



FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

AUDIZIONE FEDERDISTRIBUZIONE 11 COMMISSIONE DEL SENATO (Lavoro, Previdenza sociale)

16 novembre 2011

Introduzione e scenario economico

La Distribuzione Moderna Organizzata (DMO) da anni sta affrontando una situazione di grande complessità, dovuta da un lato ad una contrazione della dinamica dei consumi che ne frena le vendite e ne rende sempre più difficile l'espansione (nell'ultimo decennio cresciuti in termini reali solamente dello 0,3%), dall'altro ad una costante crescita dei costi.

Il risultato sono indici di redditività in calo, che impongono scelte aziendali di rigore nella gestione e nella pianificazione dello sviluppo, con particolare attenzione al costo del lavoro (la voce maggiore ad eccezione di quella relativa ai prodotti) e agli investimenti. Questi ultimi si sono infatti parzialmente ridotti rispetto a quanto realizzato negli anni pre-crisi, pur rappresentando ancora un valore stimato intorno ai 3 miliardi, comunque significativo nell'attivazione di un forte indotto e di uno sviluppo delle economie locali.

In questo scenario di complessità la DMO ha comunque continuato la sua azione in difesa del potere d'acquisto dei consumatori, aumentando le offerte promozionali e le opportunità di scelta attraverso ampliamenti assortimentali che hanno coperto ogni fascia di prezzo

Occupazione

La DMO ha continuato anche negli anni della crisi a rappresentare un'opportunità occupazionale. Tuttavia il prolungarsi della crisi stessa per la prima volta ha inciso sulla capacità del settore di generare nuova occupazione, nonostante siano stati mantenuti gli investimenti già programmati.

La composizione della popolazione, che si caratterizza per una significativa presenza femminile, attorno al 60 % degli occupati, favorita dalla possibilità del Part Time, è rimasta sostanzialmente stabile.

In generale le aziende del settore, salvo casi specifici legati a problematiche aziendali che si sono sommate all'andamento negativo delle vendite, non hanno fatto ricorso a significative riduzioni di personale. Anche l'utilizzo della CIGS, è stato contenuto ed attivato sulla base di accordi sindacali relativi a situazioni circoscritte.

Si sta invece assistendo ad un sostanziale fermo del normale turnover per cui si riducono le sostituzioni di coloro che vanno in pensione e dei dimissionari. A questo si accompagna un più

basso numero di nuove assunzioni rispetto al passato per minor sviluppo. Le assunzioni quindi, pur continuando ad essere presenti, calano rispetto a quanto realizzato precedentemente.

La diminuzione del turnover determina anche una crescita relativa dei contratti a tempo indeterminato, in quanto i contratti a termine, già presenti in misura contenuta, sono principalmente utilizzati per nuove aperture, "picchi di attività" e sostituzioni temporanee, tutte causali che, nella attuale situazione, riducono la loro incidenza.

Il contratto di apprendistato, seppure in lieve calo, evidenzia una dinamica negativa inferiore a quella registrata per tale contratto nei diversi settori economici. Tale riduzione è chiaramente imputabile anche alle vicissitudini normative, interpretative e applicative che si sono succedute proprio in concomitanza con l'inasprirsi della crisi.

Il gradimento del nostro settore per questo contratto si evince anche dal fatto che, a fronte di una norma contrattuale del CCNL del commercio e della distribuzione che richiede di confermare almeno l'80% degli apprendisti in forza, il panel di aziende Federdistribuzione si colloca ben oltre questa percentuale.

Per questo motivo si sta già lavorando per dare operatività compiuta nel CCNL a quanto previsto dal nuovo Testo Unico sull'apprendistato che finalmente consente di disporre di una regolamentazione fruibile, come norma unica sul territorio nazionale.

Considerazioni finali

Alla luce della situazione attuale non sembra ipotizzabile un deciso cambiamento delle condizioni di contesto economico del Paese. Lo scenario che dovrà affrontare la DMO continuerà quindi ad essere critico.

Alcuni provvedimenti possono tuttavia essere di stimolo per la ripresa.

Il sistema d'impresa ha bisogno di recuperare produttività e competitività. La libertà d'impresa deve essere un principio cardine per ogni intervento di politica economica, da realizzarsi in collaborazione tra Stato e regioni.

Occorre quindi dare concreta applicazione ai principi di libertà d'iniziativa e d'attività economica contenuti nell'art. 3 della legge n. 148/2011, in settori ancora poco permeati dai dettami della concorrenza ma anche nel commercio, dove bisogna fare un ulteriore sforzo per proseguire la strada intrapresa nel 1998, adeguando l'offerta ai nuovi bisogni dei cittadini e accettando una logica di cambiamento.



Audizione Federdistribuzione

11^a Commissione del Senato

(Lavoro, previdenza sociale)

Roma, 16 novembre 2011

I NUMERI DELLA DMO

- Rappresenta il 58% dei € 222 Mdi degli acquisti che vengono fatti nei negozi (cd consumi commercializzabili)
- Occupa oltre 450.000 dipendenti su 1.845.000 del commercio
- Investe ogni anno 3,7 miliardi di euro in aperture e ristrutturazioni
- Si relaziona con 13.150 fornitori (oltre il 98% sono PMI)
- Rilascia 3,2 miliardi di scontrini in un anno (ogni settimana 60 milioni di persone entrano nei suoi punti vendita)
- Oltre il 75% del fatturato è realizzato da aziende a capitale nazionale

LO SVILUPPO DEL COMMERCIO E DELLA DMO

PASSATO

- Solo negozi di prossimità
- Assortimenti limitati
- Orari di apertura corti
- Poche catene presenti
- Niente servizi “accessori”
- Tessile: 4 stagioni, se non solo due
- Pagamenti in contanti

