

**CERMES  
UNIVERSITÀ BOCCONI**

LE APERTURE DOMENICALI E FESTIVE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA:

COSA NE PENSANO I CONSUMATORI E  
QUALI SONO I BENEFICI PER LA COLLETTIVITÀ?

---

**RAPPORTO DI RICERCA**

per



**Milano, aprile 2009**

1. Percezioni, comportamenti e aspettative dei cittadini italiani nei confronti delle aperture domenicali e festive del commercio
2. Analisi del tempo degli italiani:  
una sintesi ragionata delle più recenti evidenze
3. Verso nuove aperture domenicali e festive:  
una stima dell'impatto sul PIL e sui consumi delle famiglie

- Il presente lavoro ha come obiettivo quello di analizzare le percezioni, gli atteggiamenti, i comportamenti e le aspettative dei Cittadini Italiani nei confronti delle aperture domenicali e festive del commercio, in linea con l'attività di indagine già svolta nel 2006
- Metodologia di indagine: somministrazione telefonica di questionari strutturati
- Il questionario somministrato è stato concepito sulla base di quello definito per l'indagine 2006
- L'indagine è stata condotta su un campione nazionale stratificato di 1028 abitanti:
  - tra i 15 e i 73 anni di età;
  - residenti in tutti i capoluoghi di provincia italiani
- L'attività *field* è stata realizzata nel mese di novembre 2008

## LE PRINCIPALI EVIDENZE RISPETTO ALL'INDAGINE 2006



Nelle domeniche/festivi dell'ultimo anno, dove fatto acquisti ... - % di risposte	2006	2008
nei Supermercati	65,4	71,3
negli Ipermercati e Grandi Centri Com.li	56,8	59,8
nei Negozi sottocasa	37,8	40,2
negli Outlet	24,6	30,5

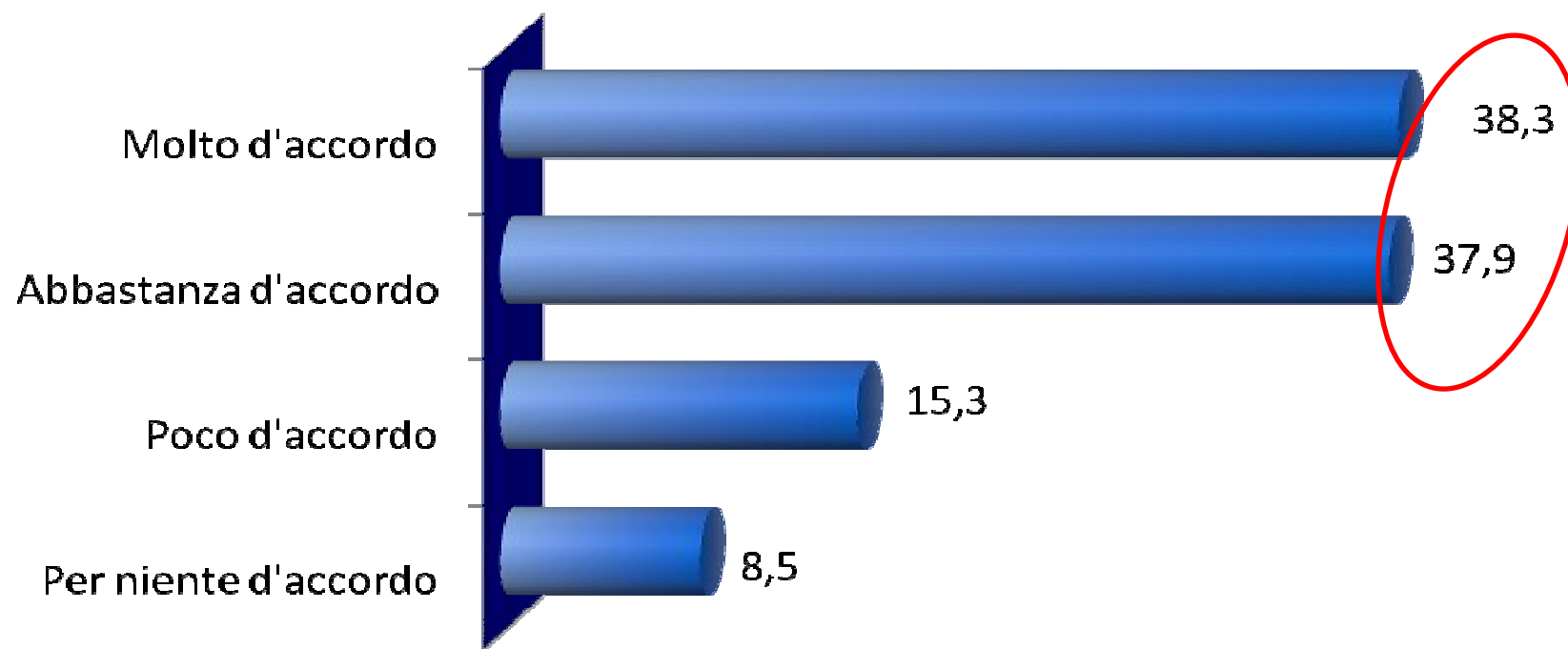
"Ho poco tempo. Le aperture domenicali mi sono utili per fare acquisti che altrimenti non farei." Lei è ... - % di risposte	2006	2008
Molto d'accordo	26,6	29,6
Abbastanza d'accordo	28,2	27,6

