *survey* alle aziende)
  - 5. Investimenti\*\*** (fonte: Istat)
- Sono stati ricostruiti **coefficienti di lockdown** per ognuna delle variabili di *output* del modello (ricavi, consumi, occupazione e costi), differenziati per tipologia di sotto-settore (alimentare e non alimentare)

(\*) I costi includono esclusivamente i **costi legati alla gestione della rete dei punti vendita** (sanificazione, messa in sicurezza del luogo di lavoro, monitoraggio del rispetto delle regole, ecc.) e non includono eventuali variazioni del costo del personale dovute al ricorso alla Cassa Integrazione per le quali vengono riportate delle stime (si veda *slide* 48).

(\*\*) Sono stati fatti alcuni approfondimenti sulla rilevanza degli investimenti per la ripartenza del settore e del Paese (si veda *slide* 57).

## ... nelle diverse Fasi della crisi, per arrivare all'impatto cumulato a fine 2020...

- I coefficienti di *lockdown* sono stati applicati alla situazione economico-finanziaria del comparto e delle singole imprese nel periodo pre-Covid per poter stimare gli effetti dell'emergenza sanitaria sulla Distribuzione **rispetto agli stessi mesi dell'anno precedente**
- Per poter stimare gli impatti cumulati sulle variabili di riferimento per l'intero anno 2020, gli effetti sono stati **disaggregati e valutati lungo diversi periodi temporali** nel corso del 2020



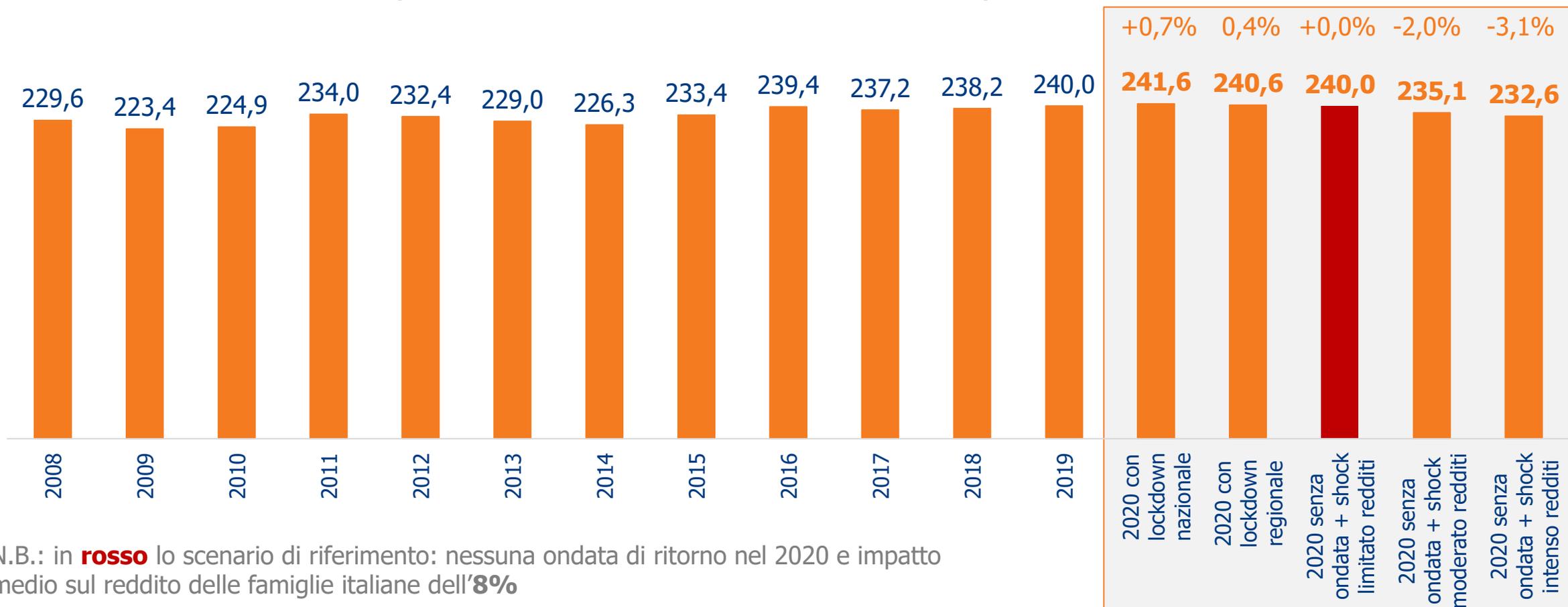
## ... in **diversi scenari** derivanti dall'evoluzione della curva epidemica e dall'impatto sui redditi delle famiglie italiane

- Scenari sull'evoluzione della **curva epidemica**:
  - **Scenario senza ondata di ritorno**: allentamento del *lockdown* come previsto dal Governo e mantenimento delle misure di distanziamento sociale assumendo, sulla base delle proiezioni del modello di impatti sanitari The European House – Ambrosetti, il rientro della pandemia a metà giugno e la diffusione di un vaccino nel 2021
  - **Scenario con ondata di ritorno e *lockdown* regionale**: ondata di ritorno (ottobre 2020) e conseguente re-introduzione del *lockdown* (come nel periodo marzo-aprile 2020) solo per le zone d'Italia più colpite. Considerata l'attuale distribuzione della pandemia nelle Regioni, sono state ipotizzate misure di *lockdown* solo in Lombardia
  - **Scenario con ondata di ritorno e *lockdown* nazionale**: ondata di ritorno (ottobre 2020) e conseguente reintroduzione del *lockdown* totale su scala nazionale (come nel periodo marzo-aprile 2020)
- Scenari sull'impatto sui **redditi delle famiglie italiane**
  - Scenario con *shock* limitato sui redditi: impatto medio-basso sui redditi delle famiglie italiane dell'**8%**
  - Scenario con *shock* medio sui redditi: impatto medio sui redditi delle famiglie italiane del **30%**
  - Scenario con *shock* intenso sui redditi: impatto acuto sui redditi delle famiglie italiane del **50%**
- È stato considerato come scenario di riferimento il primo, quello **senza ondata di ritorno e con *shock* limitato sui redditi** (impatto medio dell'8%)

A fine 2020 i ricavi del settore della **Distribuzione alimentare** si muoveranno tra **+0,7%** e **-3,1%** nei diversi scenari ipotizzati...

### Ricavi delle aziende del settore della Distribuzione alimentare

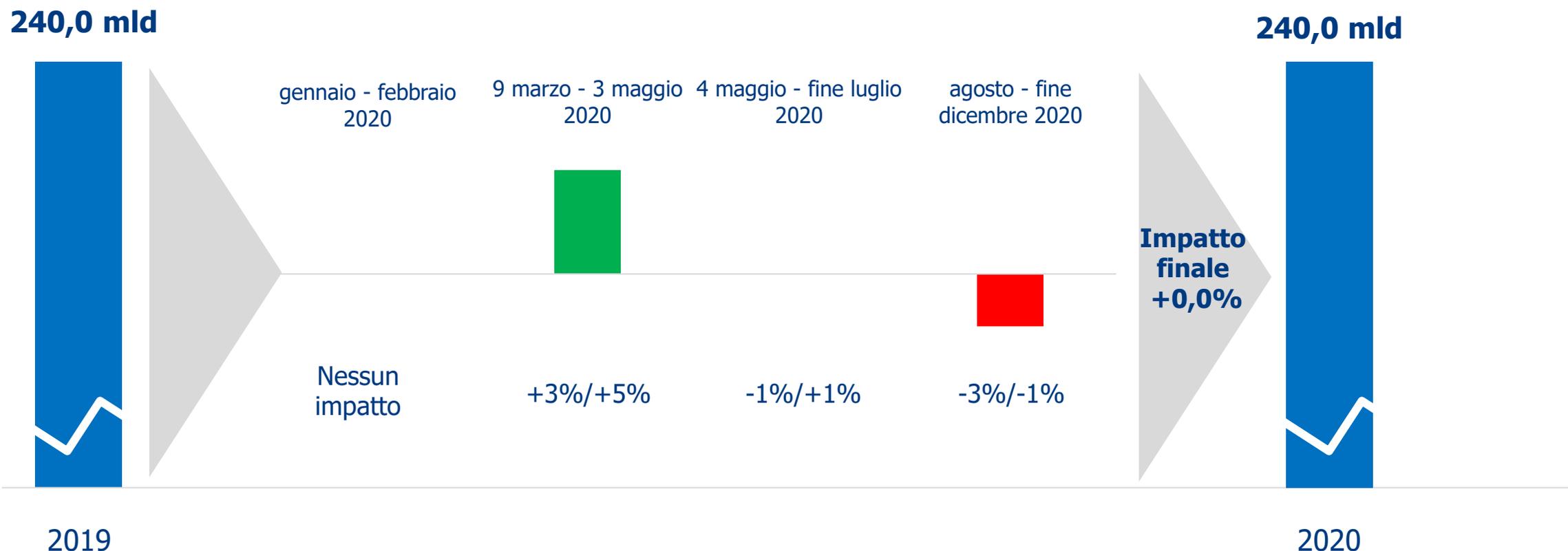
(miliardi di Euro e variazione % 2020<sup>E</sup> vs. 2019), 2008-2020<sup>E</sup>



N.B.: in **rosso** lo scenario di riferimento: nessuna ondata di ritorno nel 2020 e impatto medio sul reddito delle famiglie italiane dell'**8%**

... come risultato di un andamento molto differenziato nel corso delle diverse Fasi della crisi\*

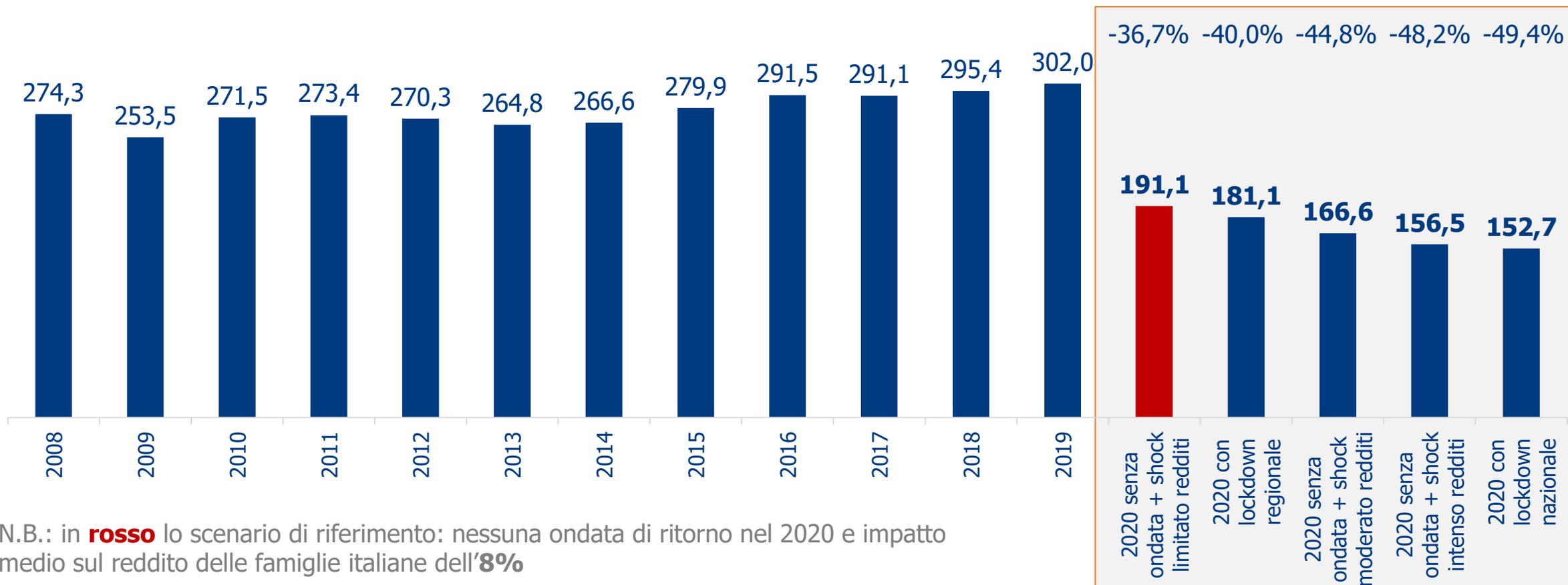
**Ricavi nel settore della Distribuzione alimentare**  
(miliardi di Euro e variazione % 2020<sup>E</sup> vs. 2019), 2019-2020



