



Unioncamere
Veneto



REGIONE DEL VENETO

Progetto MOLO: primi risultati del monitoraggio sulle liberalizzazioni degli orari dei negozi

a cura del Centro Studi Unioncamere Veneto

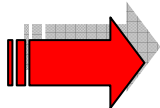
Venezia, 5 ottobre 2012

Sommario

- **il progetto**
- i risultati (prima fase)

Obiettivo del progetto

Misurare gli effetti sul mercato connessi all'introduzione della liberalizzazione degli orari di vendita delle attività commerciali, al fine di definire un dettagliato quadro conoscitivo del fenomeno e di assicurare la massima efficacia delle eventuali scelte normative e dei rispettivi interventi dell'amministrazione regionale



acquisizione di dati e informazioni relative:

- agli **operatori commerciali (imprese)**
- ai **consumatori (famiglie)**

Piano di lavoro

Unità statistiche e metodo di rilevazione:

- INDAGINE 1:** Indagine diretta (metodo *focus group*) su **78 operatori commerciali** e soggetti che ricoprono ruoli di rappresentanza nelle principali associazioni di categoria del settore (maggio 2012)
- INDAGINE 2:** Indagine telefonica (metodo *CATI*) su un campione di **800 consumatori** (famiglie), stratificato per sesso, età, titolo di studio e provincia/comune di residenza (giugno-luglio 2012)
- INDAGINE 3:** Indagine telefonica (metodo *CATI*) su un campione di **974 operatori commerciali** (imprese), stratificato per tipologia di struttura di vendita e localizzazione dell'attività (luglio 2012)

L'indagine sugli operatori commerciali (imprese)

- ✿ *apertura del punto vendita in occasione delle giornate di apertura domenicale e festiva;*
- ✿ *impatto delle giornate di apertura domenicale e festiva sulle prospettive di servizio al cittadino-consumatore e sul fatturato aziendale;*
- ✿ *implicazioni organizzative con particolare riferimento ai profili occupazionali;*
- ✿ *impatto urbanistico-ambientale;*
- ✿ *grado di soddisfazione delle aperture domenicali;*
- ✿ *valutazioni in merito al probabile impatto strutturale e socioeconomico.*

L'indagine sui consumatori (famiglie)

- ✿ *grado di soddisfazione del cittadino-consumatore;*
- ✿ *utilizzo delle aperture domenicali;*
- ✿ *impatto urbanistico-ambientale.*

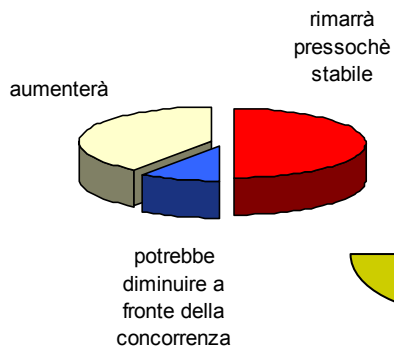
Sommario

- il progetto
- **i risultati (prima fase)**

Focus group: risultati (1)

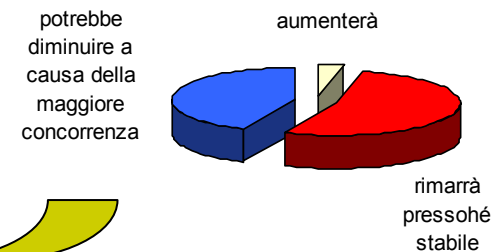
Con le aperture domenicali/festive il fatturato ...

GRANDE DISTRIBUZIONE



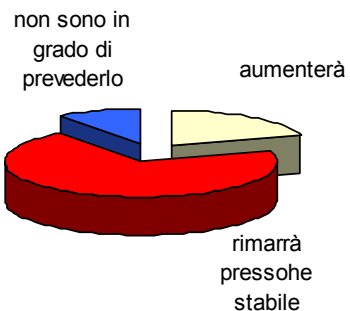
L'aumento dei costi non verrà compensato da un aumento delle vendite (70% per GD, 76% per PMD)

PICCOLA E MEDIA DISTRIBUZIONE



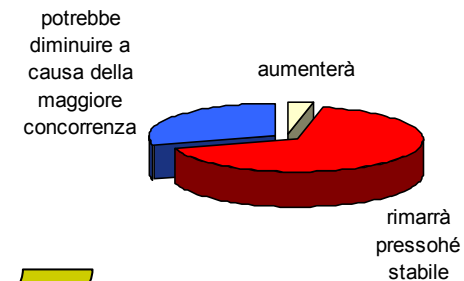
Con l'estensione dell'orario giornaliero di apertura il fatturato ...