Numero di aperture domenicali desiderate	2006	2008
	25	29

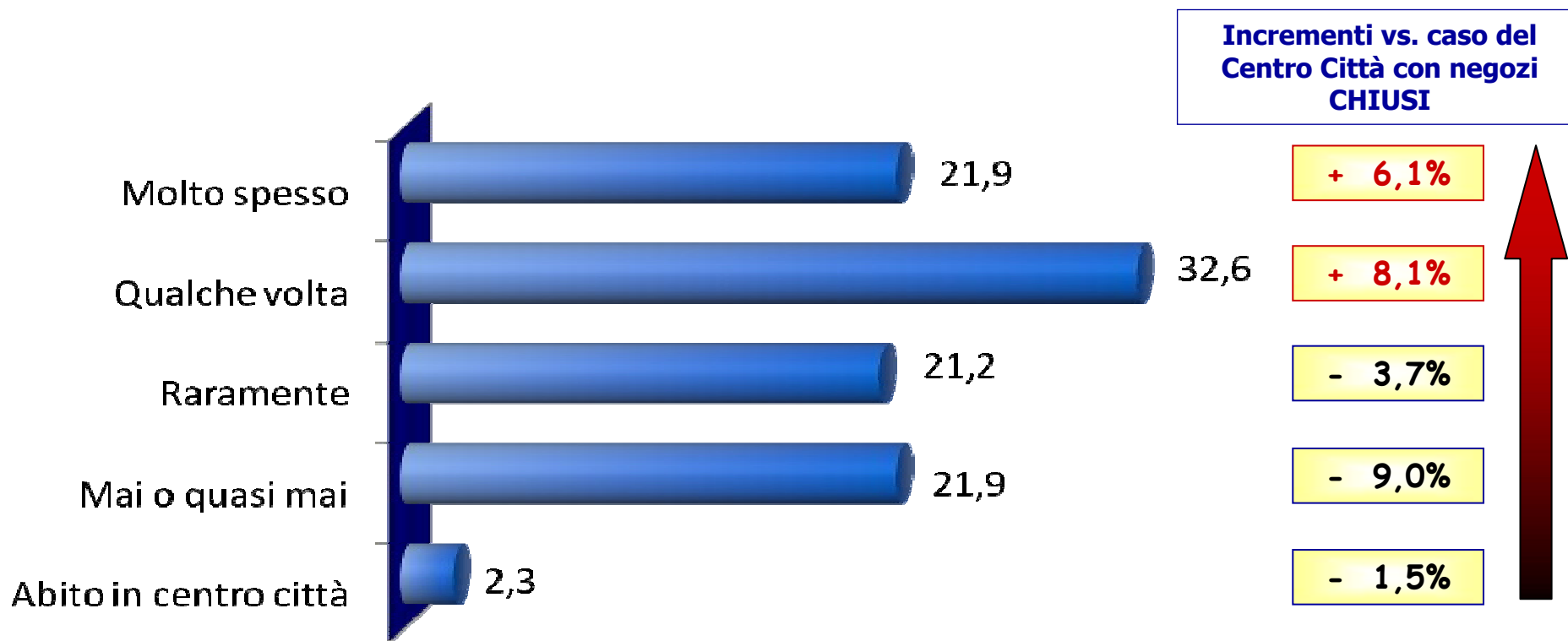
**Nelle domeniche/festivi dell'ultimo anno cosa ha comprato? - % di risposte multiple**



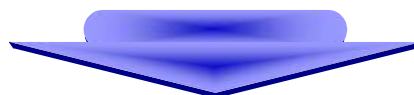
**“Capita sempre di dover comprare qualcosa di domenica.  
I negozi aperti sono un servizio per i cittadini.” Lei è... - % di risposte**



La domenica/festivi, quando sono aperti i negozi in Centro Città, lei va in Centro...  
% di risposte