(\*) È stato considerato lo **scenario di riferimento**: nessuna ondata di ritorno nel corso del 2020 e impatto medio sul reddito delle famiglie italiane dell'**8%**

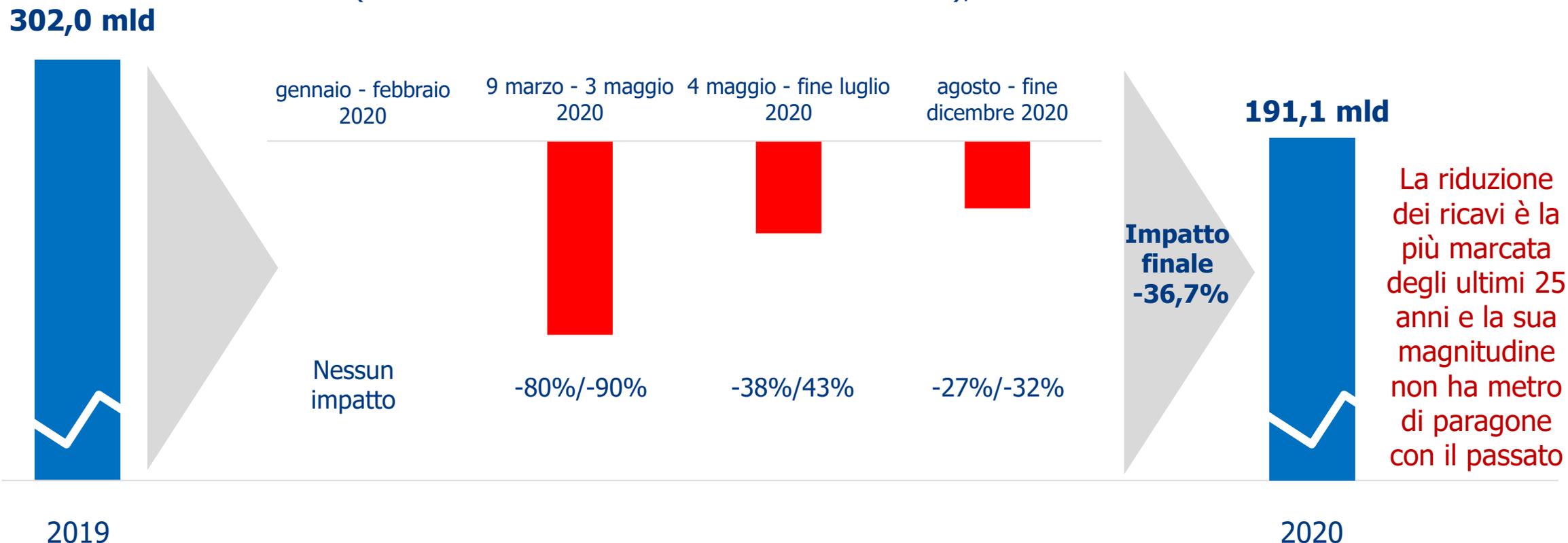
A fine 2020 i ricavi del settore della **Distribuzione non alimentare** diminuiranno tra il **36,7%** e il **49,4%** nei diversi scenari ipotizzati...

**Ricavi delle aziende del settore della Distribuzione non alimentare**  
(miliardi di Euro e variazione % 2020<sup>E</sup> vs. 2019), 2008-2020<sup>E</sup>



... con un andamento molto negativo nei mesi di *lockdown* e una ripresa molto lenta nei mesi successivi \*

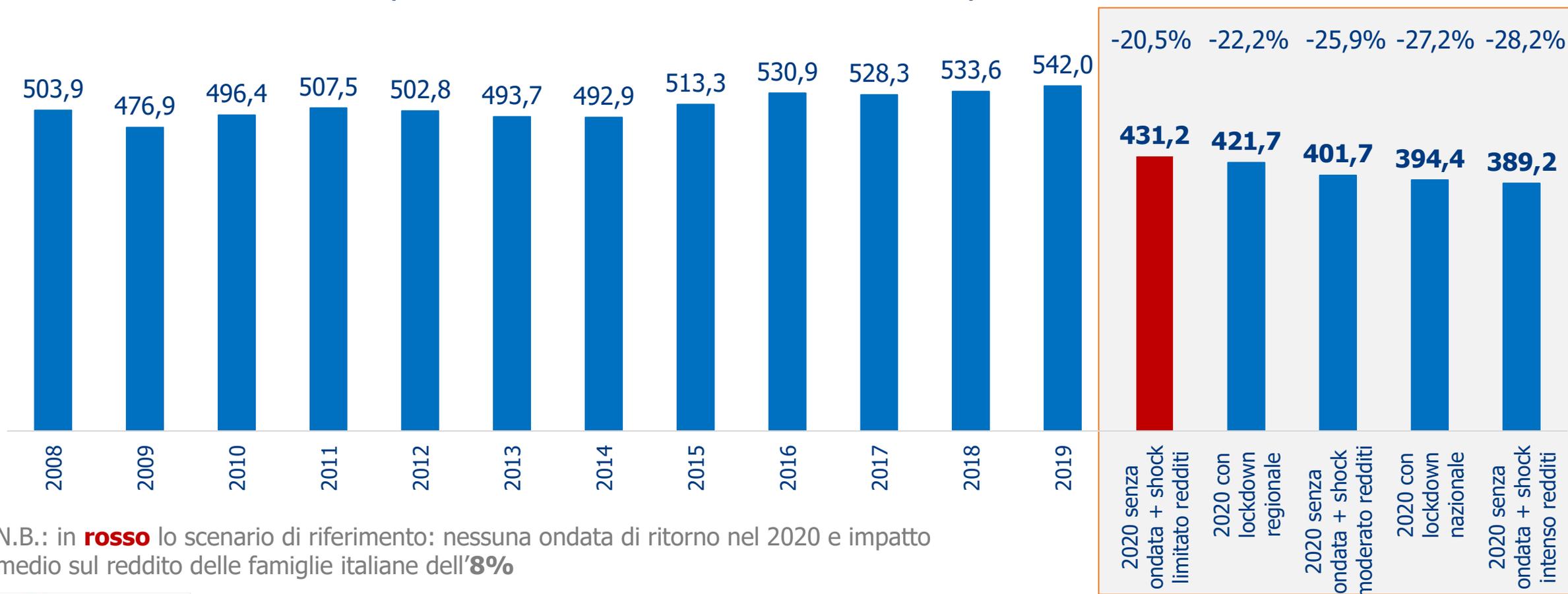
**Ricavi nel settore della Distribuzione non alimentare**  
(miliardi di Euro e variazione % 2020<sup>E</sup> vs. 2019), 2019-2020



(\* ) È stato considerato lo **scenario di riferimento**: nessuna ondata di ritorno nel corso del 2020 e impatto medio sul reddito delle famiglie italiane dell'**8%**

A fine 2020 i ricavi del settore della **Distribuzione alimentare e non alimentare** diminuiranno tra il **20,5%** e il **28,2%** nei diversi scenari ipotizzati...

**Ricavi delle aziende del settore della Distribuzione alimentare e non alimentare**  
(miliardi di Euro e variazione % 2020<sup>E</sup> vs. 2019), 2008-2020<sup>E</sup>

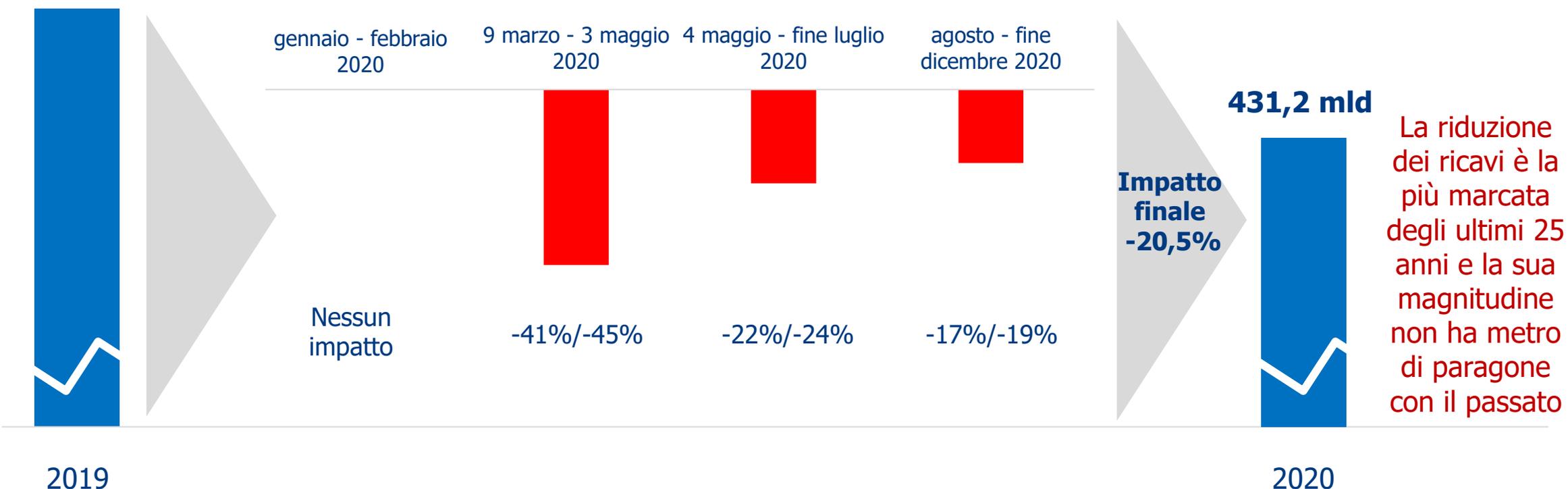


N.B.: in **rosso** lo scenario di riferimento: nessuna ondata di ritorno nel 2020 e impatto medio sul reddito delle famiglie italiane dell'**8%**

... con andamenti differenti nelle diverse Fasi della crisi\*

**Ricavi nel settore della Distribuzione alimentare e non alimentare**  
(miliardi di Euro e variazione % 2020<sup>E</sup> vs. 2019), 2019-2020

542,0 mld



(\*). È stato considerato lo **scenario di riferimento**: nessuna ondata di ritorno nel corso del 2020 e impatto medio sul reddito delle famiglie italiane dell'**8%**

## 4° MESSAGGIO CHIAVE

La riduzione dei ricavi avrà un **impatto negativo rilevante sulle casse dello Stato: l'IVA non riscossa** nel settore della Distribuzione alimentare e non alimentare varierà tra **24,4 miliardi di Euro\*** e **32,9 miliardi di Euro\*\***

Al mancato incasso dell'IVA si aggiungerà anche la **perdita erariale per il mancato gettito sull'attività economica** delle imprese del settore

(\*) Scenario senza ondata epidemica di ritorno e con uno *shock* limitato sui redditi delle famiglie (impatto medio dell'**8%**).