GRANDE DISTRIBUZIONE



L'aumento dei costi non verrà compensato da un aumento delle vendite (40% per GD, 80% per PMD)

PICCOLA E MEDIA DISTRIBUZIONE



L'impatto sui costi potrebbe riversarsi sui prezzi dei prodotti e quindi sui consumatori

Focus group: risultati (2)

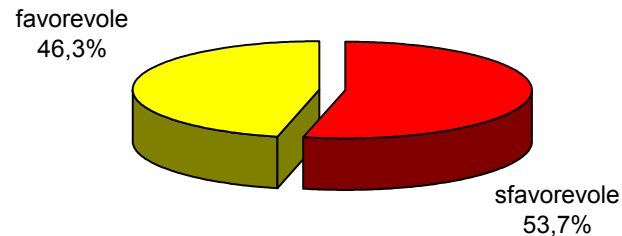
Per quanto riguarda l'occupazione ...

- la maggioranza degli operatori commerciali (6 su 10 per GD, 84% per PMD) non ha intenzione di assumere nuovo personale
- le aperture domenicali e l'estensione degli orari saranno affrontate, nel caso della GD, attraverso formule di redistribuzione dei turni e di rimodulazione dell'orario di lavoro della manodopera attuale e, nel caso della PMD, aumentando il proprio volume di lavoro e quello dei propri familiari e coadiuvanti.
- la metà degli operatori della GD ritiene che le liberalizzazioni possano determinare un aumento dell'occupazione
- l'83% degli operatori della PMD ritiene che le liberalizzazioni non porteranno a nuove assunzioni, costringendo gli esercenti a lavorare più ore e modificare l'organizzazione interna.

Indagine sui consumatori: i risultati (1)

OPINIONE SU APERTURE DOMENICALI E LIBERALIZZAZIONE DEGLI ORARI

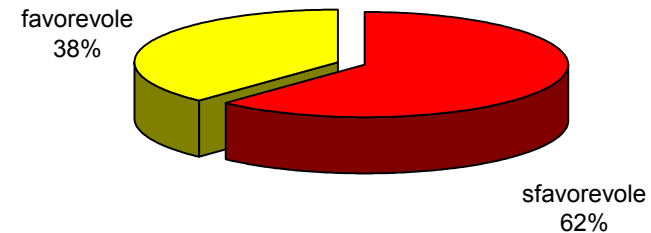
Estensione dell'orario dei negozi



↓

Per il 24% di questi non è necessario tenere più aperti i negozi soprattutto in questo periodo di crisi

Aperture domenicali/festive



↓

Per il 68% di questi la domenica è fatta per riposare e va dedicata alla famiglia

Dall'inizio del 2012 durante le domeniche di apertura:

- il 3,5% ha fatto sempre acquisti
- il 51% qualche volta/raramente
- il 45,5% non ha mai fatto acquisti

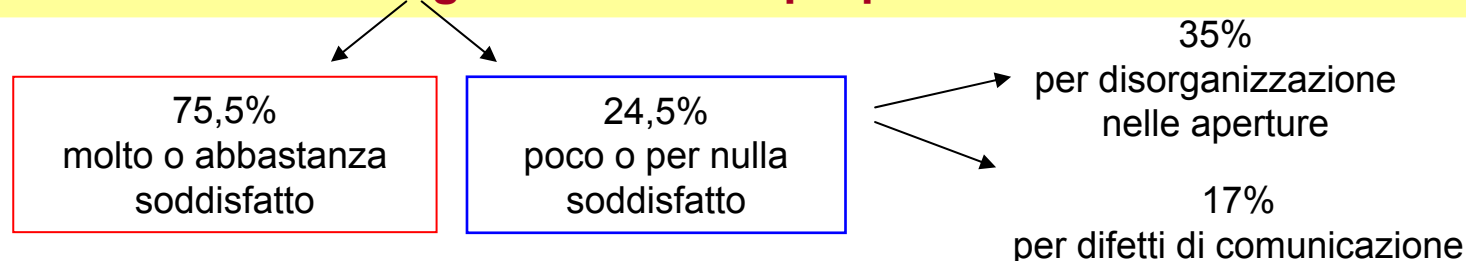
Dove hanno acquistato?

oltre il 65% nei centri commerciali, soprattutto per generi alimentari (66%) e abbigliamento (49,2%)

Indagine sui consumatori: i risultati (2)

Il 69% dei consumatori ha dichiarato che nella propria città **solo alcuni negozi sono aperti la domenica** (infatti il 73% dei commercianti non apre nei festivi).