PRESENTE

- Pluralità di formule distributive (cioè diversificazione delle opportunità di acquisto): ambulanti, negozi specializzati, mercati rionali, negozi di prossimità a libero servizio, super, superstore, iper, Centri Commerciali, Outlet, Grandi Magazzini, Grandi Superfici Specializzate non alimentari
- E-Commerce
- Franchising
- Centri Commerciali naturali
- Assortimenti amplissimi, prodotti innovativi, veloce rotazione e aggiornamento degli assortimenti (tessile)
- Nuovi servizi nei punti vendita (pagamento bollette, servizio assicurativi, abbonamenti telefonia mobile)
- Servizi post vendita, garanzie ai consumatori
- Sicurezza nei prodotti, alimentari e non alimentari (e non a scapito della qualità)
- Nastri orari più lunghi, più giorni di apertura nell’arco della settimana
- Presenza di molte catene, nazionali e internazionali, maggior concorrenza
- Ogni forma di pagamento elettronico, credito al consumo

FEDERDISTRIBUZIONE

I NUMERI (Anno 2010)

- **87,9** miliardi di euro di fatturato aggregato
- **68,2 %** la quota di mercato sul fatturato totale della DMO*
- **40 %** di tutti i consumi commercializzabili di cui:
 - il **47 %** degli alimentari
 - l' **80 %** dell'elettronica
 - il **20 %** dell'abbigliamento
 - l'intero mondo dei grandi magazzini e la stragrande maggioranza del bricolage
 - le formule e le insegne più moderne dell'arredamento e dell'occhialeria
 - i **2/3** del franchising
- **44.650** esercizi operanti direttamente e in franchising
- **325.900** addetti (di cui 114.700 nel franchising e nelle vendite per corrispondenza)

LA MISSIONE:

contribuire alla crescita armonica del Paese in un contesto di sostenibilità economica, sociale e ambientale, diffondendo i valori del commercio moderno, del mercato e della concorrenza.

L' ATTIVITA':

si svolge sia in ambito comunitario che nazionale e locale, agendo direttamente con il personale dei propri uffici centrali di Milano e attraverso una rete di delegati regionali e provinciali che copre l'intero territorio italiano.

LA VISIONE:

operare per creare le condizioni per una costante evoluzione delle aziende della Distribuzione Moderna Organizzata, orientando provvedimenti normativi, legislativi e atti istituzionali verso la crescita dei consumi e una maggiore efficienza di sistema.

* Aggiornate fonti informative sul non food consentono un nuovo calcolo della quota. Escludendo il franchising dei servizi e le vendite per corrispondenza il valore della quota è pari a 63,1%.

IL CONTRATTO COLLETTIVO NAZIONALE DEL TERZIARIO, DISTRIBUZIONE E SERVIZI

Gli ultimi due rinnovi del CCNL del settore hanno avviato un percorso di innovazione, sia in termini di contenuti che in termini di nuove modalità di regolazione.

Il rinnovo del 2008

- Ha definito una regolamentazione nazionale del lavoro domenicale, garantendo a tutti i dipendenti una maggiorazione minima del 30% della retribuzione per la domenica.
- Ha riordinato la disciplina contrattuale dell'apprendistato e dei profili formativi.
- Ha previsto tramite un'apposita commissione il riordino della governance e del funzionamento del welfare contrattuale e di tutti gli enti bilaterali secondo criteri di: efficacia, trasparenza e sostenibilità futura.

Il rinnovo del CCNL nel 2011

- Secondo livello di contrattazione: materie delegate (principio del “*ne bis in idem*”); possibilità di realizzare anche intese derogatorie o sospensive del CCNL; riconoscimenti economici fondati sull'effettivo incremento di produttività (non sono applicabili premi indipendenti dai risultati).
- Il trattamento economico nei primi tre giorni di malattia è stato vincolato in un meccanismo a scalare che disincentiva gli “assenteisti, parallelamente ampliate le tutele per coloro che soffrono di patologie gravi.
- Consolidata la disciplina del lavoro domenicale, che garantisce una equa distribuzione delle presenze.
- Prevista la possibilità del pagamento diretto da parte del datore dell'indennità di malattia con il contestuale esonero dal versamento del contributo all'INPS, a fronte del fatto che il settore oggi paga più del doppio di quanto serve all'INPS per i rimborsi, mentre altri settori non sono obbligati a versare, oppure versano solo per alcune categorie che assorbono il totale dei loro contributi. La previsione è stata annullata dalla manovra di luglio lasciando sul terziario un onere ingente e ingiustificato.

