PER FEDERDISTRIBUZIONE IL RADDOPPIO DELLE DOMENICHE INCREMENTEREBBE I CONSUMI DEL 2%

Aperture domenicali e festive: sarà un nuovo pomo della discordia?

Roberto Pacifico

La provocazione lanciata da Mario Gasbarrino, amministratore delegato di Unes Supermercati (si veda la lettera aperta pubblicata in apertura di questo numero), è già tutta in quella argutissima frase - "Non tutti i cittadini sono uguali (davanti alla spesa)" - che spicca a chiare lettere sull'annuncio-denuncia pubblicato a pag. 2 della Cronaca di Milano del *Corriere della Sera* del 27 aprile 2009: potrebbe diventare in futuro un vero e proprio claim di chi, soprattutto nell'industria di super e ipermercati, va sostenendo da anni, attraverso il megafono di Federdistribuzione, la necessità di liberalizzare le aperture festive (e domenicali) sottraendole, se possibile, alla sfera decisionale delle istituzioni locali.

1. *Spetta ai sindaci emettere le ordinanze per le aperture festive in deroga a quanto stabilito dalle leggi regionali*
2. *Gradimento crescente dei consumatori per lo shopping festivo*

Unes controlla 104 pdv diretti (174 compresi gli esercizi in franchising)

IL POTERE DEI SINDACI

Ricordiamo, però, brevemente il fatto. Nelle giornate di sabato 25 (festa della Liberazione) e domenica 26 aprile le amministrazioni di 20 comuni siti in tre regioni del nord-ovest (Piemonte, Emilia e Lombardia) non hanno concesso a Unes la deroga all'apertura per 30 dei suoi complessivi 240 supermercati (Unes+Gulliver), impedendo così a una "fetta importante" di clienti di fare la spesa, nonostante la concomitanza di due giorni festivi consecutivi coincidenti col fine settimana. "Questo disservizio non è dipeso in alcun modo da Unes Supermercati né da Gulliver, che s'impegnano a battersi affinché in futuro tutti i cittadini abbiano gli stessi diritti di fare la spesa a prescindere dal loro comune di residenza - scrive Gasbarrino, che aggiunge- Legittimati dalle normative regionali, i sindaci hanno margini di autonomia sempre più ampi per decidere i piani di apertura al pubblico dei punti di vendita e ne regolano orari, chiusure infrasettimanali e aperture festive in base a logiche che spesso esulano dalla reale comprensione della realtà locale".

Alcuni comuni non hanno concesso la deroga per l'apertura straordinaria

Un numero sempre crescente di persone, soprattutto chi è impegnato nel lavoro e risiede in grandi città, non riesce più "letteralmente" a fare acquisti, soprattutto quando si tratta di spese non obbligate come il non-food. "Le aperture domenicali hanno da sempre incontrato grande favore da parte dei nostri clienti - spiega Alberto Brunelli, direttore della comu-

Concorrenza e commercio

Il 2009 si prospetta come una stagione rovente in materia di conflitti tra imprese e istituzioni sul versante normativo. Una recentissima sentenza del Consiglio di Stato, a proposito di una vicenda che riguarda Milano, rimette la palla al centro. Il comune di Milano aveva negato l'apertura di un ristorante in via Broletto in base a un'ordinanza del 2005 che correla il numero di esercizi pubblici a quello dei residenti in ogni zona della città. La società richiedente fa ricorso al Tar della Lombardia. Il comune ricorre a sua volta al Consiglio di Stato, con l'appoggio della regione e della Fipe, Federazione italiana pubblici esercizi, aderente a Confcommercio. Ma il Consiglio di Stato dà infine ragione alla società cui era stata impedita l'apertura del ristorante.

La svolta insita in questa sentenza consiste nel fatto che la motivazione ribadisce il primato della regione in materia di legislazione e programmazione commerciale, ma la **legge Bersani ha, secondo tale sentenza, il primario obiettivo di garantire la concorrenza. E su questa materia lo stato ha podestà legislativa esclusiva.**

Unes prevede per la fine del 2009 un fatturato lordo di 632 milioni di euro

nicazione di Esselunga -. Specialmente in questi ultimi anni è aumentata notevolmente la percentuale di chi fa la spesa la domenica o nei giorni festivi. Non è difficile individuare i motivi di tale processo, consolidatosi nel corso degli anni: i clienti acquistano la domenica perché negli altri giorni non hanno tempo. E, se anche ne avessero, desiderano gestirlo con la massima libertà". Secondo Esselunga, gran parte degli acquisti effettuati la domenica è caratterizzata da un elevato contenuto di servizio e privilegia prodotti come il pane appena sfornato, le specialità della gastronomia preparate al momento, la pasticceria, il pesce fresco e i salumi affettati al banco: "Un servizio a favore degli acquirenti, che acquista d'importanza quando le città si svuotano per le vacanze e per i grandi ponti festivi".

DOVE SI GIOCA LA PARTITA?