Qual è il giudizio sulle aperture domenicali attualmente organizzate nella propria città?



Per il 75,6% sarebbe utile che i negozi fossero aperti 1 o al massimo 2 domeniche al mese

Secondo i consumatori, le aperture domenicali e la liberalizzazione degli orari porterebbero alle seguenti conseguenze:

- un peggioramento nella mobilità e nel contesto ambientale o comunque nessun miglioramento (77%)
- un peggioramento nella logistica o quantomeno nessun miglioramento (76,7%);
- nessun beneficio sui prezzi o addirittura un loro aumento (77,3%);
- un peggioramento nei servizi integrativi (vigilanza, controllo traffico, etc.) o la necessità di un loro potenziamento (60,8%)

Indagine sui consumatori: i risultati (3)

- le aperture domenicali non sembrano aver determinato un cambiamento d'abitudini (90% dei casi)
- i consumatori continuano a fare le proprie spese durante la settimana, usando le eventuali aperture domenicali per svago (61% dei casi)
- il 50% degli intervistati ritiene addirittura non necessario aprire la domenica
- il consumatore percepisce una disorganizzazione nelle aperture, non sapendo quando un negozio è aperto o chiuso
- sono preferite le aperture organizzate rispetto a quelle saltuarie
- sono preferiti i centri commerciali e i grandi magazzini rispetto al centro storico o al piccolo negozio

Indagine sui commercianti: risultati (1)

il 73% dei commercianti non effettua l'apertura domenicale

- La domenica va dedicata al riposo (41,2%);
- Non si avrebbero vendite aggiuntive (37,2%);
- Costi troppo elevati (36,9%)
- Servizio di cui il cittadino non ha bisogno (32,6%)
- Carenza di personale (19,2%)

Chi effettua l'apertura domenicale (27%) lo fa perché ...

- lo fanno anche i loro concorrenti (32,3%)
- dà loro la possibilità di vendere di più (30,4%)
- è un buon servizio per i cittadini (29%)

Con le aperture domenicali il fatturato ...

- rimarrà pressoché stabile (48,2%)
- aumenterà (23,2%)
- potrebbe diminuire a causa della maggiore concorrenza (10,1%)

Indagine sui commercianti: risultati (2)

il 69,4% dei commercianti è contrario all'estensione dell'orario

- Costi troppo elevati (38,7%)
- Non ci sarebbero vendite aggiuntive (38%)
- Non è un servizio di cui i cittadini hanno bisogno (32,8%)
- Personale insufficiente (19,9%)

Con la liberalizzazione degli orari il fatturato:

- rimarrà pressoché stabile (49,8%)
- aumenterà (24,3%)
- potrebbe diminuire a causa della maggiore concorrenza (9,4%)

Inoltre non ci sarà nemmeno un incremento occupazionale, infatti:

- 80,3% non ha intenzione di assumere nuovo personale
- 12,7% farà dipendere le assunzioni dall'andamento delle vendite
- 4,1% ha già assunto

Indagine sui commercianti: risultati (3)

il 45% dei commercianti non considera utili né le aperture domenicali né l'estensione dell'orario

- 80,7% si ritiene molto/abbastanza soddisfatto su orari apertura feriali attualmente applicati
- 49,8% si ritiene molto/abbastanza soddisfatto su aperture domenicali

il 38% dei commercianti valuta più opportuno che i negozi decidano in piena autonomia quali domeniche restare aperti, comunicandolo per tempo

- il 16,7% ritiene più opportuno aprire alcune domeniche al mese preventivamente definite
- il 15,9% ritiene più opportuno aprire alternativamente, in modo coordinato e ben comunicato, per assicurare ogni domenica una buona copertura
- l'8,4% ritiene più opportuno aprire tutte le domeniche

Indagine sui commercianti: risultati (4)