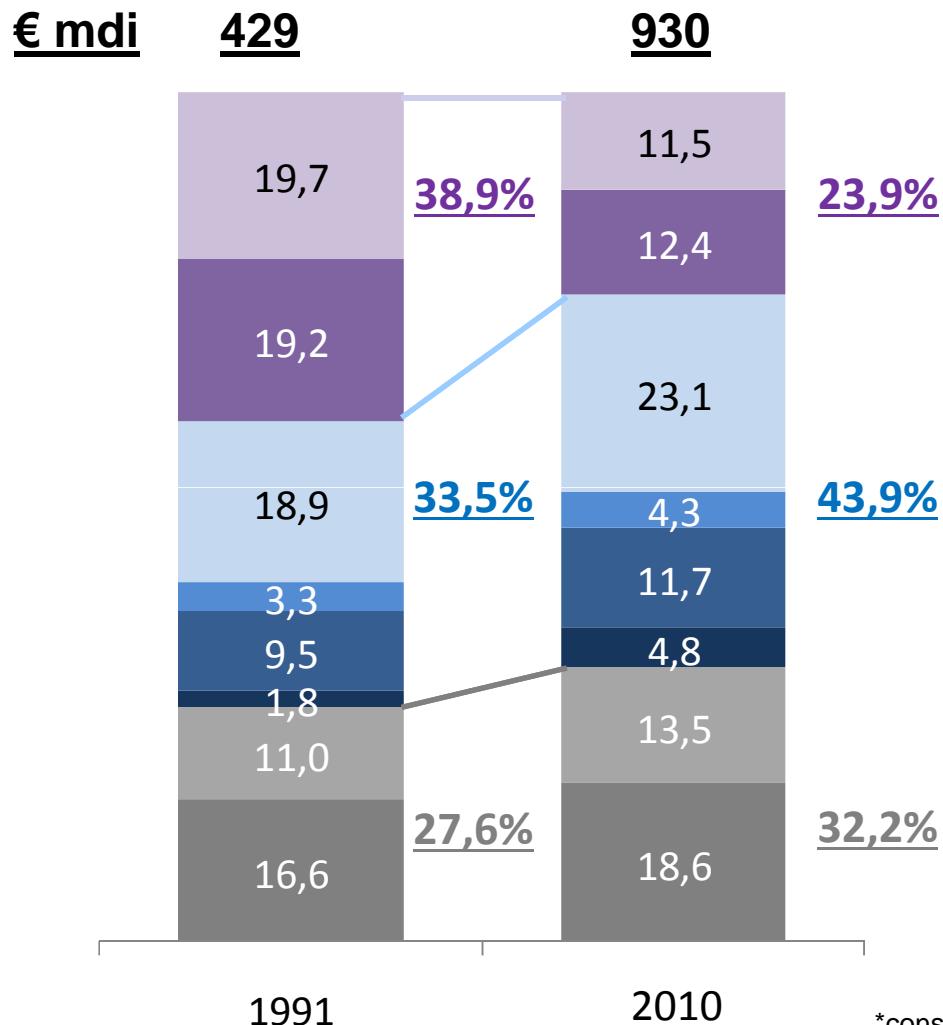
IL CONTRATTO COLLETTIVO DI LAVORO E IL WELFARE DEL SETTORE

Le aziende aderenti a Federdistribuzione applicano un contratto collettivo nazionale, quello del terziario distribuzione e servizi, che prevede il più significativo pacchetto di welfare contrattuale.

In particolare

- **L'Assistenza sanitaria integrativa (FONDO EST, Cassa Qu.A.S, Fondo FASDAC)** per tutti i lavoratori dipendenti, quadri e dirigenti, consentono il rimborso delle spese sanitarie, inclusa l'odontoiatria.
- **La Previdenza complementare (FON.TE; Fondo Mario Negri)**: consentono di disporre all'atto del pensionamento, di una pensione complementare del sistema obbligatorio.
- **La Formazione (FOR.TE; Fondir;)**: I fondi impegnano il 100% delle risorse disponibili ogni anno su progetti di formazione per i dipendenti delle imprese del Commercio e del Terziario
- **Gli Enti Bilaterali** : erogano prestazioni e servizi alle imprese e ai dipendenti, attraverso una rete capillare distribuita a livello provinciale, che comprende anche un Ente Nazionale.

EVOLUZIONE DEL MODELLO DI CONSUMO DELLE FAMIGLIE ITALIANE



Fonte: analisi Federdistribuzione su dati Istat e fonti varie

*consumi commercializzati escluso: auto-produzione, tessuti, sartoria, canali "professionali" dell'elettronica, prodotti farmaceutici, carburanti, veicoli.

Acquisti nei punti vendita

(cd consumi commercializzabili)*

Non Alimentari (abbigliamento, arredamento elettronica ecc)	107
Alimentari	115

Consumi “obbligati”

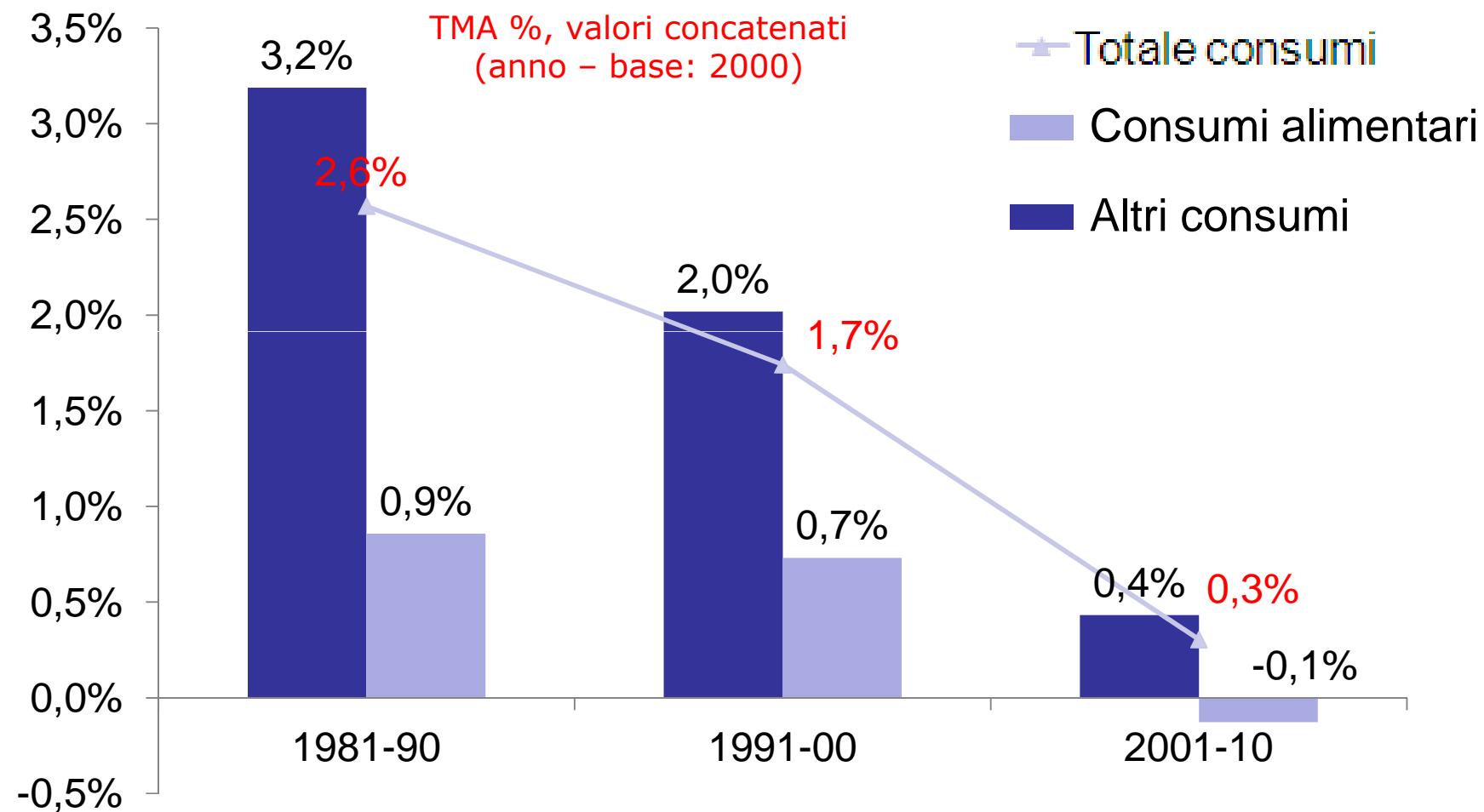
Affitti, Gas Luce, Acqua, Manutenzione abitazione	215
Salute / Istruzione	40
Servizi di Trasporto e Comunicazione	109
Servizi Assicurativi e Finanziari	45