Tenendo conto dei giorni effettivi di apertura comprese le attuali Aperture Domenicali e Festive (*in media 16 aperture annuali*) ed escludendo - per contro - tutte le domeniche di chiusura, le Festività religiose e civili e le abituali chiusure infrasettimanali, ne deriva che il **tempo medio effettivo giornaliero** che ogni Responsabile d'Acquisto destina agli acquisti nei negozi e ai relativi spostamenti **è di circa 55 minuti**

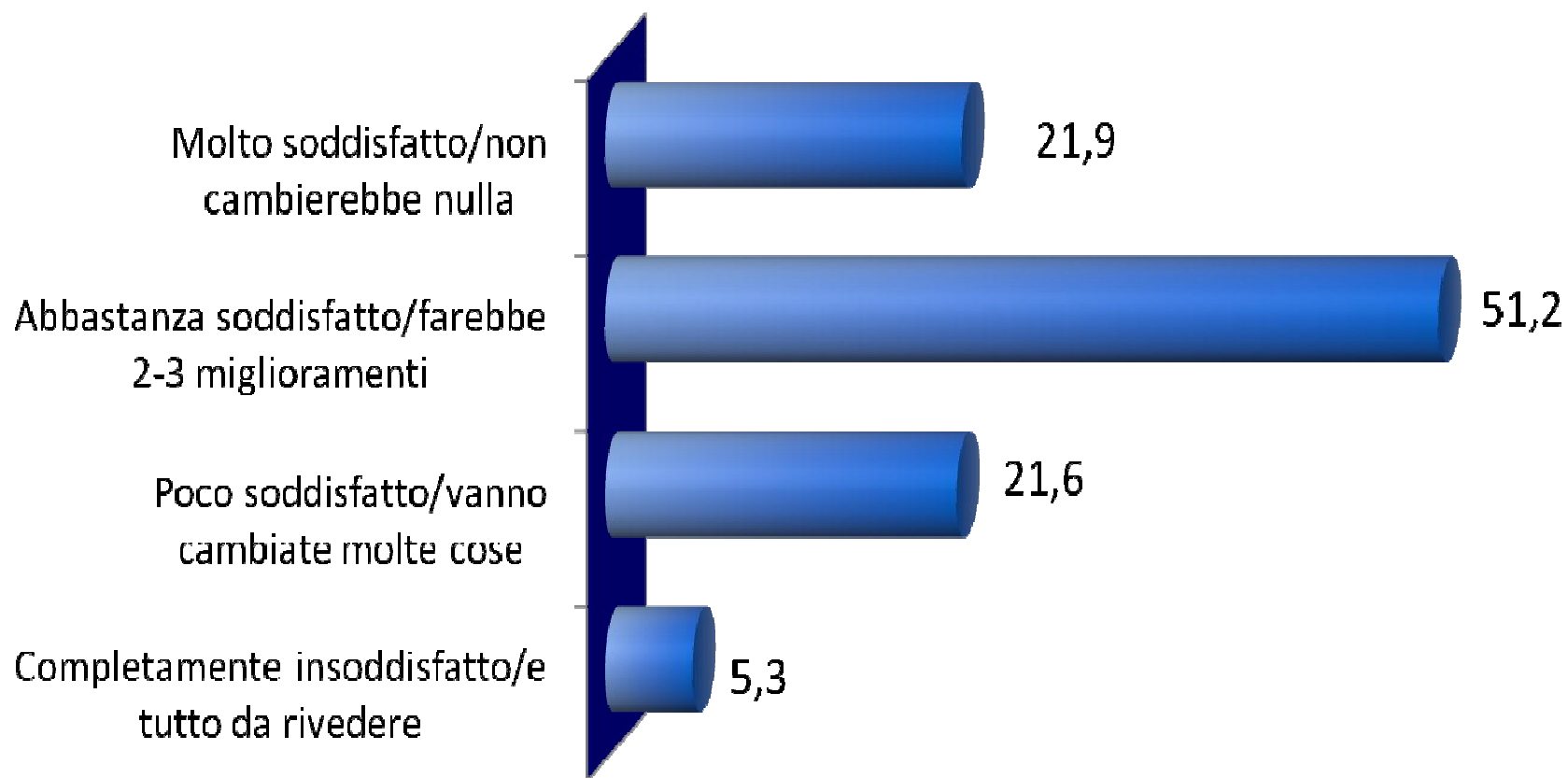


**Liberare tempo ai cittadini - consumatori** è in assoluto una *policy* che contribuisce a sostenere i consumi o, quanto meno, semplifica la funzione di produzione delle famiglie e migliora la gestione del tempo delle persone