Emerge un problema organizzativo
in particolare legato alla comunicazione

- nel 76,3% dei casi le aperture domenicali/festive sono comunicate all'interno dei punti vendita
- solo nel 10% dei casi vengono concordate/comunicate insieme agli altri esercenti limitrofi
- il 38,1% ritiene che il Comune dovrebbe predisporre un piano coordinato delle aperture

Le aperture domenicali potrebbero avere maggiore successo se sono:

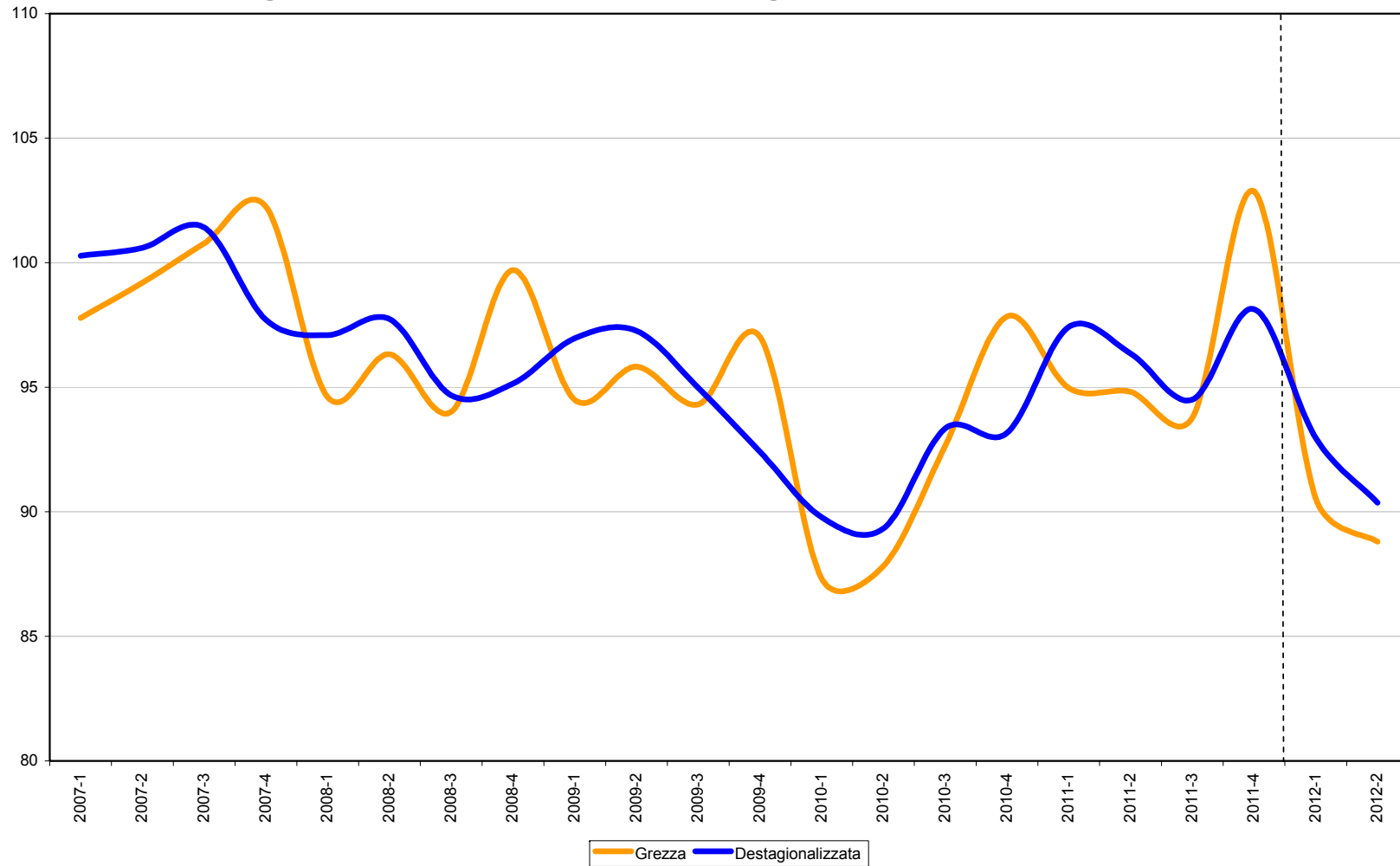
- accompagnate da iniziative collaterali (36,9%)
- comunicate meglio (22,6%)
- programmate in modo sistematico in modo da sapere chi apre e quando (18,9%),
- disponibili infrastrutture/collegamenti con centro storico e altri centri commerciali (12,8%)

Pensando alla propria città, le aperture domenicali dovrebbero essere:

- una al mese (38% dei casi)
- due al mese (51% dei casi)
- tre o più al mese (9% dei casi)

Uno sguardo alla dinamica delle vendite...