Altri consumi

Alberghi, Ristoranti e Viaggi	126
Cura della persona, Auto, Tessuti, Sport, Spettacoli, Giochi e lotterie, Professionisti ecc.	173

LA DINAMICA DEI CONSUMI IN ITALIA

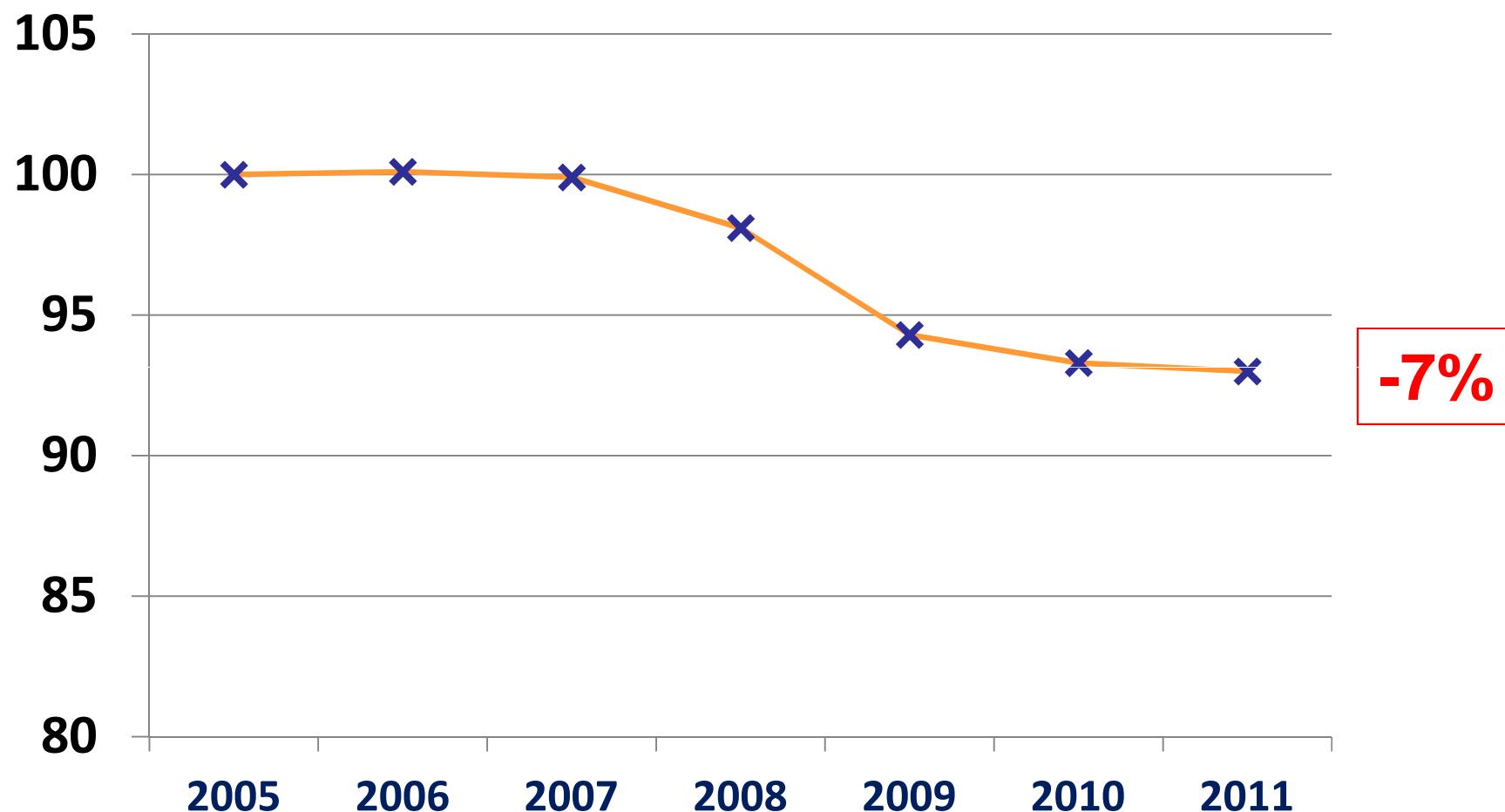
- Valori reali -



Fonte: Elaborazione Federdistribuzione su dati Istat (2011)