Gli ultimi tre giorni della settimana (venerdì-sabato-domenica) possono rappresentare, in non pochi casi, oltre il 50% dell'incasso settimanale di un supermercato/superstore. L'incidenza media, almeno nei comuni "busy" (città metropolitane e centri con popolazione superiore a 25.000 abitanti), oscilla tra il 40 e il 50%. Il vero problema non risiede tanto nella concessione delle deroghe nel caso - non proprio frequente - in cui una festività, per giunta particolare, visto il suo significato simbolico e civile, coincida con un sabato. L'argomento più urgente è invece l'aumento numerico delle aperture domenicali sistematiche. È qui che si gioca la partita. Federdistribuzione calcola che nel caso di raddoppio delle aperture domenicali/festive, dalle 16 del dato medio attuale alle 32 ipotizzate i consumi commercializzabili alimentari e non alimentari crescerebbero complessivamente di 3,96 miliardi di euro, pari a un incremento dell'1,79% che equivale a un'incidenza sul Pil 2008 dello 0,25%. Questo senza considerare gli effetti indotti su altri consumi che potrebbero realizzarsi nel caso in cui le aperture domenicali/festive dovessero estendersi ad altre aree e settori di attività, come agenzie di viaggio o concessionari di auto. Le attuali aperture domenicali e festive rappresenterebbero, dunque, mediamente circa 2 miliardi di euro di vendite complessive (food e non-food). E cioè lo 0,25% non del Pil, ma del giro d'affari grocery dell'intera distribuzione a libero servizio in Italia (ipotizzando quest'ultimo in circa 80 miliardi di euro, ed è una stima per difetto).

ALCUNI DATI CHIAVE

La decisione dei 20 comuni di non concedere le aperture festive straordinarie per 30 punti di vendita ha presumibilmente comportato per Unes una perdita stimabile tra 100.000 e 150.000 euro. In due giorni. È l'equivalente dell'incasso medio di due settimane. L'oscillazione deriva dalla variabilità, in termini d'incidenza sulle vendite settimanali, delle domeniche straordinarie, che possono rappresentare dal 3% al 7% dell'incasso. Bisogna considerare che la domenica rappresenta circa il 16,5% del fatturato di un supermercato che prevede domeniche di apertura sistematica (il campione in questo caso è costituito da rilevazioni fatte in 2 punti di vendita cittadini e in 12 di altre località extra-urbane). Viceversa, tale incidenza scende al 7% nel caso di supermercati con aperture domenicali straordinarie. Il campione in questo caso non è omogeneo (6 città e 50 località extraurbane), ma si tratta di dati reali. Dai quali si evince che in realtà le aperture domenicali soprattutto sistematiche comportano in genere un effetto di redistribuzione del fatturato sui 7 giorni: per esempio, scende l'incidenza del sabato.

PROBLEMA NON SOLO LEGISLATIVO

Il tema delle liberalizzazioni soprattutto nel settore del commercio e dei pubblici esercizi, e nelle loro plurime declinazioni operative, dalle licenze per l'apertura di nuovi ristoranti o bar fino alla regolamentazione (deregolamentazione controllata) degli orari di apertura dei negozi suscita da almeno un decennio polemiche (spesso sterili e pretestuose) da parte della distribuzione e dell'immobiliare commerciale che non mancano di sottolineare l'ormai vieta metafora dell'Italia dalle venti regioni. Determinati vincoli legislativi e normativi non sono sempre la conseguenza di atteggiamenti istituzionali retrogradi finalizzati alla stereotipica intenzione di "mettere il bastone tra le ruote" agli imprenditori. Le istituzioni locali devono garantire ai cittadini anche tranquillità, sicurezza, compatibilità ambientale, rispetto del territorio.
Il sasso nello stagno è stato tirato. Much ado for nothing? ■

Peso degli ultimi 3 gg sugli incassi settimanali

(supermercato sito in una grande area metropolitana - valori in %)

	Venerdì	Sabato	Domenica	Peso totale weekend (sab+dom)
1. Apertura domenicale sistematica	14,22	17,53	16,47	34,00
2. Apertura domenicale straordinaria	16,04	22,16	7,02	29,18

1. Il periodo da lunedì a giovedì rappresenta il 51,8% delle vendite. Gli ultimi tre giorni della settimana incidono per il restante 48,2%
2. Il periodo lun-gio rappresenta il 54,8% delle vendite, mentre ven-sab-dom assorbe il 45,2%

Da questo sintetico raffronto si può evincere chiaramente che **l'apertura domenicale sistematica contribuisce maggiormente a concentrare le vendite sul weekend**

Fonte: elaborazione dell'autore su dati aziendali © MARK UP

L'ORDINANZA DEL COMUNE DI ROMA

"L'ordinanza n. 3 del 23 aprile 2009 emanata dal comune di Roma, con la quale si deroga al regime degli orari commerciali disponendo l'apertura di tutti gli esercizi commerciali della città per la festività del 25 aprile non è condivisa nel metodo e nel merito - affermano Silvana Morini, Pietro Ianni e Bartolo Iozzia, segretari generali di Filcams-Cgil e Fisascat-Uil di Roma -. "Se si dovesse assumere come parametro il fatto che ogni quavolta una festività infrasettimanale, civile o religiosa coincida con il sabato, si possa autorizzare l'apertura dei negozi, le festività dell'1 e 6 gennaio, 1° maggio, 25 e 26 dicembre, potrebbero diventare lavorative…Non da ultimo consideriamo inaccettabile rendere lavorativa una festività civile di notevole importanza democratica, quale il 25 aprile rappresenta per la nostra Repubblica".

Fonte: http://www.rassegna.it/articoli/2009/04/24/46176/a-roma-negozi-aperti-il-25-aprile-i-sindacati-e-inaccettabile