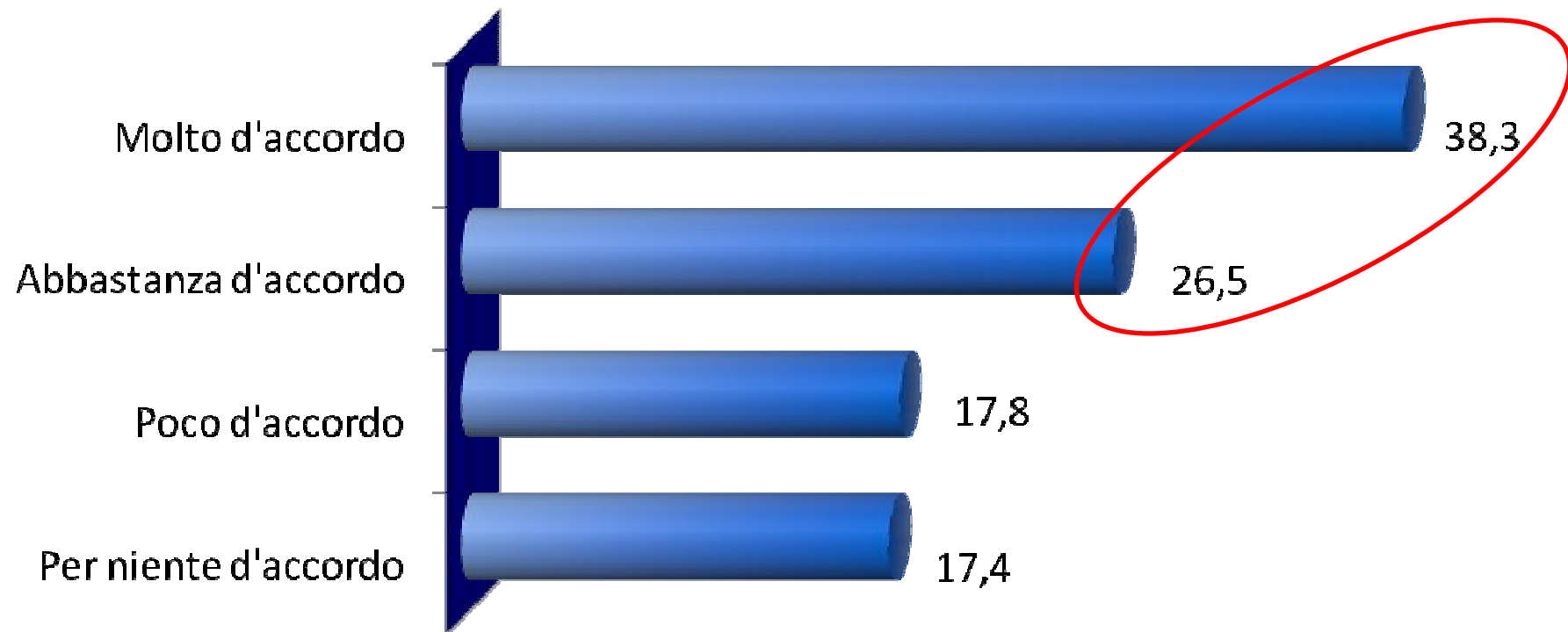


**Pensando alla situazione delle aperture domenicali nella sua città, Lei è...**

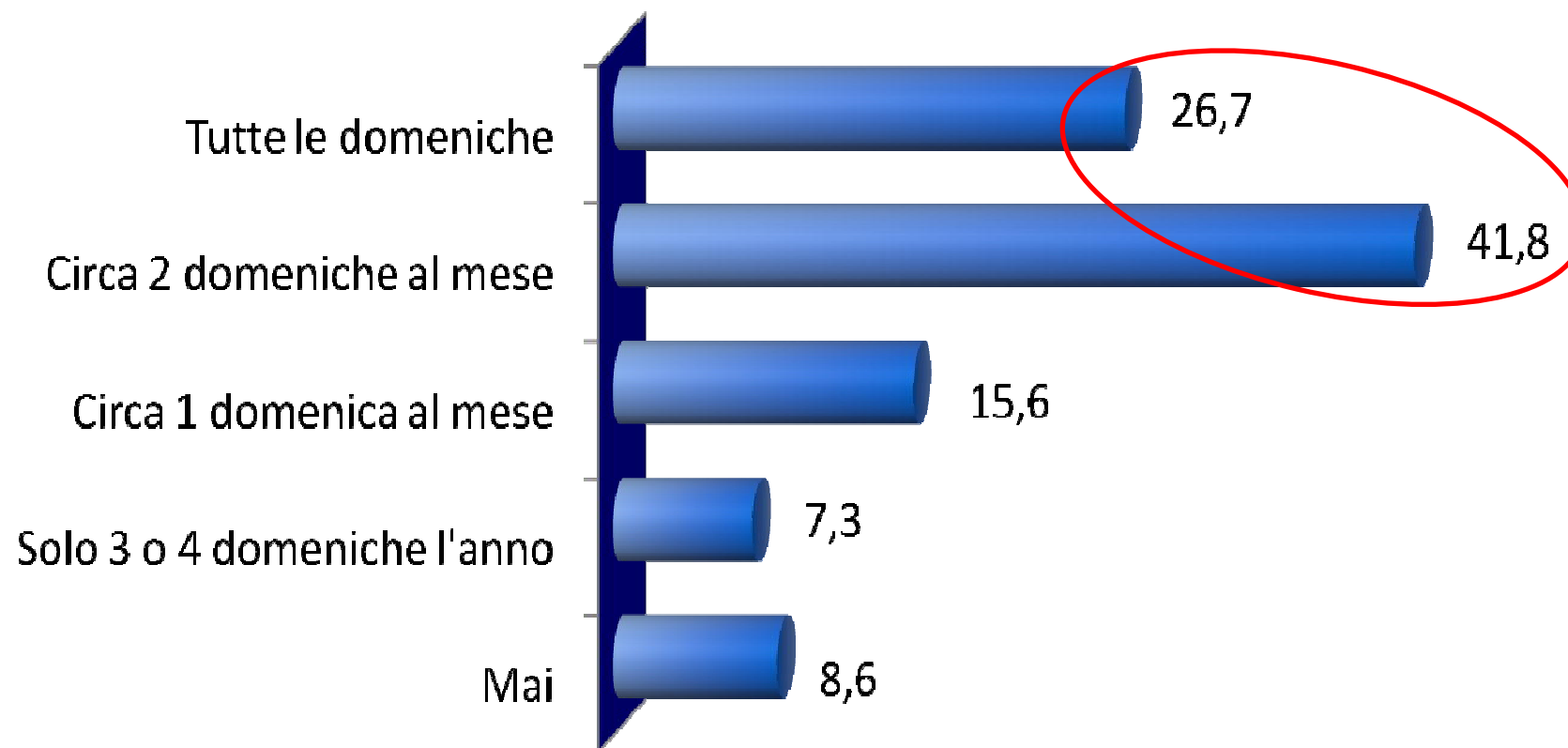