REDDITO DISPONIBILE REALE PRO-CAPITE

Indice 100 = 2005



Fonti: elaborazioni ref. su dati ISTAT

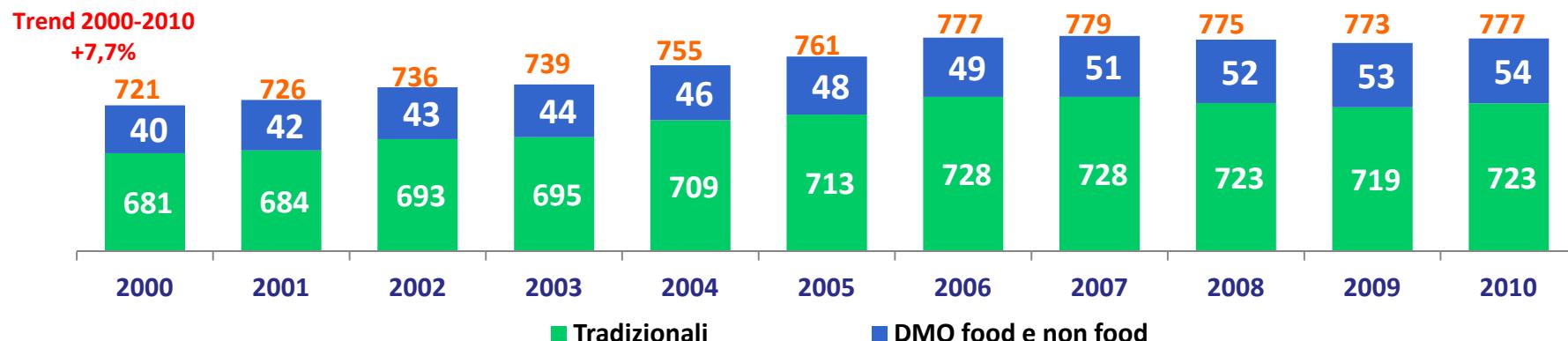
VENDITE AL DETTAGLIO

Valori correnti - Dati grezzi - Variazioni %

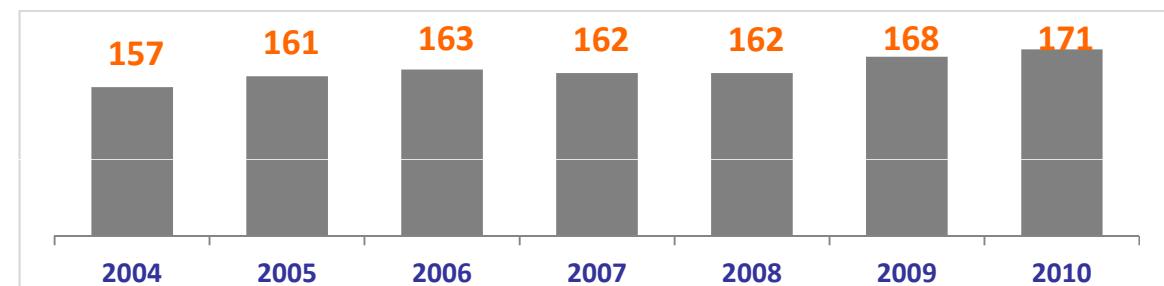
	2008	2009	2010	<u>Gen-ago 2011</u> <u>Gen-ago 2010</u>
ALIMENTARI	+1,5%	-1,4%	-0,3%	+0,1%
Grande Distribuzione	+2,7%	-0,3%	+0,4%	+0,5%
Piccole superfici	-0,3%	-3,2%	-1,4%	-0,8%
NON ALIMENTARI	-1,1%	-1,6%	+0,3%	-1,0%
Grande Distribuzione	+0,6%	+0,4%	+1,1%	-1,3%
Piccole superfici	-1,9%	-2,6%	0,0	-0,9%
TOTALE	-0,3%	-1,7%	+0,2	-0,7%
Inflazione - ISTAT	+3,3%	+0,8%	+1,5%	+2,6%

LO SVILUPPO DELLA RETE COMMERCIALE

PUNTI VENDITA ('000) DETTAGLIO FISSO



AMBULANTI ('000)



TOTALE PUNTI VENDITA ('000)



OCCUPATI ('000)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Totale occupati	1.817	1.854	1.867	1.889	1.849	1.825	1.852	1.867	1.876	1.854	1.845

Fonte: elaborazioni TradeLab
su dati Ministero dello sviluppo
economico

Audizione Federdistribuzione
11^a Commissione (Lavoro, previdenza sociale) del Senato - 16 novembre 2011

I COSTI DELLE IMPRESE

	2007	2008	2009	2010	Gen-Sett '11
Listini dei fornitori (LCC)	4-5%	6-7%	3-4%	2-3%	3-4%
Prezzi alla vendita (iper + super / LCC)	1,2%	4,2%	0,4%	-0,9%	1,6%

Incrementi annui di tariffe/servizi

	2010	2011 (stime)	2012 (stime)
Energia	0-2%	8-10%	6-8%
Trasporto	2%	6-8%	8-10%
Affitti	0-2%	2%	2-4%
Tia/Tarsu	6-8%	2-4%	4-6%
Imposte pubblicità	10-15%	6-8%	6-8%

Costi della burocrazia

1.480 milioni € annui pari all'1,15% del fatturato (studio Trade Lab)
Costo di inefficienza: circa 20% => 296 milioni €

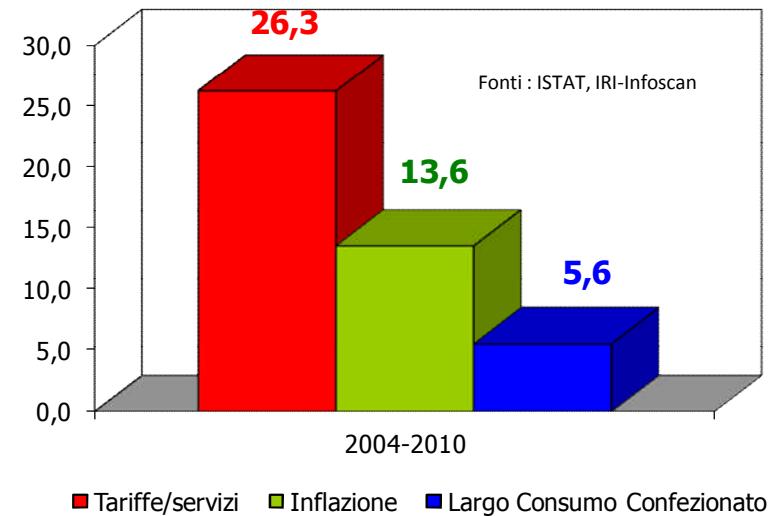
Fonti: analisi interne Federdistribuzione; prezzi LCC: Iper+Super+LS, SymphonyIRI