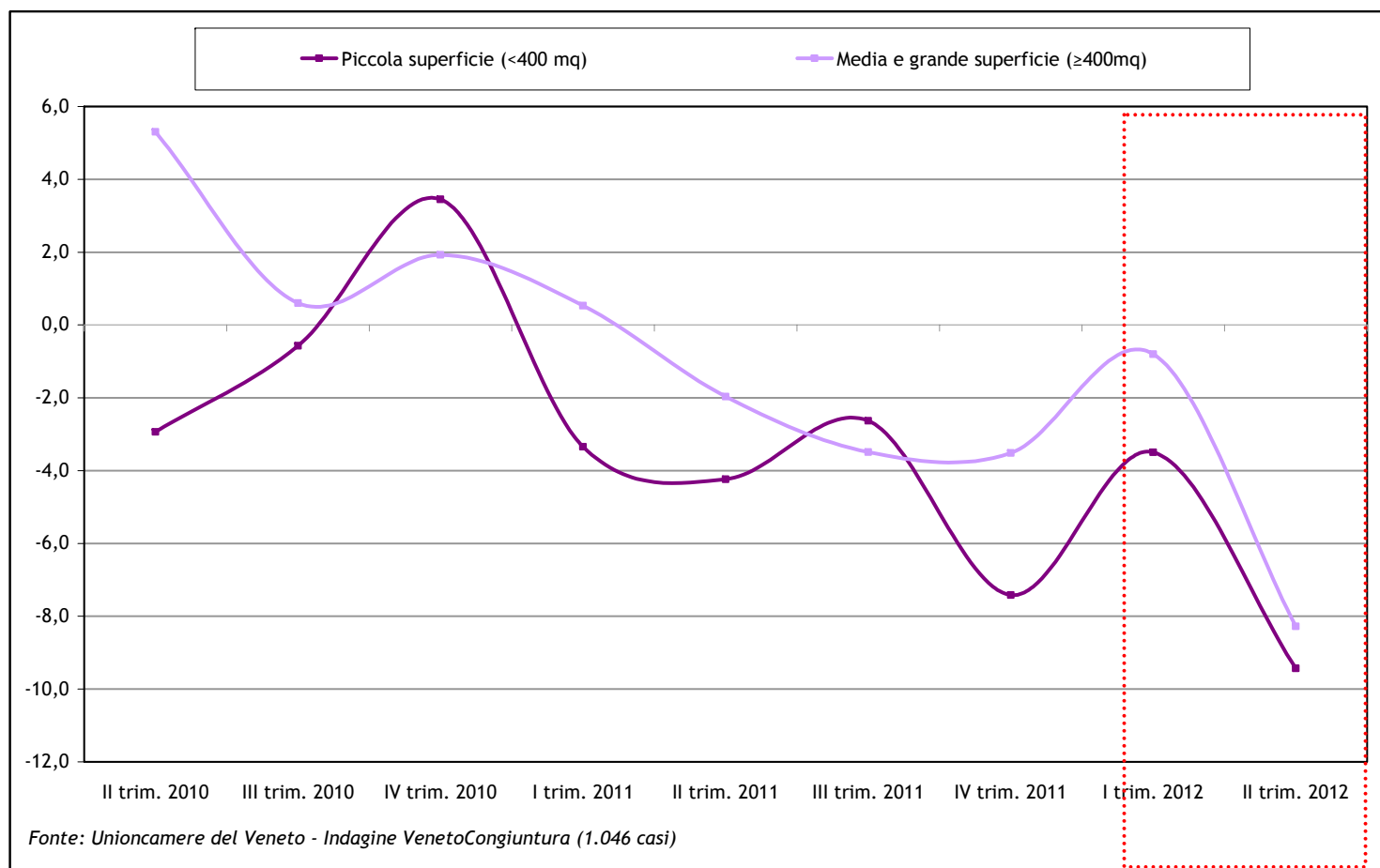
Veneto. Indice regionale delle vendite al dettaglio (anni 2007-2012)