**% di risposte**



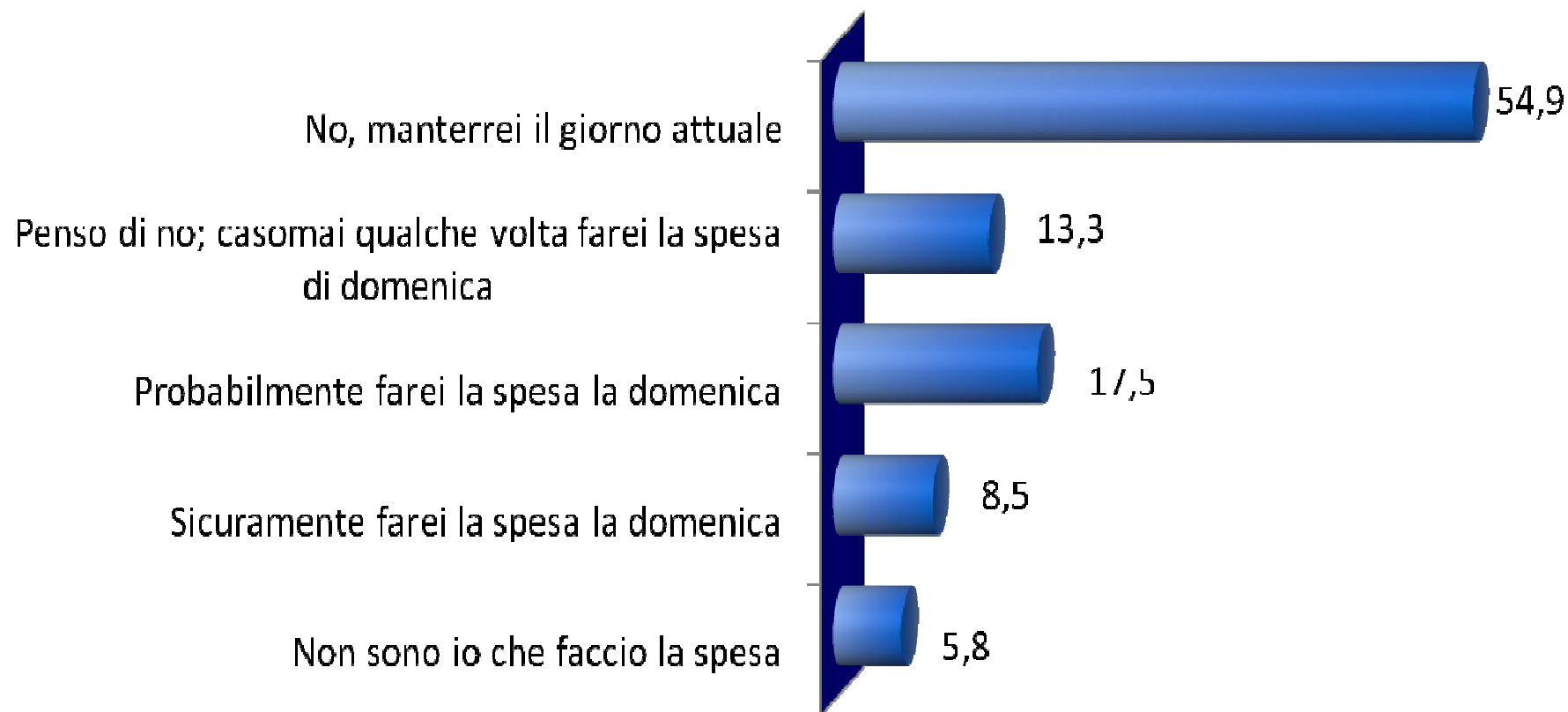
**L'apertura domenicale/festiva dovrebbe essere meglio pubblicizzata. Lei è...**  
**% di risposte**



