

Data Stampa 6901 - Data Stampa 6901

Dalla Gdo la difesa delle aperture domenicali

Il mondo della Gdo boccia la proposta della chiusura domenicale dei supermercati lanciata da Ernesto Dalle Rive, presidente Ancc-Coop. «Idea anti storica». —a pagina 16

Grande distribuzione

Imprese e associazioni difendono i negozi aperti la domenica —p.16

Commercio, imprese e associazioni difendono i negozi aperti la domenica

Grande distribuzione

La proposta del vertice Coop sulle chiusure nei festivi non trova larghi consensi

Buttarelli: «Rischieremmo contraccolpi negativi»

Ibba: «Piani su base locale»

Mastrolia: «Le aperture domenicali sono consolidate, abbiamo punti vendita aperti anche per 24 ore»

Enrico Netti

Il mondo della grande distribuzione organizzata boccia la proposta della chiusura domenicale dei supermercati lanciata ieri da Ernesto Dalle Rive, presidente Ancc-Coop, l'Associazione nazionale cooperative di consumatori (si veda «Il Sole 24 Ore» di ieri).

«Sono rimasto sorpreso dalla proposta, in alcuni suoi punti la ritengo antistorica, contro le imprese e i clienti». Risponde così Carlo Alberto Buttarelli, presidente di Federdistribuzione, che rappresenta le aziende del commercio moderno alimentare e non alimentare con un giro d'affari aggregato di 86 miliardi realizzato in oltre 18.600 punti vendita tra diretti e affiliati in cui lavorano circa 225mila addetti di cui l'84% con contratti a tempo indeterminato. Tra gli associati ci sono catene di supermarket come Bennet, A&O, Crai, Despar, Esselunga, Selex, In's, Végé, Pam Panorama, Sidis e Coop Alleanza 3.0. In-

segne che negli anni hanno accentuato l'impegno nel fornire sempre più servizi e investono centinaia di milioni l'anno per rinnovare i punti vendita e sviluppare il business

«In una situazione come l'attuale caratterizzata da un fragile andamento dei consumi una iniziativa come quella ipotizzata produrrebbe ulteriori rallentamenti e danni all'intero sistema economico - sottolinea Buttarelli -. Inoltre semplificare il tutto sostenendo che chiudere la domenica i supermercati fisici permetterebbe di risparmiare sui costi non considerando gli impatti economici derivanti dalla flessione dei consumi come, per esempio, per i centri commerciali è veramente miope e non credibile».

Dal punto di vista degli incassi la domenica, insieme al sabato, sono giornate chiave. Per alcune categorie merceologiche è la giornata migliore della settimana, per altre la seconda. «Per i supermercati paradossalmente la domenica è un giorno importante perché sempre più persone non riescono a fare la spesa settimanale negli altri giorni e così non resta che la domenica, giornata insostituibile» aggiunge Buttarelli.

C'è inoltre un aspetto chiave: la concorrenza delle piattaforme online aperte sette giorni su sette, 24 ore al giorno. «Se si vuole lasciare spazio ai grandi player delle multinazionali online sarebbe un cedere le armi - segnala Buttarelli -. L'apertura domenicale non è un obbligo ma una facoltà. Se qualcuno decide di chiudere lo faccia pure, senza pretendere di condizionare il sistema distributivo. È un dibattito che speravamo superato e si deve

continuare a lavorare sulle liberalizzazioni». Sul punto della possibile riduzione dei costi Buttarelli ribadisce che «si riducono attraverso l'efficienza e non con i tagli».

Secondo Angelo Mastrolia, presidente e amministratore delegato di NewPrinces Group a cui ora fa capo Carrefour Italia, l'apertura domenicale è un'abitudine consolidata. «È un tema che ormai fa parte della storia della Gdo e non credo sia possibile cambiare questa abitudine - spiega -. Se poi c'è un tema di costi e ricavi ogni impresa deve valutare la propria situazione. Carrefour continuerà a mantenere questo servizio anche in quei negozi aperti h24 perché il servizio al consumatore è una caratteristica della nostra insegna».

Giangiaco Ibba, presidente e ad di Crai, catena ben posizionata nei negozi di vicinato, in primis pensa ai localismi. «La riflessione di Coop tocca un tema centrale per tutta la distribuzione ma bisogna pensare a specificità e esigenze dei territori e delle comunità locali - aggiunge Ibba -. Ritengo che la via migliore sia una attenta analisi, valutando con attenzione le diverse soluzioni organizzative».

Ai tempi delle liberalizzazioni **Confcommercio** si era opposta alle



aperture domenicali «ma non servì. Abbiamo sempre detto che il sistema italiano fatto di tante Pmi e micro attività non era in grado di assorbire i maggiori costi, eravamo su posizioni molto critiche - ricorda Enrico Postacchini, membro della giunta nazionale di **Con-fcommercio** con l'incarico su commercio e città -. È un tema spinoso e il mondo è andato avanti. Chiudere la domenica significa dare più spazio all'online. Siamo disposti a valutare la proposta nelle opportune sedi ma non si deve dimenticare che la domanda, il mercato si sono evoluti. Deve rimanere la facoltà di potere adattare il servizio al territorio e al tipo di prodotti venduti. Oggi la concorrenza dell'online si sente e le piattaforme continuano ad operare in un vuoto normativo e fiscale che le mette in una posizione di vantaggio mentre i retailer hanno pesanti costi fissi per i locali e il personale».

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA PROPOSTA



**IL SOLE 24 ORE,
6 GENNAIO 2026, P. 07**

Sul Sole 24 Ore di ieri la proposta di Ernesto Dalle Rive, presidente dell'Ancc-Coop



Supermercati.

Le aperture domenicali sono ormai consolidate