Fonte: Unioncamere Veneto, Indagine Venetocongiuntura

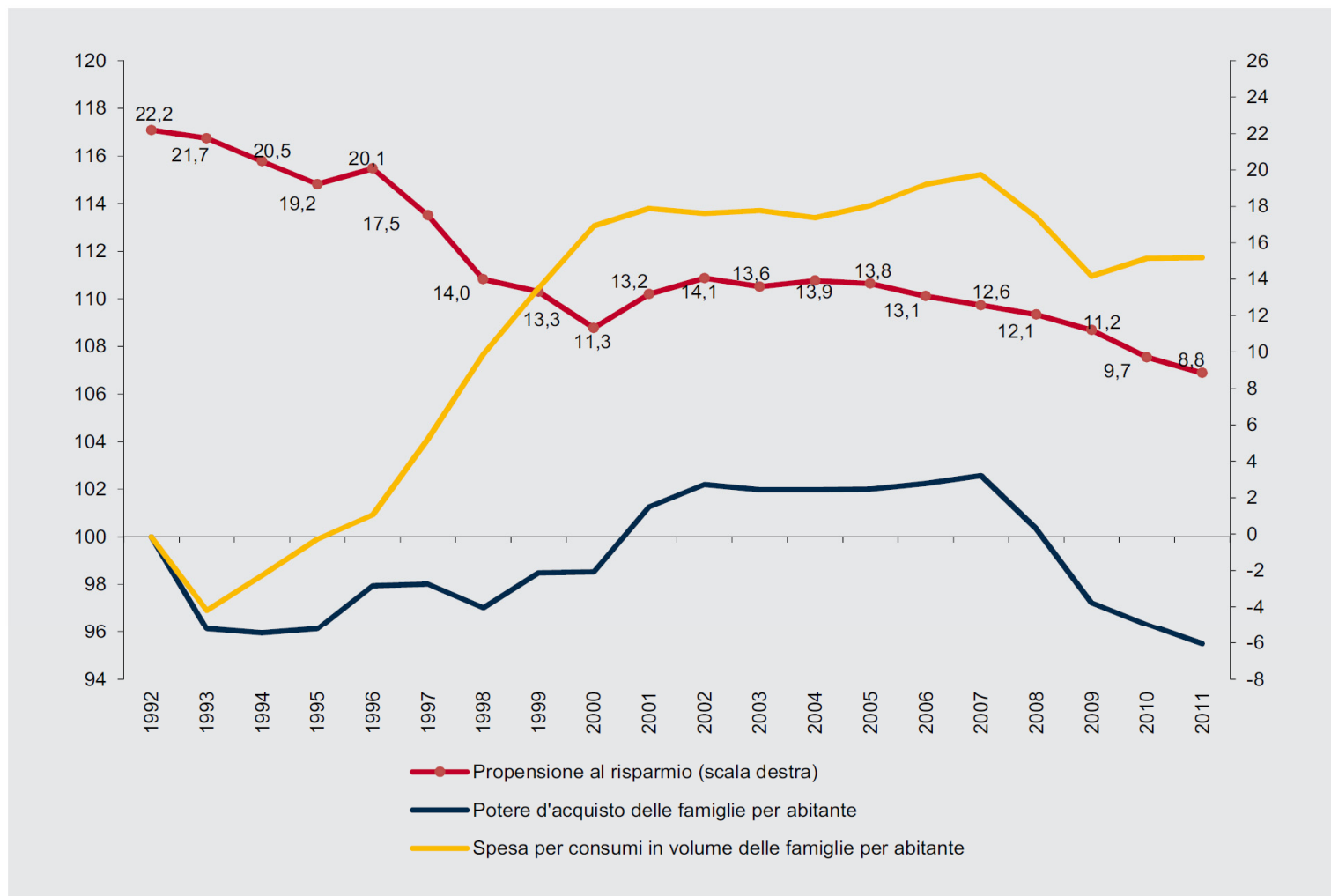
... per tipologia distributiva

Veneto. Vendite al dettaglio per tipologia distributiva (anni 2010-2012)