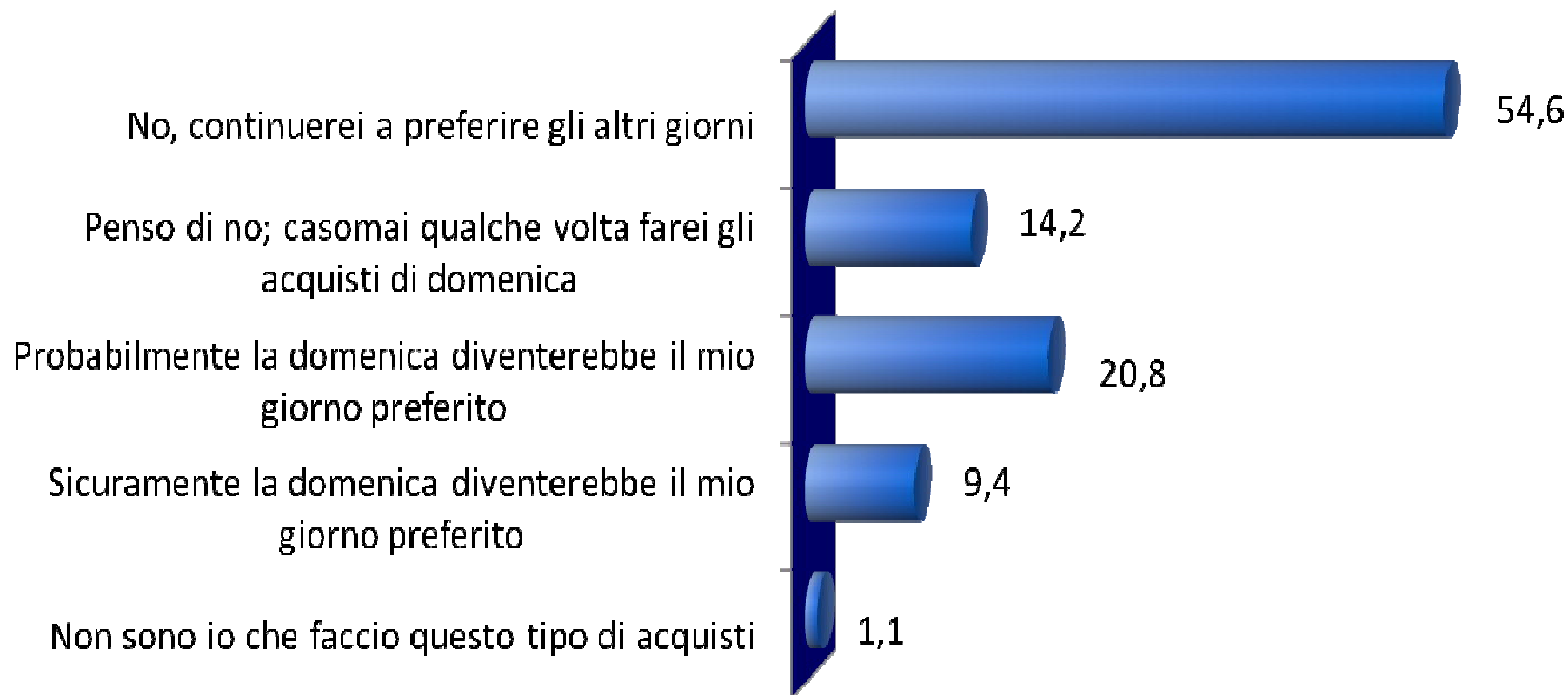
**Escludendo il mese di dicembre, quante domeniche/festivi vorrebbe che fossero aperti i negozi? - % di risposte**