UNA STRATEGIA IN FAVORE DEL CONSUMATORE

1) Tutela del potere d'acquisto



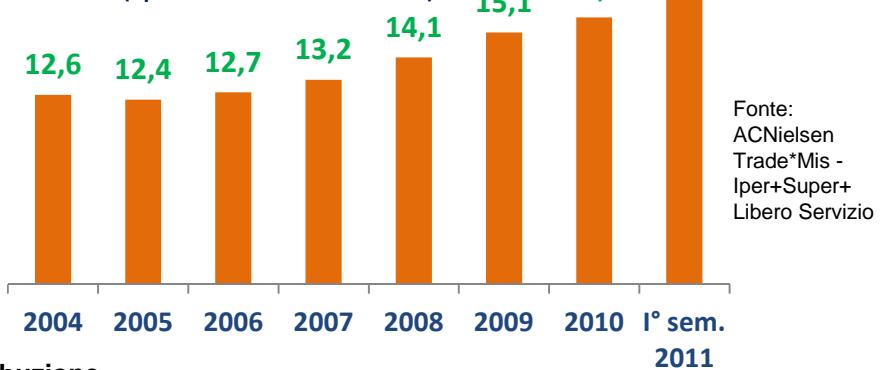
Prezzi di tariffe / servizi e prodotti LCC
(var % 2004-2010)



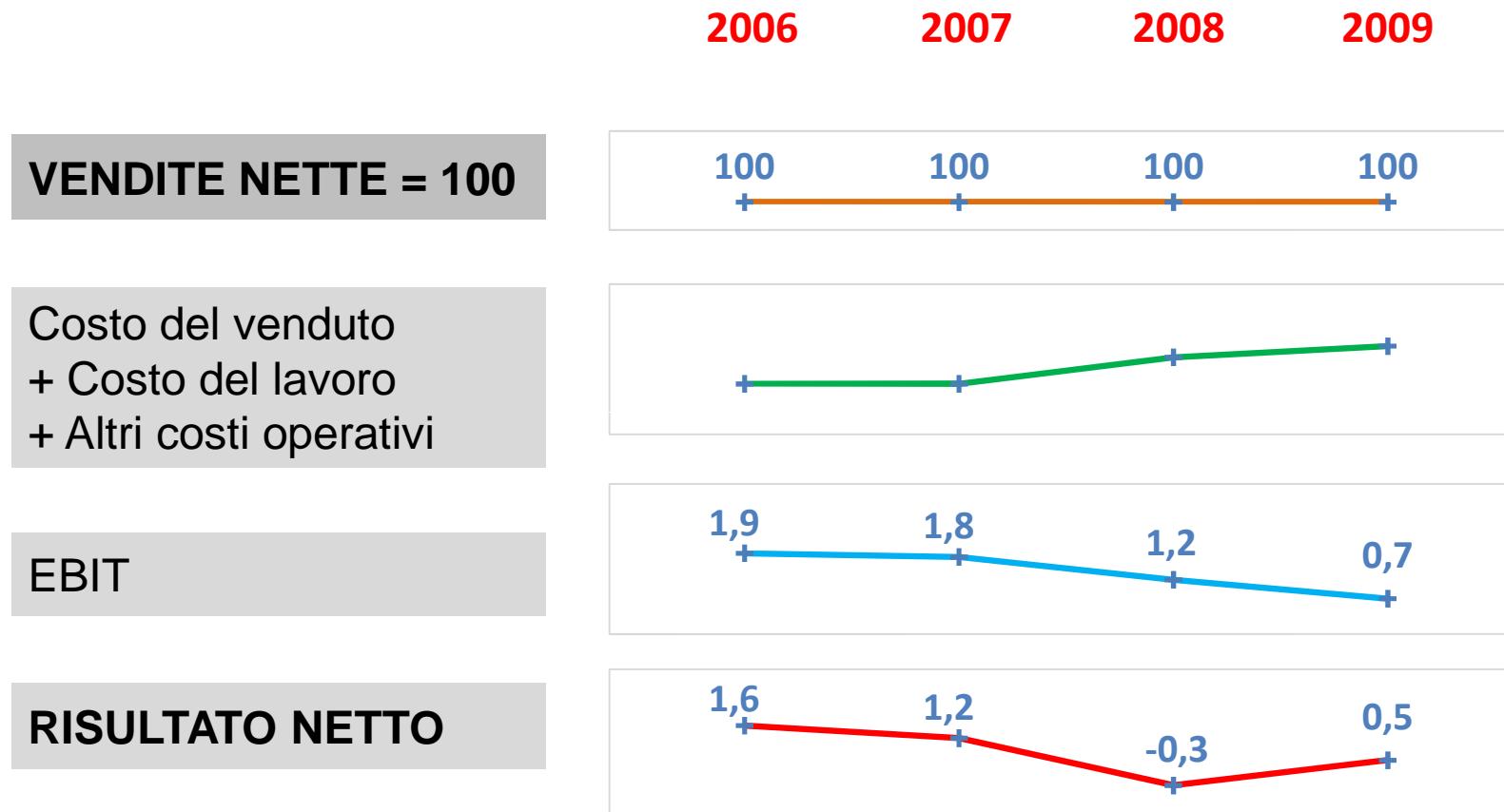
2) Possibilità di scelta

- Primi prezzi
- Prodotti regionali
- "Moda" a prezzi convenienti
- Promozionalità nell'elettronica

Marca del distributore
(quota di mercato %)



REDDITIVITA' % DELLE AZIENDE FOOD E NON-FOOD DELLA DMO



Fonte: analisi Federdistribuzione da dati di bilancio

INVESTIMENTI

Negli ultimi anni di crisi la DMO ha continuato a investire in aperture e ristrutturazioni dei punti vendita circa 3 miliardi all'anno, confermando quanto precedentemente programmato.

Un importo inferiore a quanto realizzato mediamente in passato, ma ancora significativo nell'attivazione di un forte indotto e di uno sviluppo delle economie locali, contribuendo in particolare al sostegno delle Piccole e Medie Imprese

COMPOSIZIONE DELL'OCCUPAZIONE

Tipologia di contratto

tempo indeterminato	89%
tempo determinato	6%
apprendistato	3%
stage	1%
altri contratti a termine (inserimento, interinali)	1%
	100%

Part-time **43%**

Occupazione femminile **58%**

Fasce di età

< 30 anni	24%
30 - 50 anni	68%
> 50 anni	8%

Titolo di studio

Media inferiore	44%
Media superiore	49%
Laurea	7 %

Fonte: PricewaterhouseCoopers su dati aziende Federdistribuzione

L'EFFETTO DELLA CRISI

"La crisi ha inciso sulla capacità del settore di generare nuova occupazione"

- La DMO ha continuato anche negli anni della crisi a rappresentare un'opportunità occupazionale ma, rispetto al passato, il rallentamento dello sviluppo e l'aumento dei costi ne hanno ridotto l'intensità.
- Tuttavia le aziende, salvo casi specifici legati a problematiche aziendali che si sono sommate all'andamento negativo delle vendite, non hanno fatto ricorso a riduzioni di personale (mobilità).
- Anche l'utilizzo della CIGS, è stato contenuto ed attivato sulla base di accordi sindacali relativi a situazioni circoscritte.
- Si è in presenza di un sostanziale blocco delle sostituzioni (pensionati e dimissionari) accompagnato a un minor numero di nuove assunzioni rispetto al passato (a causa del minor sviluppo).