(\*\*) Scenario senza ondata epidemica di ritorno, con uno *shock* intenso sui redditi delle famiglie (impatto medio del **50%**).

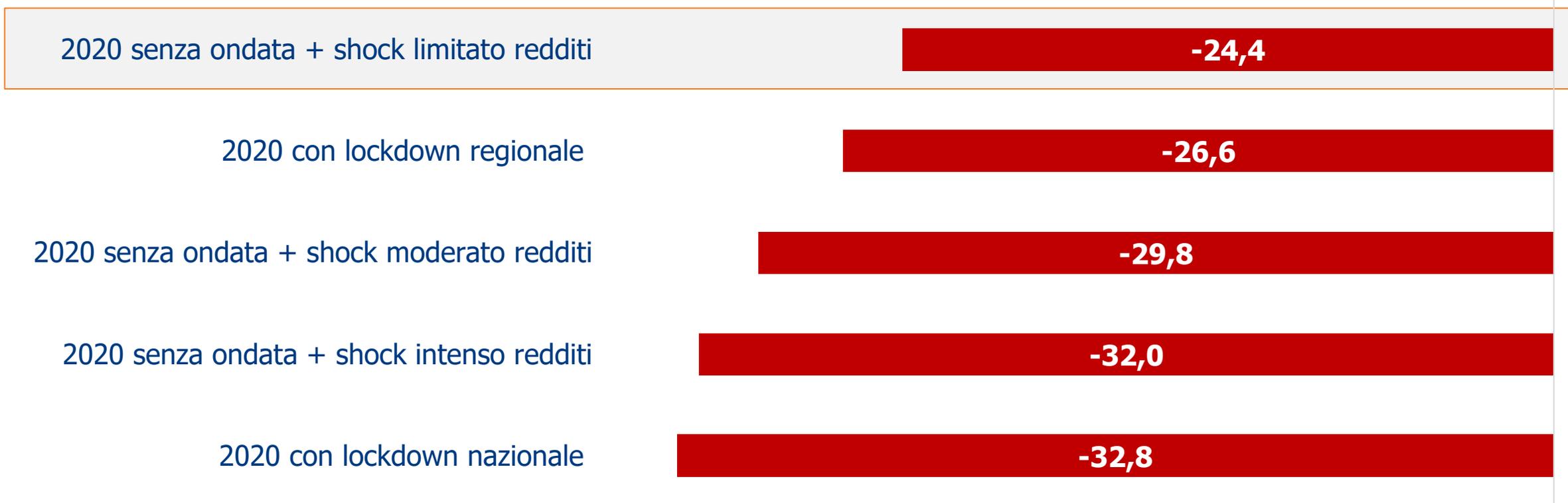
A fine 2020 la riduzione dei ricavi del settore della **Distribuzione alimentare** potrebbe portare ad una diminuzione dell'IVA riscossa fino a **880 milioni di Euro**

**IVA non riscossa a seguito della variazione dei ricavi nei diversi scenari ipotizzati nel settore della Distribuzione alimentare (miliardi di Euro), 2020<sup>E</sup>**



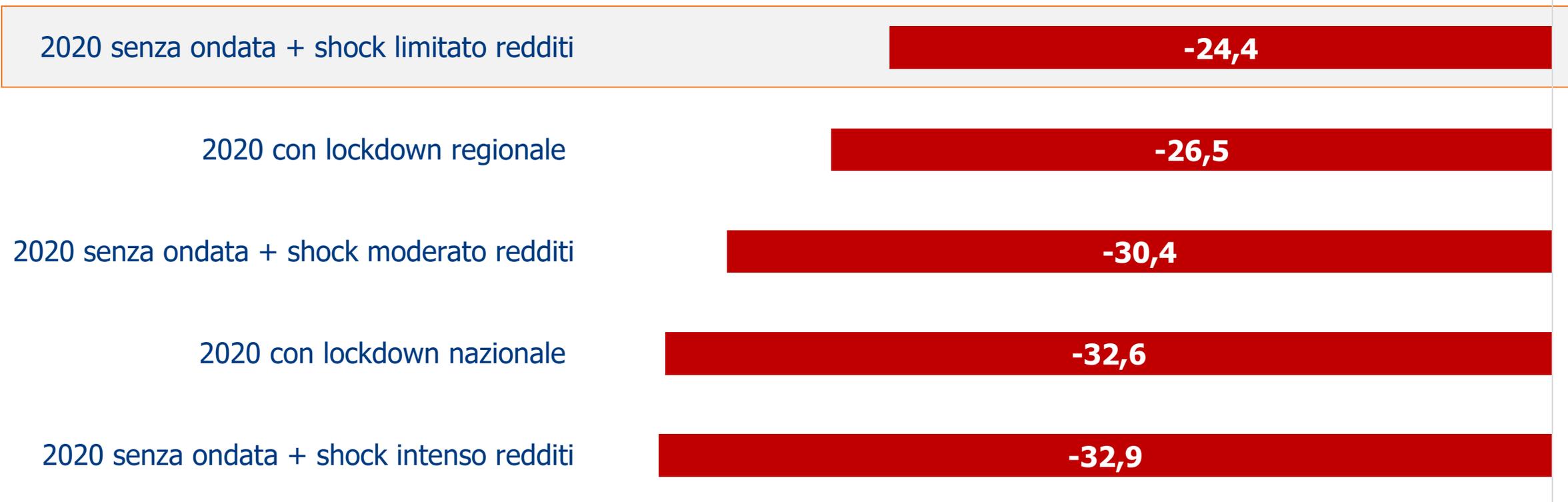
A fine 2020 la riduzione dei ricavi del settore della **Distribuzione non alimentare** porterà ad una diminuzione dell'IVA riscossa tra **24,4** e **32,8 miliardi** di Euro

**IVA non riscossa a seguito della variazione dei ricavi nei diversi scenari ipotizzati nel settore della Distribuzione non alimentare (miliardi di Euro), 2020<sup>E</sup>**



## A fine 2020 la riduzione dei ricavi del settore della **Distribuzione alimentare e non alimentare** porterà ad una diminuzione dell'IVA riscossa fino a 32,9 miliardi di Euro

### **IVA non riscossa a seguito della variazione dei ricavi nei diversi scenari ipotizzati nel settore della Distribuzione alimentare e non alimentare (miliardi di Euro), 2020<sup>E</sup>**



L'IVA non riscossa nel settore della Distribuzione alimentare e non alimentare è **superiore del 60%** rispetto a tutte le spese per la protezione sociale e **4,5 volte** la spesa per l'Università

**IVA non riscossa Distribuzione alimentare e non alimentare**  
**24,4 miliardi di Euro\***

Spesa della Pubblica Amministrazione in...



## 5° MESSAGGIO CHIAVE

La contrazione dei ricavi del settore della Distribuzione avrà **impatti occupazionali rilevanti**, soprattutto nel settore della **Distribuzione non alimentare**, con una quota di occupati a rischio tra il **15,5%\*** (circa 220.000 occupati) e il **26,9%\*\*** (circa 380.000 occupati)

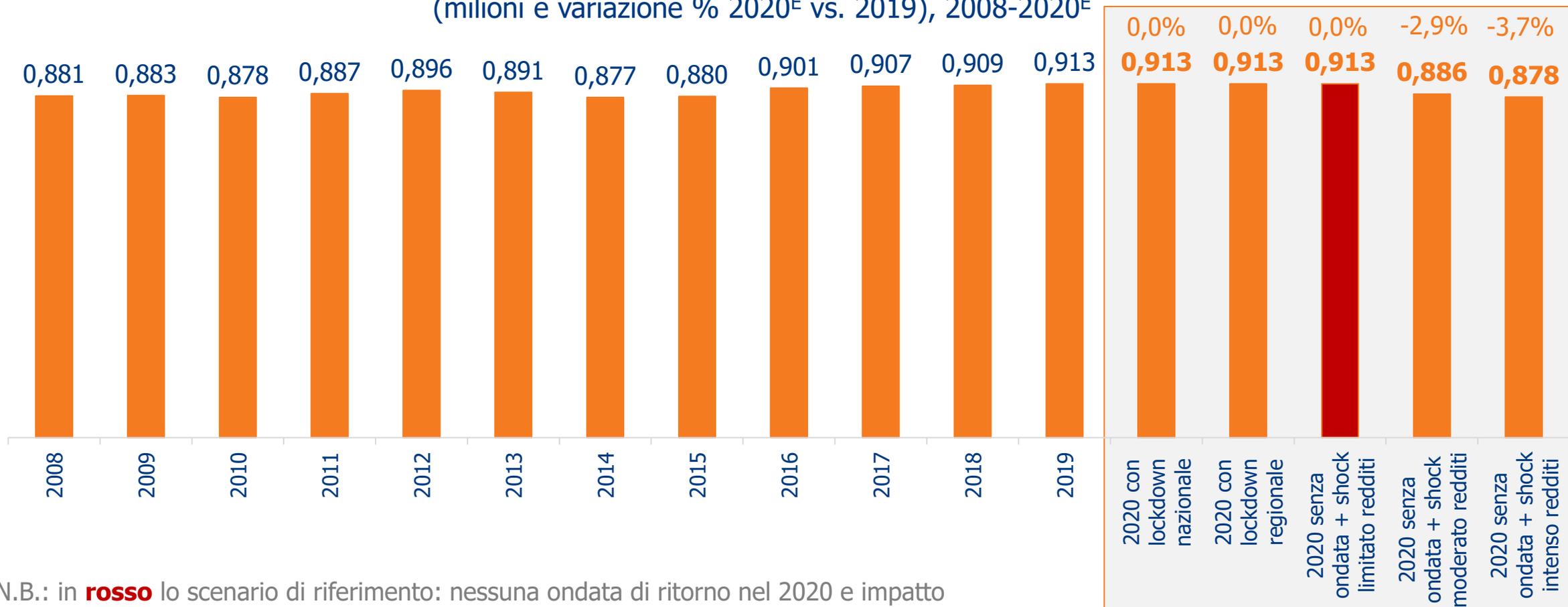
(\*) Scenario senza ondata epidemica di ritorno e con un impatto moderato sul reddito delle famiglie (impatto medio dell'**8%**). Si assume, sulla base delle proiezioni del modello di impatti sanitari ed economici messo a punto da The European House – Ambrosetti, il rientro della pandemia a metà giugno e la diffusione di un vaccino nel corso del 2021.