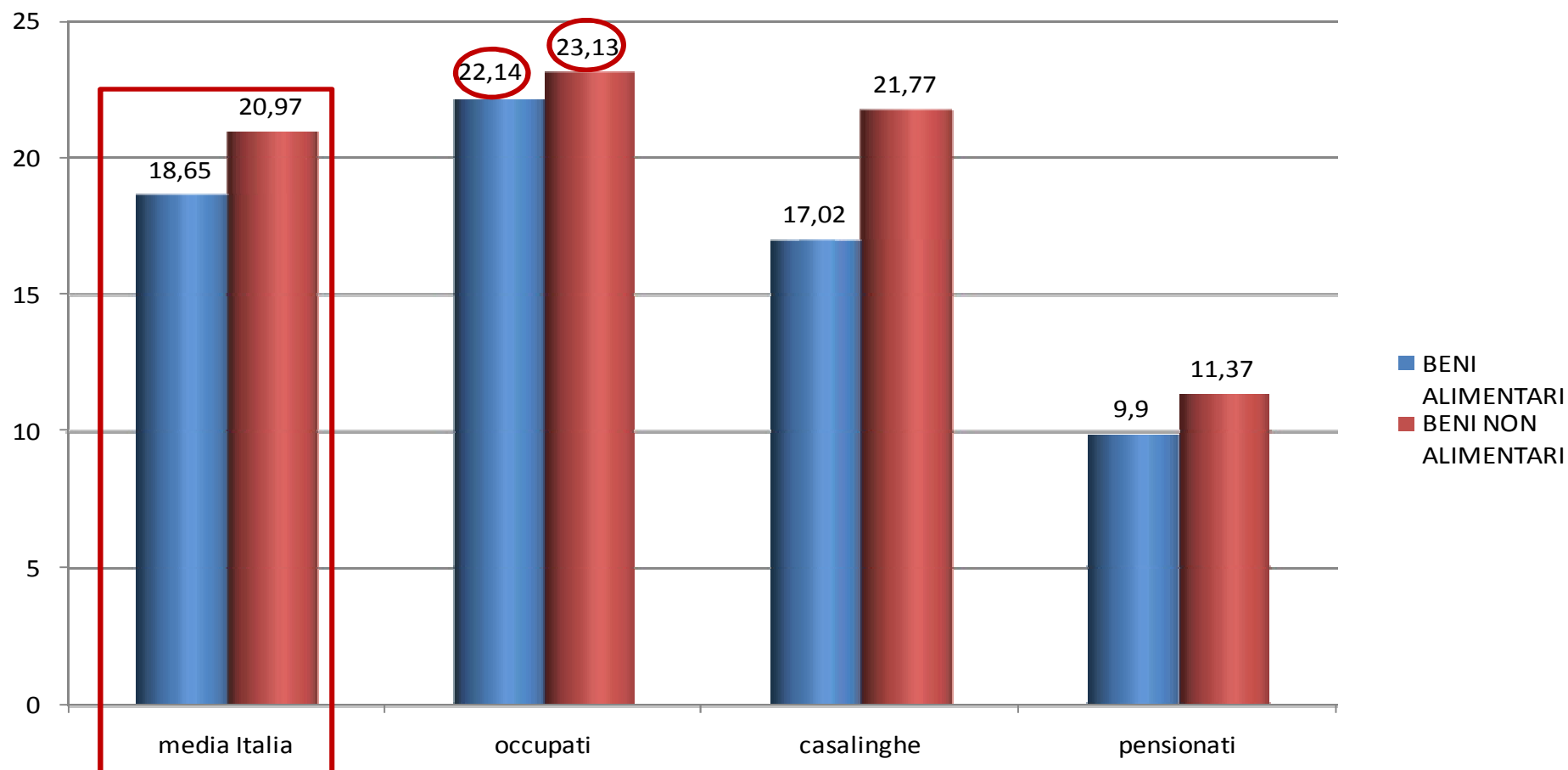
**Se tutte le domeniche i Supermercati fossero aperti, cambierebbe il suo giorno dedicato alla spesa alimentare? - % di risposte**



Se tutte le domeniche fossero aperti tutti i negozi del Centro Città e dei Centri Commerciali, cambierebbe il suo giorno preferito per gli acquisti NON alimentari? - % di risposte