L'EFFETTO DELLA CRISI

"Diminuiscono le assunzioni, soprattutto per sostituzione (turnover)"

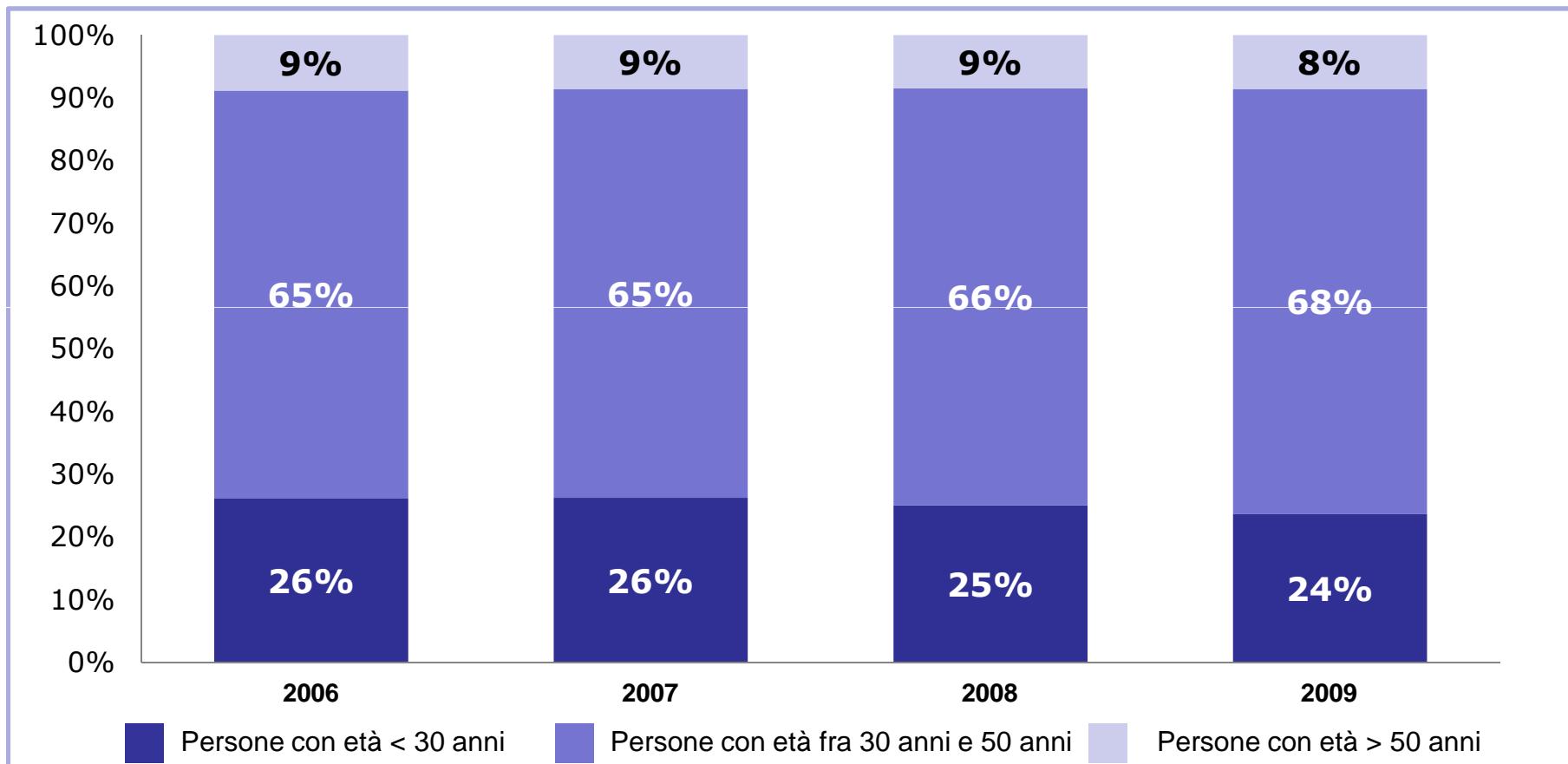
Assunzioni. Pur continuando ad essere effettuate, calano numericamente rispetto al passato: se nel 2006 rappresentavano oltre il 21% della forza lavoro, questa percentuale nel 2009 è ridotta al 12%.*

La diminuzione maggiore delle assunzioni si verifica soprattutto in quelle relative alle sostituzioni, producendo così un **rallentamento del turnover**.

*Fonte: PricewaterhouseCoopers su dati aziende Federdistribuzione

LA RIDUZIONE DEL TURNOVER EVIDENZIA UN LIEVE, MA GRADUALE INVECCHIAMENTO DELLA POPOLAZIONE

Percentuale di persone suddivise per fasce di età



Fonte: PricewaterhouseCoopers su dati aziende Federdistribuzione

RELATIVA CRESCITA DEI CONTRATTI A TEMPO INDETERMINATO

Percentuale di persone suddivise per tipologia di contratto

	2007	2008	2009
Contratti a tempo indeterminato	84%	86%	89%
Contratti a tempo determinato	9%	7%	6%
Apprendistato	4%	4%	3%
Stage	1%	1%	1%
Altri contratti a termine (inserimento, somministrazione)	2%	2%	1%

Fonte: PricewaterhouseCoopers su dati aziende Federdistribuzione

DIMINUZIONE DEL CONTRATTO A TEMPO DETERMINATO

2007	2008	2009
9%	7%	6%

La diminuzione dei contratti a tempo determinato dipende da

- meno aperture
- meno vendite nei classici “picchi di attività” (es. Natale)
- meno sostituzioni

che sono le principali causali di utilizzo.