(\*\*) Scenario con ondata epidemica di ritorno e *lockdown* nazionale

A fine 2020 gli occupati a rischio del settore della **Distribuzione alimentare** saranno tra lo **0%** e il **3,7%** nei diversi scenari ipotizzati

**Occupati a rischio del settore della Distribuzione alimentare**

(milioni e variazione % 2020<sup>E</sup> vs. 2019), 2008-2020<sup>E</sup>



N.B.: in **rosso** lo scenario di riferimento: nessuna ondata di ritorno nel 2020 e impatto medio sul reddito delle famiglie italiane dell'**8%**

A fine 2020 gli occupati a rischio del settore della **Distribuzione non alimentare** saranno tra il **15,5%** e il **26,9%** nei diversi scenari ipotizzati

**Occupati a rischio del settore della Distribuzione non alimentare**

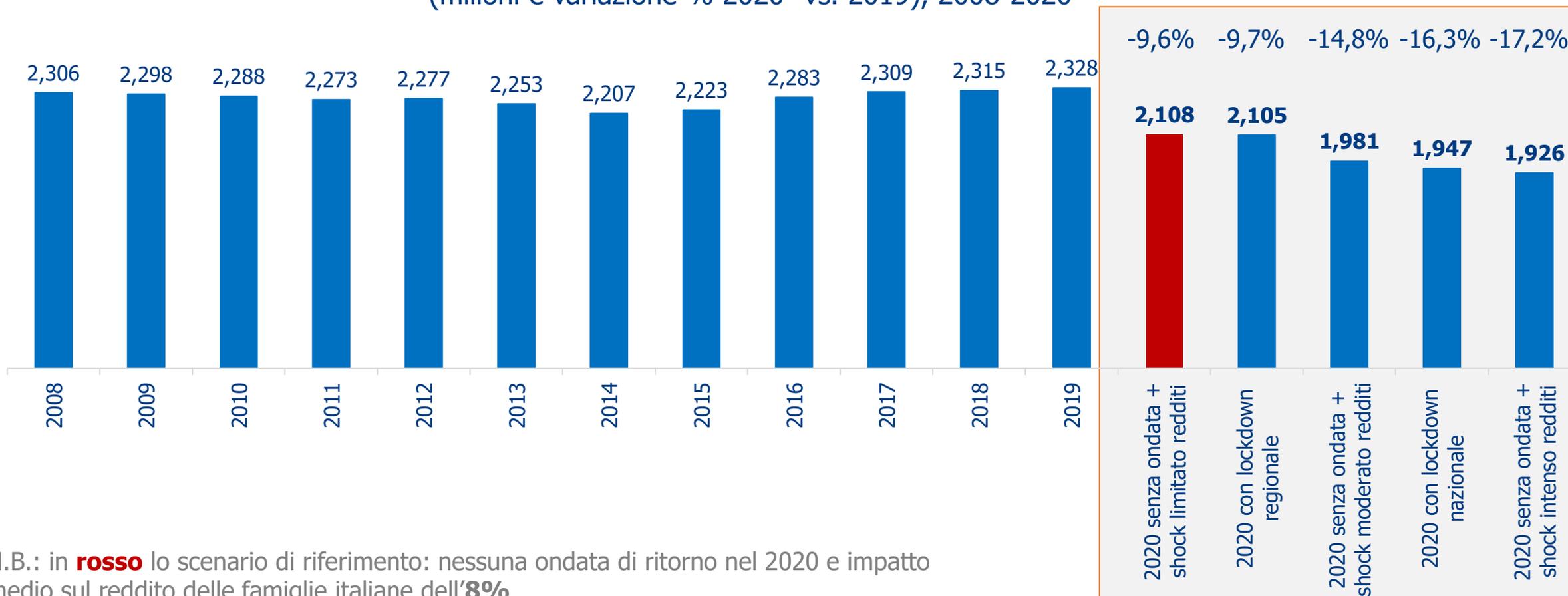
(milioni e variazione % 2020<sup>E</sup> vs. 2019), 2008-2020<sup>E</sup>



N.B.: in **rosso** lo scenario di riferimento: nessuna ondata di ritorno nel 2020 e impatto medio sul reddito delle famiglie italiane dell'**8%**

## A fine 2020 gli occupati a rischio nel settore della **Distribuzione alimentare e non alimentare** saranno tra il **9,6%** e il **17,2%** nei diversi scenari ipotizzati

**Occupati a rischio nel settore della Distribuzione alimentare e non alimentare**  
(milioni e variazione % 2020<sup>E</sup> vs. 2019), 2008-2020<sup>E</sup>



N.B.: in **rosso** lo scenario di riferimento: nessuna ondata di ritorno nel 2020 e impatto medio sul reddito delle famiglie italiane dell'**8%**

Poiché **più del 60%** degli occupati del settore della Distribuzione è **donna**, saranno proprio le donne a subire un impatto maggiore: ce lo possiamo permettere in un Paese con un tasso di occupazione femminile del 53,8%, (penultimo Paese in Europa)?

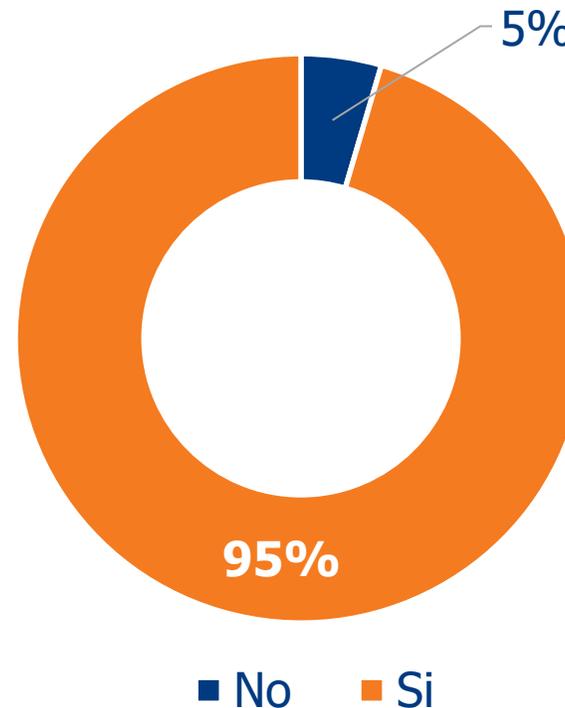
## 6° MESSAGGIO CHIAVE

La quasi totalità delle imprese del settore della Distribuzione alimentare e non alimentare ha registrato **voci di costo aggiuntive** come conseguenza delle misure di sicurezza anti-contagio, con un incremento tra il **2%/4%** dei costi legati alla gestione dei punti vendita

N.B. I costi includono esclusivamente i **costi legati alla gestione della rete dei punti vendita** (sanificazione, messa in sicurezza del luogo di lavoro, monitoraggio del rispetto delle regole, ecc.) e **non includono eventuali variazioni del costo del personale** dovute al ricorso alla Cassa Integrazione per le quali vengono riportate delle stime.

## Il **95%** delle imprese del settore della Distribuzione ha registrato voci di costo aggiuntive nei primi due mesi di *lockdown*

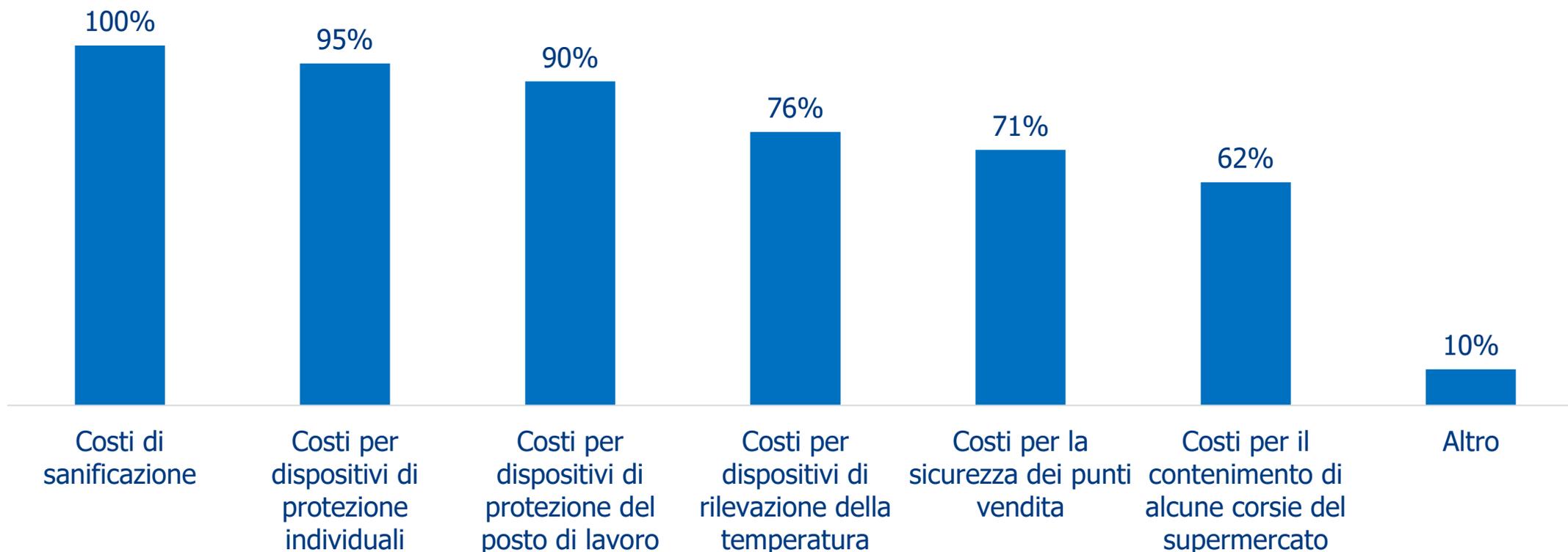
Risposte alla domanda «***In relazione al periodo di lockdown (marzo-aprile 2020), la Sua Azienda ha registrato voci di costo aggiuntive?***» (%), 2020



N.B. I costi includono esclusivamente i **costi legati alla gestione della rete dei punti vendita** (sanificazione, messa in sicurezza del luogo di lavoro, monitoraggio del rispetto delle regole, ecc.) e non includono eventuali variazioni del costo del personale dovute al ricorso alla Cassa Integrazione.