... al potere d'acquisto delle famiglie

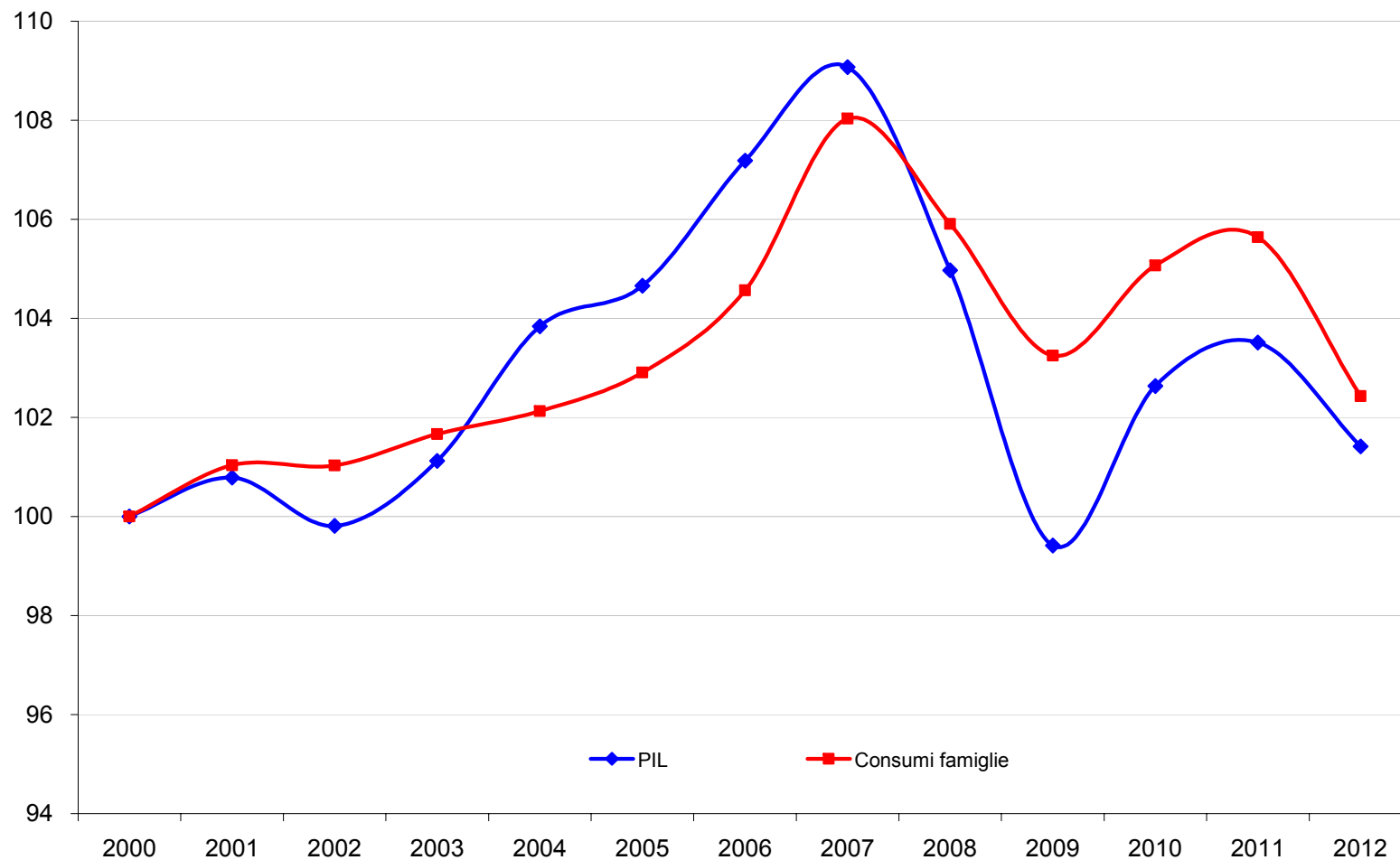
Italia. Potere d'acquisto, spesa per consumi in volume delle famiglie per abitante e propensione al risparmio delle famiglie consumatrici. Anni 1992-2011 (numeri indice 1992=100 e valori %)



Fonte: Istat, Conti nazionali

... e ai consumi delle famiglie.

Veneto. Pil e consumi delle famiglie (numeri indice 2000=100)



Fonte: elab. Unioncamere Veneto su dati Prometeia