Fonte: PricewaterhouseCoopers su dati aziende Federdistribuzione

LIEVE CALO DEL PART TIME E DELL'OCCUPAZIONE FEMMINILE

	2006	2007	2008	2009
Part-Time	-	45%	44%	43%
Occupazione femminile	57,3%	60,6%	59,5%	57,6%

Fonte: PricewaterhouseCoopers su dati aziende Federdistribuzione

L'APPRENDISTATO

Anche il contratto di apprendistato cala lievemente, anche se in misura di gran lunga inferiore al calo registrato dall'INPS a livello nazionale nei diversi settori.

Apprendisti occupati nei tre principali comparti

(v.a., variazione % rispetto all'anno precedente e composizione %. Anni 2006–2009)

Comparto	2006	2007	2008	2009
Artigianato	220.794	228.753	217.577	187.945
Industria	120.900	137.758	145.617	129.687
Terziario	241.758	268.220	279.685	270.431
Totale	583.452	634.731	642.879	588.063
Incremento % su anno precedente				
Artigianato	-1,2	+3,6	-4,9	-13,6
Industria	+5,1	+13,9	+5,7	-10,9
Terziario	+8,1	+10,9	+4,3	-3,3
Totale	+3,8	+8,8	+1,3	-8,5

Fonte: ISFOL, Monitoraggio sull'apprendistato, XI Rapporto

L'APPRENDISTATO

- I dati INPS indicano che il 46% degli apprendisti è impiegato nel terziario, di cui il 22 % nel commercio.
- Nel settembre 2009 si è sottoscritto in Confcommercio un accordo nazionale per il settore con CGIL, CISL e UIL, sulla formazione esclusivamente aziendale, applicativo del 112/08, che ridisegna l'apprendistato nel terziario come strumento realmente fruibile, in una cornice nazionale certa.
- La positiva ripartenza si è interrotta con la sentenza della Corte Costituzionale che ha rinviato la disciplina ad una necessaria collaborazione con le Regioni, anche per l'apprendistato in formazione aziendale regolamentato dai contratti collettivi.
- Il CCNL del commercio e della distribuzione obbliga a confermare almeno l'80% degli apprendisti in forza; il panel di aziende Federdistribuzione si colloca oltre questa percentuale.
- Per questo motivo si sta lavorando per dare operatività compiuta nel CCNL a quanto previsto dal nuovo Testo Unico sull'apprendistato che finalmente consente di disporre di una regolamentazione fruibile, come norma unica sul territorio nazionale.

CONSIDERAZIONI FINALI

La Distribuzione Moderna si caratterizza per:

- ✓ la corretta e totale applicazione dei contratti di lavoro;
- ✓ la massima conformità alle regole fiscali.

La DMO può continuare a essere un volano positivo per lo sviluppo del Paese:

- effettua investimenti
- crea nuova occupazione
- contribuisce alla crescita delle economie locali
- alimenta il tessuto di piccole e medie imprese
- genera un considerevole indotto
- modernizza il sistema commerciale e l'intera filiera

PURCHE'...

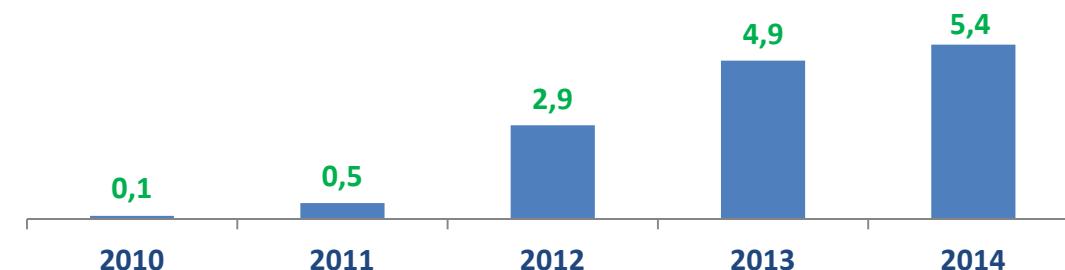
QUALI PROSPETTIVE ?

Impatto sulle famiglie delle manovre estate 2011 – 2010*

Valore annuale delle manovre per famiglia(€)

	2010	2011	2012	2013	2014
	21	169	937	1.575	1.744

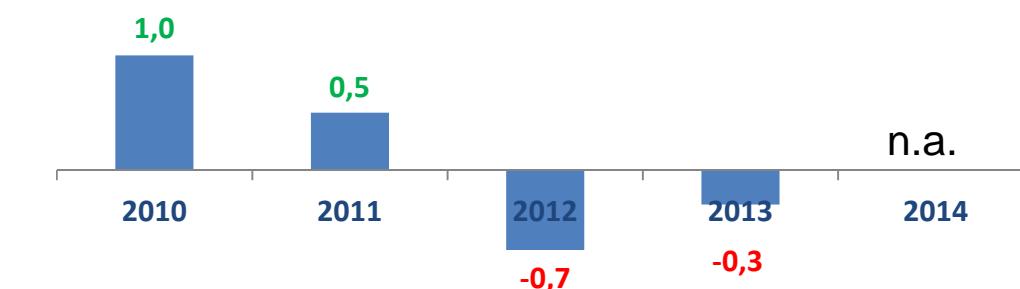
% su reddito disponibile



Tasso di disoccupazione (%)

	2010	2011	2012	2013	2014
	8,4	7,9	8,0	8,4	n.a.

Consumi nazionali reali (%)



*Fonte: analisi ref.

PROPOSTA

Il sistema d'impresa ha bisogno di recuperare produttività e competitività.

La libertà d'impresa deve essere un principio cardine per ogni intervento di politica economica, da realizzarsi con la collaborazione tra Stato e Regioni.

Occorre dare concreta applicazione ai principi di libertà d'iniziativa e d'attività economica contenuti nell'art. 3 della legge n. 148/2011, nel commercio come in ogni altro settore.

Bisogna fare un ulteriore sforzo per proseguire la strada coraggiosamente intrapresa nel 1998, adeguando l'offerta ai bisogni dei cittadini e accettando una logica di cambiamento.