## Operazioni di sanificazione e dispositivi per la protezione individuale e del posto di lavoro sono le principali voci di costo sostenute dalle aziende durante il *lockdown*

Risposte alla domanda «**Quali sono le principali voci di costo aggiuntive registrate dalla Sua Azienda durante i primi due mesi di lockdown?**» (% - possibilità di risposta multipla), 2020



## Nei primi due mesi di *lockdown* i costi delle imprese del settore della Distribuzione alimentare e non alimentare sono saliti tra il **2%** e il **4%**

**Andamento dei costi nel settore della Distribuzione alimentare e non alimentare per la gestione della rete dei punti vendita nei primi due mesi di *lockdown* (09 marzo – 04 maggio) (variazione % vs. stessi mesi anno precedente)**

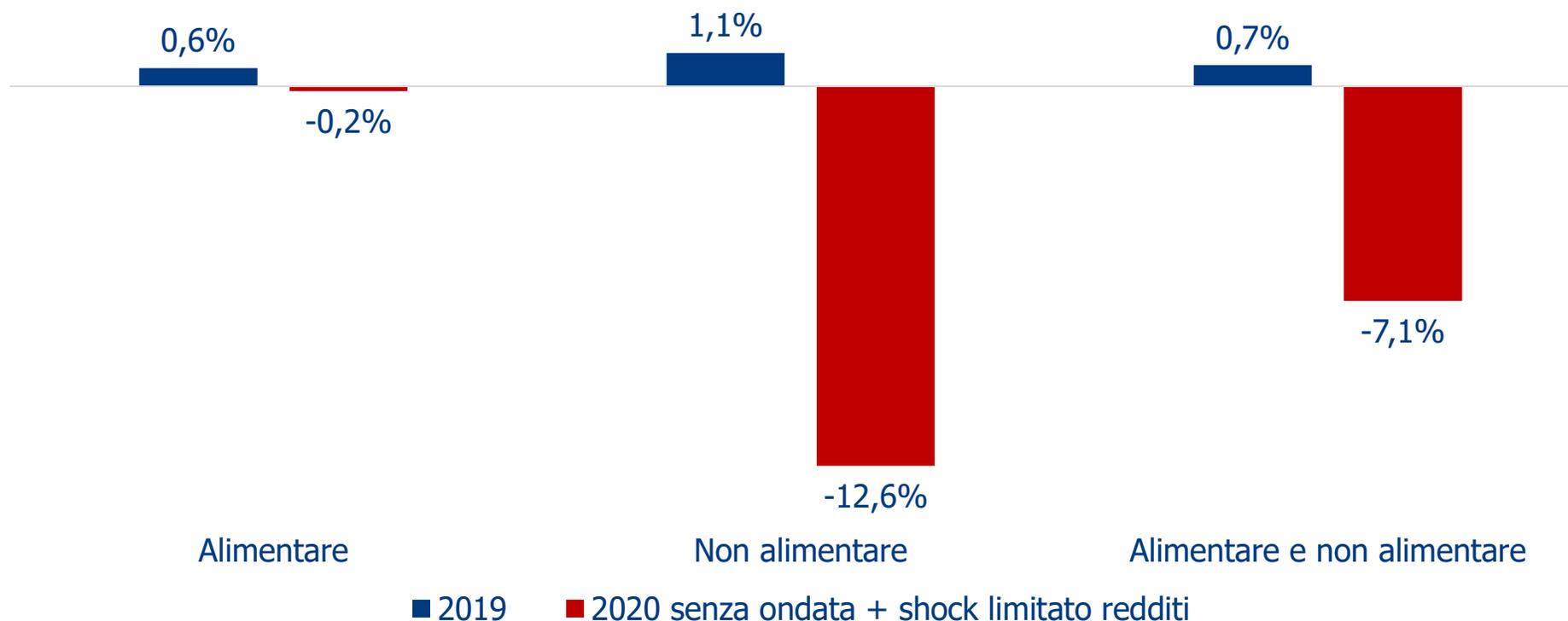
	<b>Costi</b>
<b>Settore</b>	<b>Variazione % vs. stessi mesi anno precedente</b>
Distrib. <i>Food</i>	<b>+3% / +7%</b>
<i>Focus DMO</i>	<b>+4% / +8%</b>
Distrib. <i>Non Food</i>	<b>+1% / +3%</b>
<i>Focus DMO</i>	<b>0% / +2%</b>
Distribuzione <i>food</i> e non <i>food</i>	<b>+2% / +4%</b>
<i>Focus DMO</i>	<b>+1% / +4%</b>

N.B. I costi includono esclusivamente i **costi legati alla gestione della rete dei punti vendita** (sanificazione, messa in sicurezza del luogo di lavoro, monitoraggio del rispetto delle regole, ecc.) e non includono eventuali variazioni del costo del personale dovute al ricorso alla Cassa Integrazione.

L'analisi sui costi è stata svolta esclusivamente per il periodo di *lockdown* (09 marzo – 04 maggio) in quanto si assume che i costi nel corso del 2020 **rimangano stabili** data la **necessità di mantenere attive le misure anti-contagio** (distanziamento, sanificazione, ecc.)

La riduzione dei ricavi e l'aumento dei costi di gestione della rete dei punti vendita **erode l'utile netto** delle imprese del settore della Distribuzione alimentare e non alimentare, già contenuto

**Utile netto nel settore della Distribuzione alimentare e non alimentare\* (%)**, 2019 e 2020<sup>E</sup>



(\*). Scenario senza ondata epidemica di ritorno e con un impatto moderato sul reddito delle famiglie (impatto medio dell'8%).

N.B.: Nell'analisi della redditività dai bilanci delle imprese, il costo del personale è assunto costante

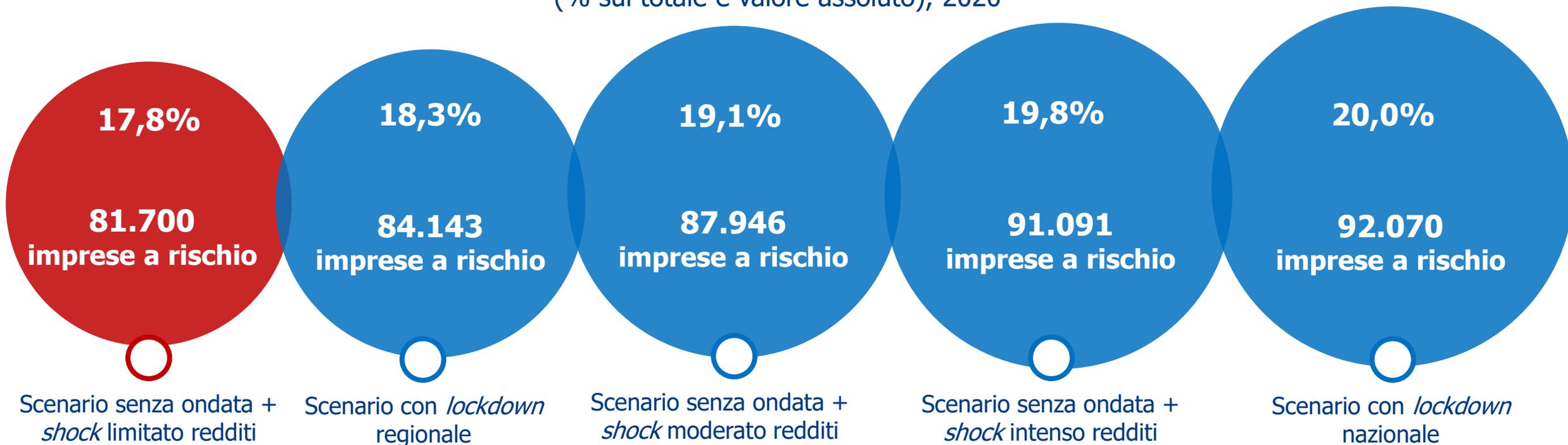
## 7° MESSAGGIO CHIAVE

La situazione di crisi attuale legata all'emergenza Covid-19 mette a rischio la sopravvivenza di alcune imprese del settore, soprattutto nella Distribuzione non alimentare: dal **17,8%** (81.700) al **20%** (92.070) delle imprese di questo settore sono a rischio\*

(\*) Si assume che le imprese a rischio siano quelle con un rapporto tra la Posizione Finanziaria Netta (PFN) e fatturato superiore al 30%.

In assenza di massicci interventi di ricapitalizzazione, a fine 2020 le imprese della Distribuzione non alimentare a rischio saranno tra il **17,8%** e il **20,0%** del totale nei diversi scenari ipotizzati

**Imprese a rischio\* nel settore della Distribuzione non alimentare**  
(% sul totale e valore assoluto), 2020<sup>E</sup>



N.B.: in **rosso** lo scenario di riferimento: nessuna ondata di ritorno nel 2020 e impatto medio sul reddito delle famiglie italiane dell'**8%**

(\*) Si assume che le imprese a rischio siano quelle con un rapporto tra la Posizione Finanziaria Netta (PFN) e fatturato superiore al 30%.

L'analisi sulle imprese a rischio costituisce un ulteriore ***double check*** per la stima degli occupati a rischio per il settore: stimando il **numero medio di occupati per ogni azienda** nel settore non alimentare (~3 occupati per azienda) e mettendolo in relazione alle **imprese a rischio** nel settore della Distribuzione non alimentare nei diversi scenari, si ottiene un intervallo coerente con la stima degli occupati a rischio partendo dall'analisi dei ricavi per addetto

## 8° MESSAGGIO CHIAVE

Il settore della Distribuzione non alimentare impiegherà da un minimo di **6\*** ad un massimo di **8,5\*\* anni** per **tornare ai livelli di consumi e ricavi del periodo pre-crisi**

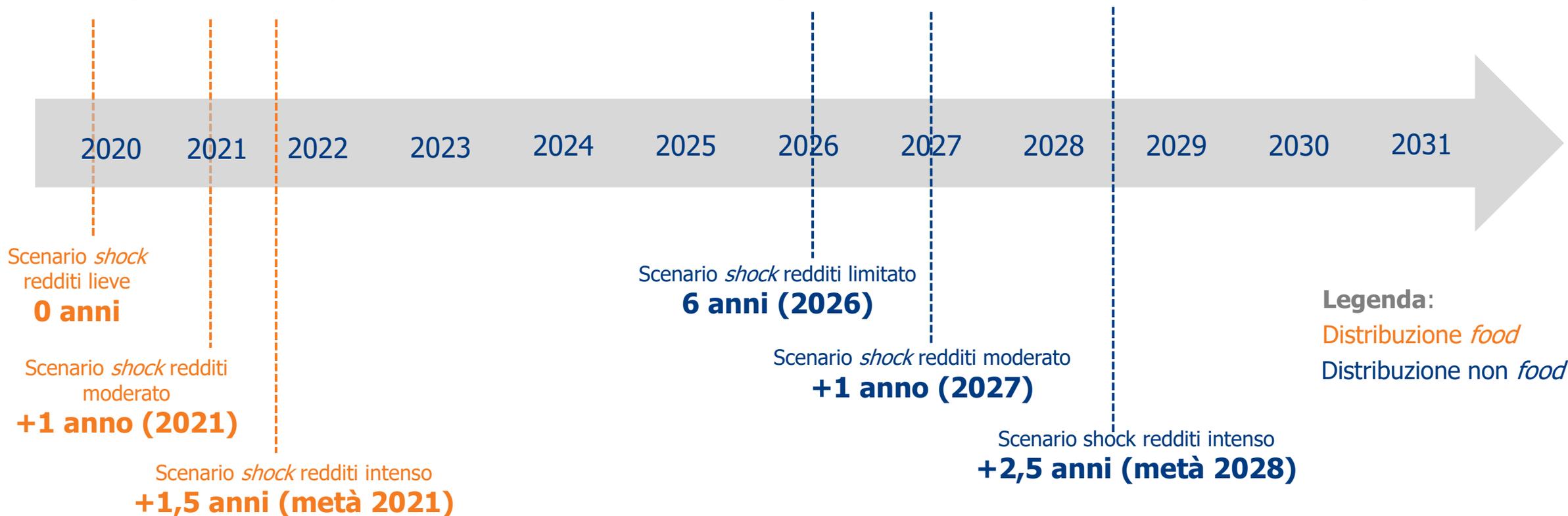
Il settore della Distribuzione alimentare impiegherà invece da un minimo di **0\*** ad un massimo di **1,5 anni\*\***

(\*) Scenario senza ondata epidemica di ritorno e con un impatto moderato sul reddito delle famiglie (impatto medio dell'**8%**). Si assume, sulla base delle proiezioni del modello di impatti sanitari ed economici messo a punto da The European House – Ambrosetti, il rientro della pandemia a metà giugno e la diffusione di un vaccino nel corso del 2021

(\*\*) Scenario con un impatto intenso sul reddito delle famiglie (impatto medio del **50%**)

## Il settore della Distribuzione non alimentare impiegherà **6 anni** per tornare ai livelli di consumi e ricavi pre-crisi, in assenza di ondate di ritorno dell'epidemia

Tempo necessario per il settore della Distribuzione per tornare al livello di **consumi** e **ricavi** pre-crisi



N.B. La stima tiene conto del valore di partenza alla fine del 2020 a cui viene applicato un tasso di crescita medio pari alle stime di crescita del Prodotto del Prodotto Interno Lordo reale italiano del Fondo Monetario Internazionale per il 2021. In assenza di stime ufficiali per gli anni successivi, il tasso di crescita a partire dal 2022 è assunto costante e dato dalla media dei tassi di crescita annui del Prodotto Interno Lordo italiano nel periodo 1999-2019 (+0,5%) e del *sentiment* delle imprese del settore.

## **9° MESSAGGIO CHIAVE**

Con **9,8 miliardi di Euro** investiti nel 2019  
la Distribuzione alimentare e non alimentare  
è il **1°** settore su **99** per investimenti in Italia

Gli investimenti del settore devono essere necessariamente tutelati  
nei prossimi mesi: non tutelare un settore strategico  
per gli investimenti è un «**suicidio per la crescita**»  
e quindi per il futuro del Paese

## Con 9,8 miliardi di Euro investiti nel 2019 la Distribuzione (alimentare e non alimentare) è il **1° settore su 99 per investimenti**

### Investimenti in beni materiali per settore economico (migliaia di Euro), 2019



## Il mantra di The European House – Ambrosetti



**SENZA INVESTIMENTI, NON C'È LAVORO,  
SENZA LAVORO, NON C'È CRESCITA,  
SENZA CRESCITA, NON C'È FUTURO!**

## **10° MESSAGGIO CHIAVE**

C'è urgente bisogno di una **politica attiva del «FARE»**  
per garantire il rilancio della Distribuzione alimentare  
e non alimentare e dell'intero sistema-Paese

## Alcuni «punti caldi» del Paese

### Punti aperti pre-Covid

1. Bassa digitalizzazione
2. Bassa produttività
3. Analfabetismo funzionale
4. Sotto-dimensionamento delle imprese italiane
5. Consumi alimentari e non alimentari fermi
6. Processi di delocalizzazione delle imprese
7. Basso tasso di laureati e laureati STEM\*
8. Debole cultura del merito
9. Frammentazione del sistema di *governance* nazionale\*\*
10. Lentezza dell'apparato pubblico e della burocrazia

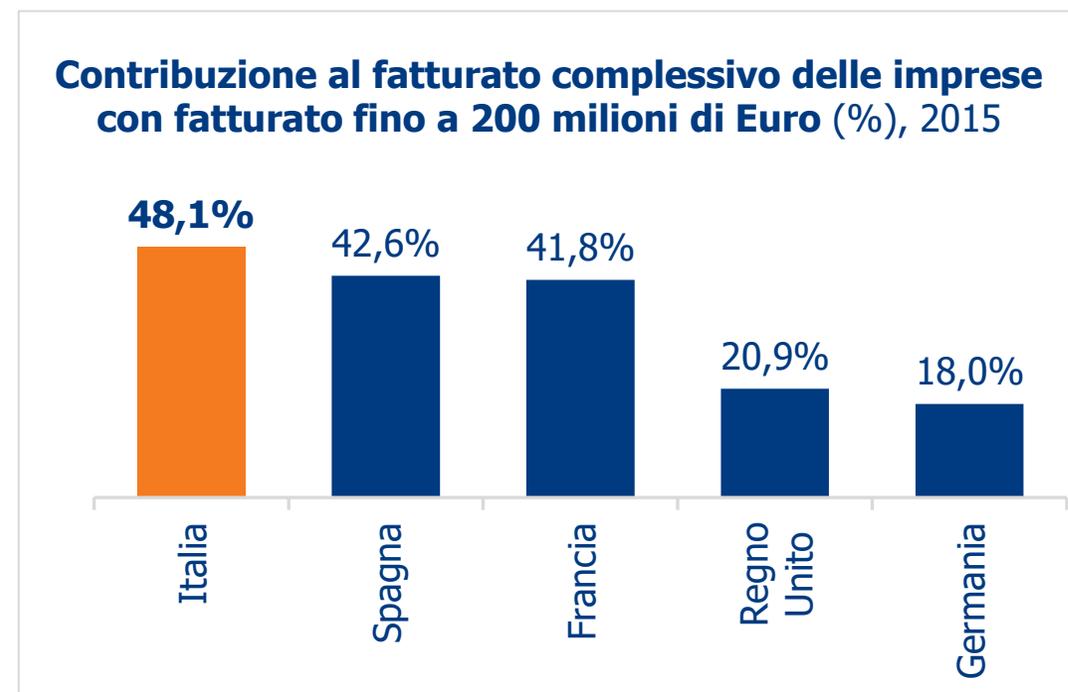
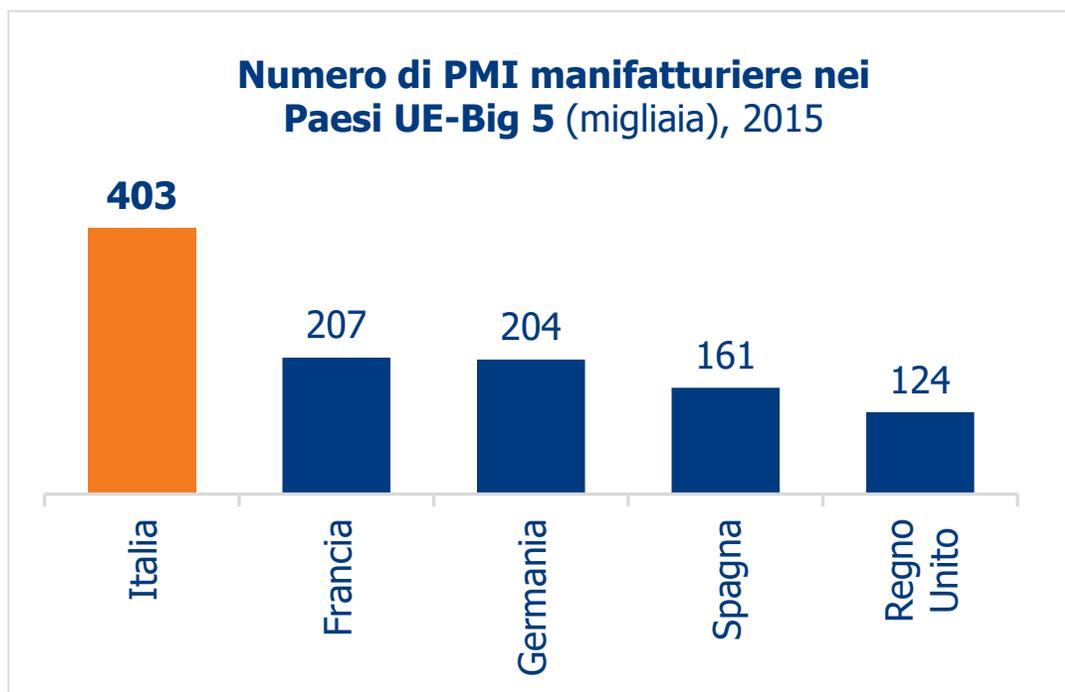
### Effetti Covid-19

1. Aumento del ricorso a *smart working*, *distance learning* e *e-commerce*  
(2 mln di lavoratori in *smart working* durante il *lockdown* vs. 570k pre-crisi. Fonte: Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali)
2. Impoverimento delle famiglie italiane e aumento delle disuguaglianze  
(A causa degli *shock* sui redditi, le famiglie in povertà assoluta in Italia potrebbero raddoppiare nel 2020 per un totale di 10 mln di persone. Fonte: HFCS e Eurostat)
3. Riorganizzazione delle filiere produttive e *reshoring* delle attività strategiche  
(~75% delle aziende ha subito impatti alla propria catena di fornitura a causa delle restrizioni alla mobilità e ai trasporti. Fonte: Institute for Supply Chain Management)
4. Ridefinizione del rapporto centro-periferia e tempestività decisionale  
(Frammentazione delle competenze, disallineamento tra i livelli di governo e lentezza decisionale si sono rivelati punti deboli nella gestione dell'emergenza)
5. P.A. più snella e sburocratizzazione delle procedure  
(A causa delle macchinose procedure dell'apparato burocratico, al 20 aprile circa 5 milioni di lavoratori non avevano ancora ricevuto la cassa integrazione)

(\*) Laureati in materie tecnico-scientifiche (\*\*) Enti, responsabilità e produzione normativa

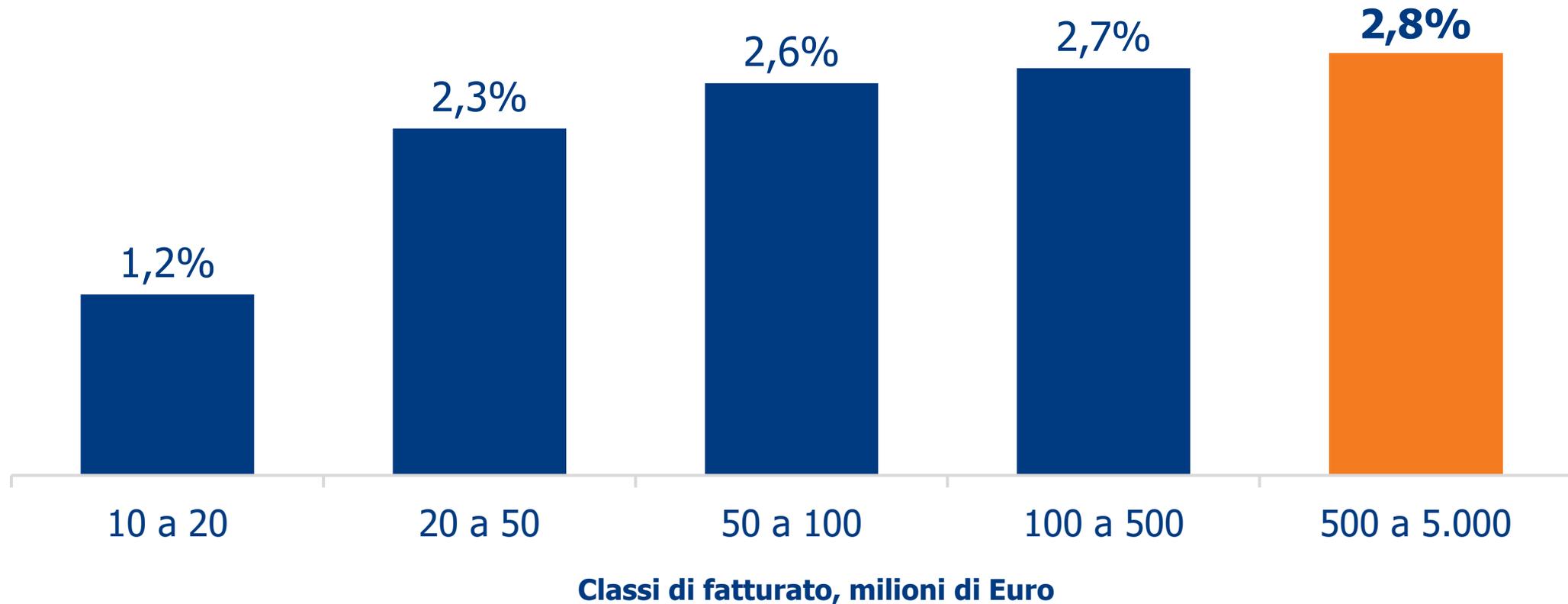
## Un punto di attenzione per il rilancio del Paese: le imprese italiane sono mediamente più piccole

- L'Italia è il **1° Paese UE** per numero di PMI manifatturiere (403.000), il **doppio rispetto a Francia e Germania** e quasi il doppio della somma di Spagna e Regno Unito
- In Italia le imprese **fino a 200 mln** di fatturato hanno un peso sul fatturato complessivo di circa il 50%, mentre Regno Unito e Germania registrano un **dato inferiore alla metà** (attorno al 20%)



## Le più grandi investono di più

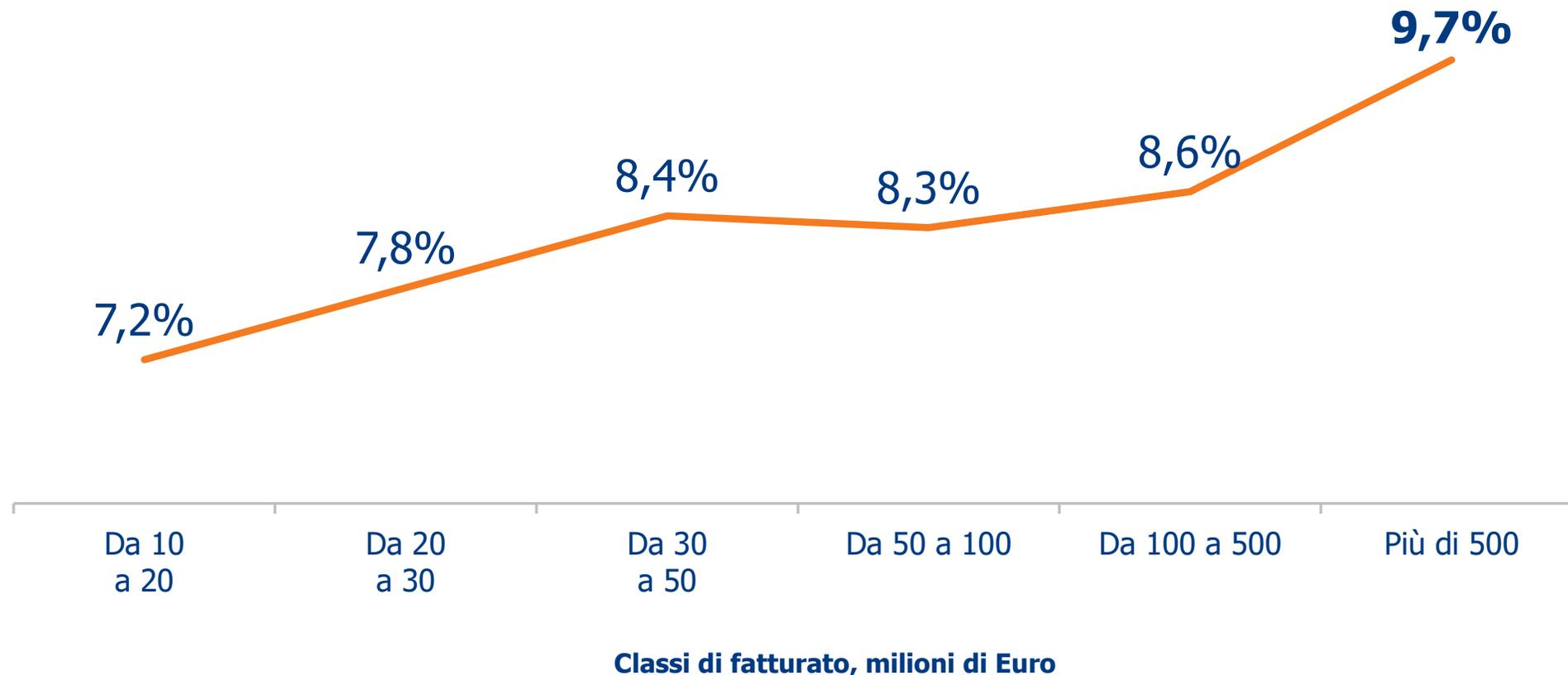
### Investimenti complessivi delle imprese italiane per classi di fatturato (% del fatturato), 2016



N.B. L'analisi considera le circa 160.000 imprese manifatturiere italiane (codice ATECO da 10 a 32)

## Le piccole imprese sono mediamente meno performanti ...

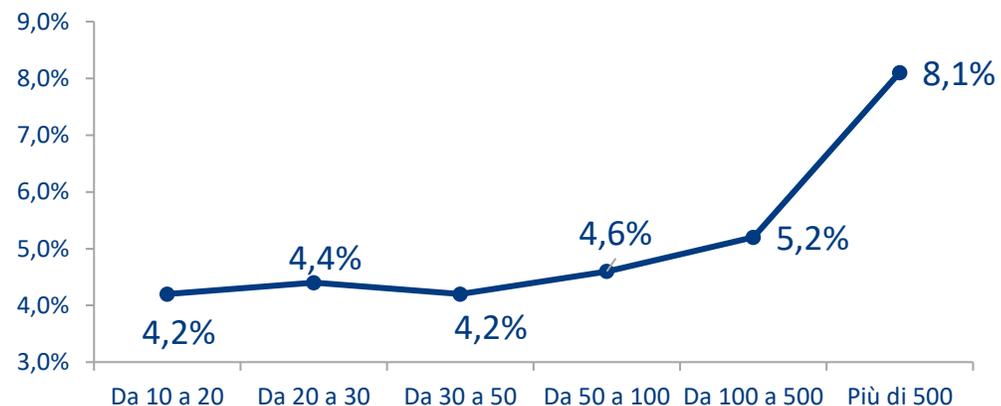
### EBITDA delle imprese italiane per classi di fatturato (% del fatturato), 2016



## ... questa evidenza è confermata anche a livello internazionale



**EBITDA delle imprese francesi per classi di fatturato (% del fatturato), 2016**



**EBITDA delle imprese tedesche per classi di fatturato (% del fatturato), 2016**



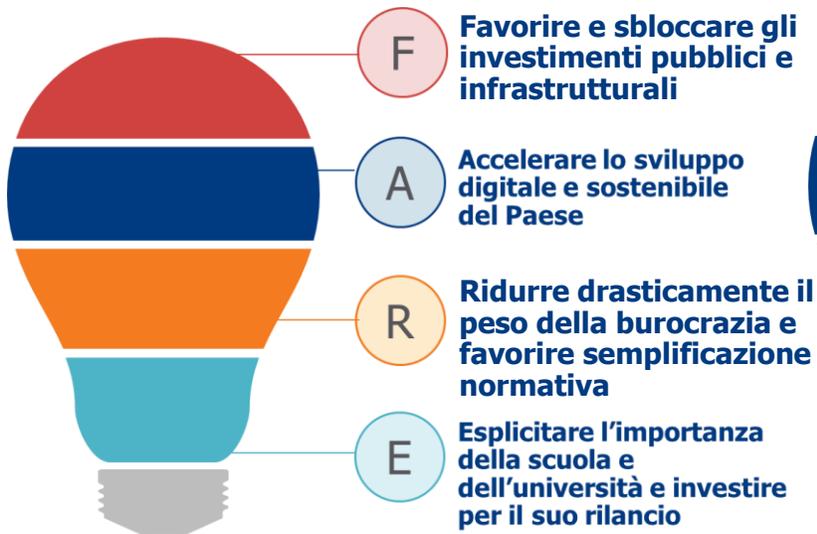
**EBITDA delle imprese spagnole per classi di fatturato (% del fatturato), 2016**



## Le tre lampadine per illuminare il futuro del Paese

### Rilanciare il sistema-Paese e la sua competitività

#### 1 Condizioni di contesto



#### 2 Rilancio investimenti



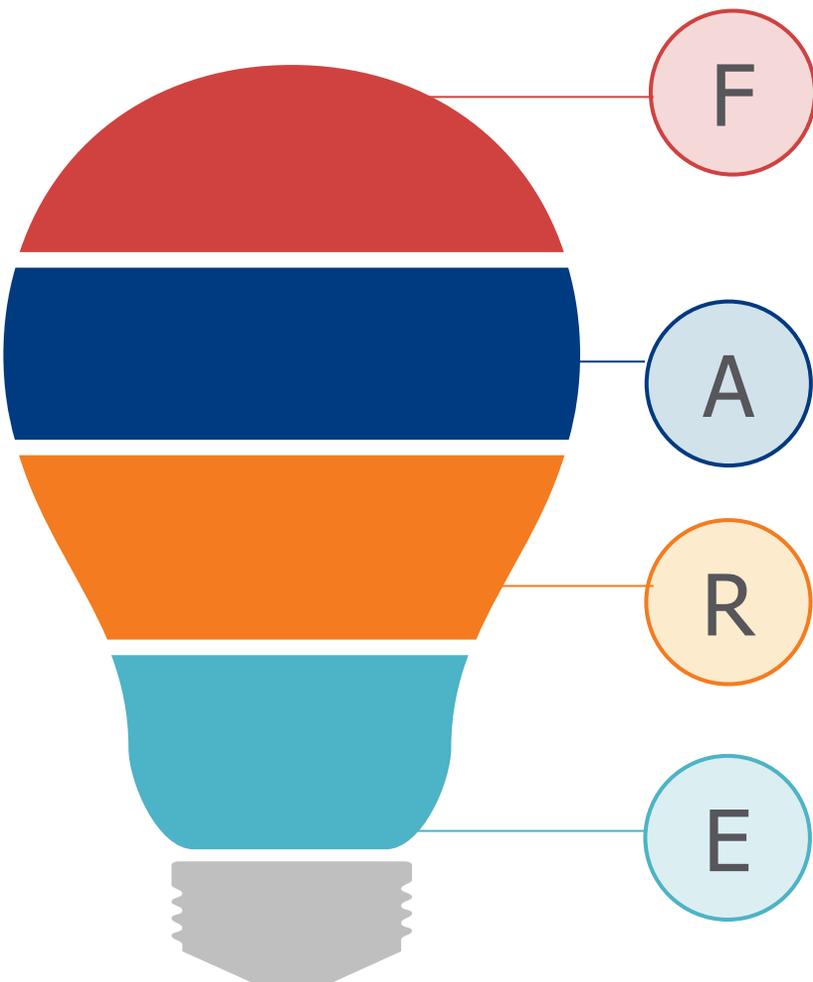
#### 3 Rilancio consumi



**Illuminare il futuro del Paese**

1 Cosa serve per  
**rilanciare il sistema-Paese e la sua competitività?**

## Gli ambiti di intervento prioritari per favorire la **ripartenza del Sistema-Paese**



### **Favorire e sbloccare gli investimenti pubblici e infrastrutturali**

Uno dei primi motori per la crescita economia è il rilancio degli investimenti pubblici e delle infrastrutture. Permangono disparità territoriali regionali, in particolare per quanto riguarda gli investimenti innovativi, nonché difficoltà nella capacità di selezionare, pianificare e attuare i progetti di investimento in tempi ragionevoli. È necessario introdurre misure di sblocco dei procedimenti più complessi, attraverso strumenti adeguati all'entità e alla specificità delle opere da realizzare, anche attraverso la nomina di specifici commissari e *task force* («metodo Ponte Morandi»)

### **Accelerare lo sviluppo digitale e sostenibile del Paese**

Oggi più che mai è necessario realizzare una società digitale e sostenibile, in cui cittadini e imprese utilizzino servizi digitali efficienti della P.A. in modo semplice e rapido. Questo obiettivo si deve basare sulla realizzazione delle migliori infrastrutture digitali, sulla valorizzazione dei dati, sulla creazione di competenze digitali, sulla radicale digitalizzazione del settore pubblico, che darà impulso anche alla trasformazione digitale del settore privato. A questo si deve affiancare la convinzione che lo sviluppo sostenibile sarà il pilastro sul quale rilanciare il Paese

### **Ridurre drasticamente il peso della burocrazia e favorire semplificazione normativa**

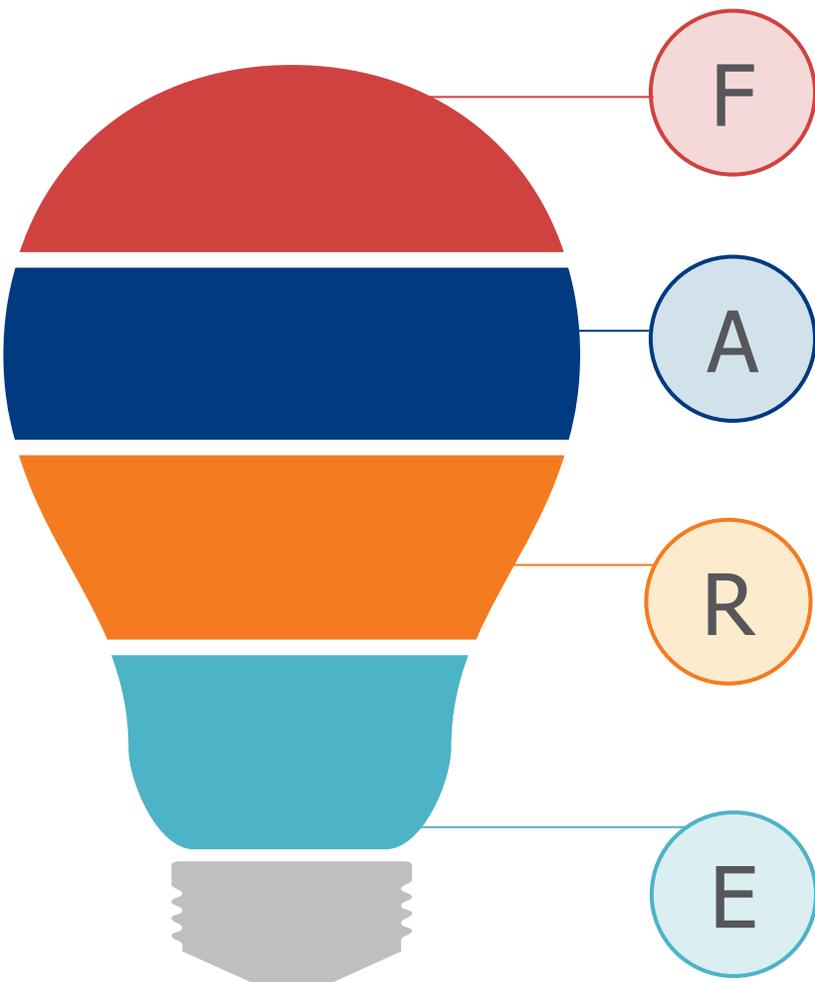
Per recuperare lo svantaggio competitivo dell'Italia, è essenziale attuare una semplificazione normativa che deve essere realizzata attraverso una serie di interventi amministrativi, organizzativi e tecnologici finalizzati a ridurre il peso della burocrazia su cittadini e imprese e rilanciare la competitività del sistema-Paese: serve una vera e propria rivoluzione per snellire la burocrazia del Paese

### **Esplicitare l'importanza della scuola e dell'università e investire per il suo rilancio**

In un Paese in cui il 28% della popolazione adulta è caratterizzata da analfabetismo funzionale, la scuola e l'università italiana presentano alcune criticità strutturali e profonde lacune nelle modalità di insegnamento. In questo senso, è necessario ridurre i continui tagli di risorse economiche, tornare ad investire in istruzione, ripensare la didattica e formare gli insegnanti del futuro, soprattutto alla luce delle nuove necessità messe in evidenza dal Covid-19

2 Cosa serve per  
**rilanciare gli investimenti delle imprese  
(e del settore della Distribuzione)?**

## Gli ambiti di intervento prioritari per favorire gli investimenti delle imprese



### **Favorire finanziamenti agevolati a lungo termine**

È necessario concedere alle imprese – piccole, medie e grandi – finanziamenti a lungo termine per la realizzazione e lo sblocco di investimenti, anche legati a programmi di riorganizzazione aziendale e rafforzamento delle filiere strategiche, favorendone lo slancio una volta che l'emergenza sarà conclusa

### **Assicurare sostegno dal breve al lungo termine anche per le grandi imprese**

È necessario sostenere anche le grandi imprese strategiche per il sistema produttivo e l'occupazione italiana, la cui tenuta è essenziale per rafforzare e tutelare le filiere di appartenenza e preservare l'occupazione. È fondamentale ipotizzare interventi specifici quali prestiti diretti, misure volte a garantire liquidità, agevolazioni fiscali, indennizzi e contributi a fondo perduto e misure per surrogare gli attuali mutui o contratti di *leasing* con nuove linee di credito garantite da immobili aziendali. La perdita delle grandi imprese rischia di ridurre drasticamente la competitività del tessuto industriale

### **Ribaltare il paradigma verso uno sviluppo sostenibile**

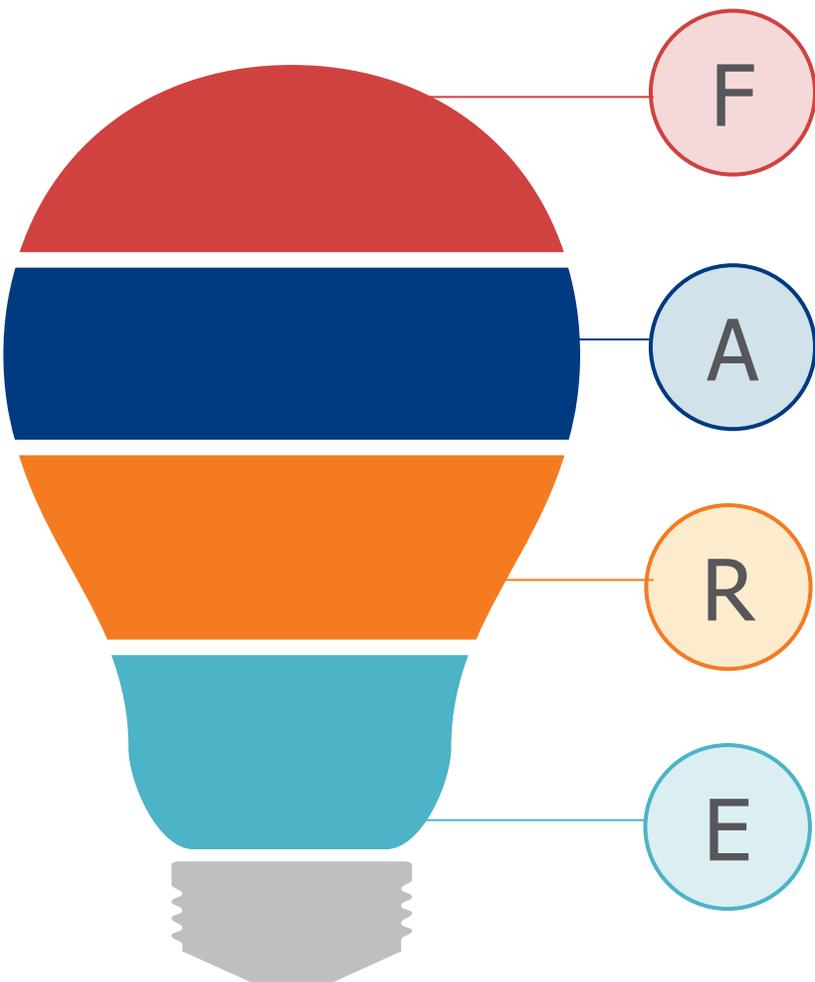
È necessario orientare le scelte di investimento delle imprese verso la transizione energetica, la decarbonizzazione e l'Economia Circolare. In questo senso, occorre creare un sistema di incentivi tale da favorire le attività di Ricerca e Sviluppo, permettere di velocizzare i tempi delle procedure ambientali per le infrastrutture energetiche, semplificare gli *iter* per gli ammodernamenti tecnologici di impianti industriali e infrastrutture e semplificare le procedure per favorire l'utilizzo di tecnologie più avanzate negli impianti

### **Esplicitare la centralità degli investimenti per accelerare la crescita**

Per attrarre, stimolare e rilanciare gli investimenti privati è necessario dare continuità e sistematicità all'impianto agevolativo vigente. In particolare, è necessario riconoscere un effetto moltiplicatore all'intensità delle misure di sostegno, qualora l'impresa effettui investimenti rilevanti ai fini di diverse agevolazioni, oltre ad un incremento delle aliquote dei crediti di imposta. Occorre favorire la digitalizzazione delle imprese come premessa per il rafforzamento della produttività, anche riprendendo il piano Industria 4.0

3 Cosa serve per  
**rilanciare i consumi alimentari e non alimentari  
delle famiglie italiane?**

## Gli ambiti di intervento prioritari per favorire il rilancio dei consumi delle famiglie italiane



F

### Favorire la crescita dell'occupazione

Promuovere politiche attive per il sostegno all'occupazione (es. incentivi alle imprese per assunzioni, formazione continua e *life long learning*, ecc.)

È necessario inoltre mantenere attive le misure di Cassa Integrazione, del fondo di integrazione salariale e del sistema di indennità per lavoratori autonomi e professionisti al fine di tutelare i livelli occupazionali in un periodo di *shock* per fatturati e ricavi e, quindi, sostenere i consumi.

A

### Alimentare, in modo sostenibile, il reddito delle famiglie

Continuare a sostenere l'acquisto di generi alimentari e beni di prima necessità delle famiglie italiane. È possibile immaginare l'erogazione di *bonus* diretti alle famiglie il cui utilizzo dovrà essere vincolato alla spesa in generi alimentari e beni di prima necessità. Le singole municipalità potranno, a discrezione, integrare ed aumentare i fondi concessi dallo Stato

R

### Rafforzare i meccanismi di incentivi fiscali

Per rilanciare i consumi, è necessario azionare una serie di incentivi fiscali a tempo determinato soprattutto per il settore non alimentare. Per esempio potrebbero essere estese le detrazioni fiscali per i beni non alimentari più in difficoltà

E

### Estendere strumenti alternativi di incentivo alla spesa

È necessario incentivare i consumi (soprattutto quelli non alimentari) anche attraverso una serie di strumenti volti a «ricreare» il potere d'acquisto delle famiglie italiane, quali ad esempio riforme fiscali e strumenti di medio-lungo periodo (sostegno a famiglie numerose, conciliazione casa-lavoro, supporto per asili o *baby sitter*, ecc.)

*«When everything seems to be against you, remember that the airplane takes off against the wind, not with it»*

Henry Ford



# Grazie per l'attenzione



## **Valerio De Molli**

*Managing Partner & CEO, The European House – Ambrosetti*

Website: [www.ambrosetti.eu](http://www.ambrosetti.eu)

E-mail: [valerio.de.molli@ambrosetti.eu](mailto:valerio.de.molli@ambrosetti.eu)

Twitter: [@Ambrosetti\\_](https://twitter.com/Ambrosetti_)