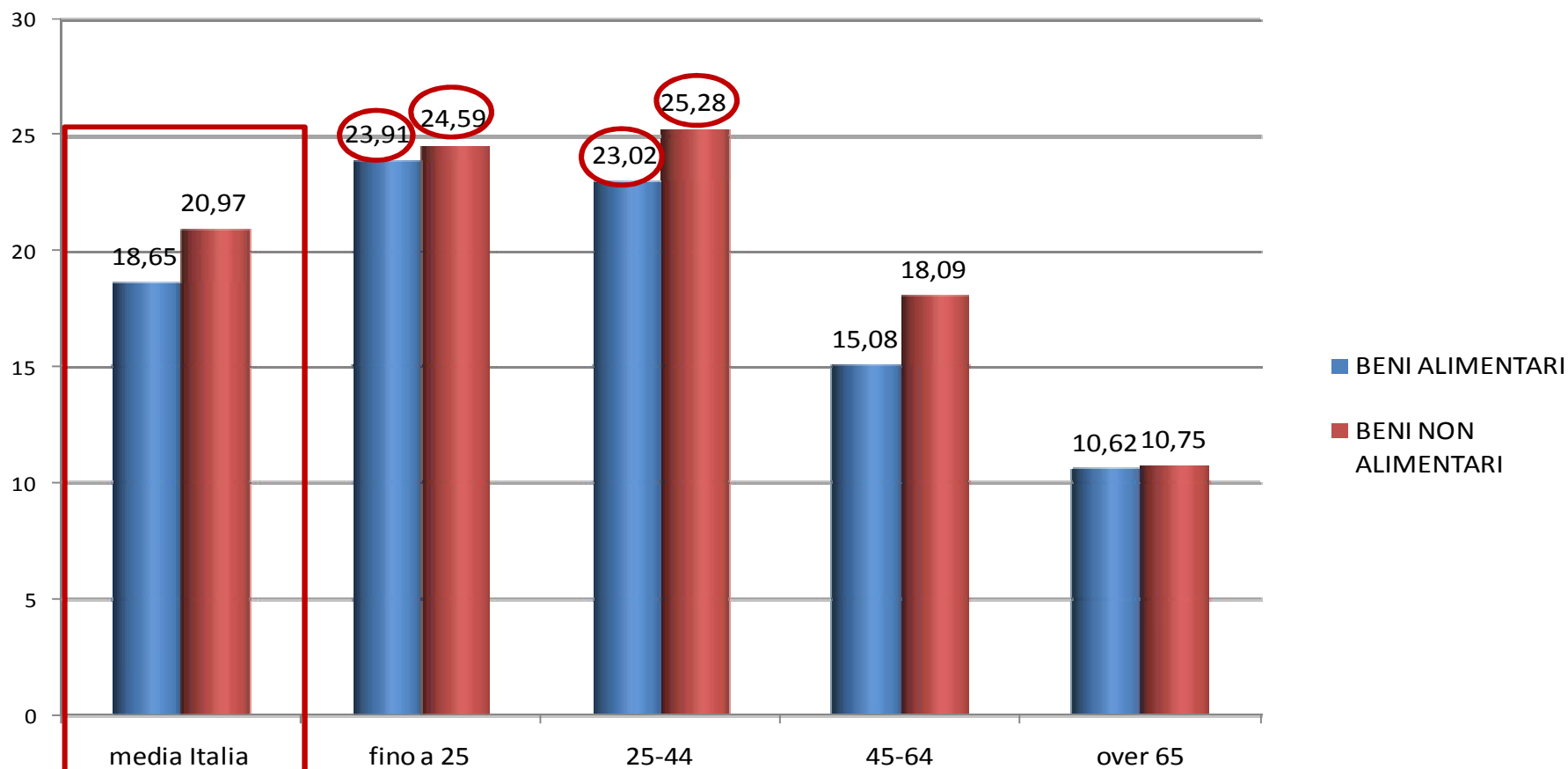


**La quota di spesa che gli italiani sposterebbero alla domenica  
in caso di maggiori aperture**  
*Media Italia vs alcuni segmenti rilevanti per condizione lavorativa*

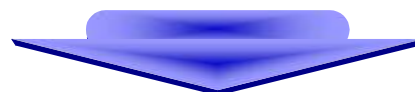


**La quota di spesa che gli italiani sposterebbero alla domenica  
in caso di maggiori aperture**

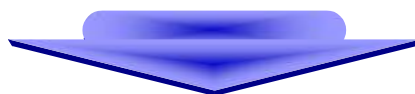
*Media Italia vs alcuni segmenti rilevanti per età*



**IPOTESI DI INCREMENTO DELLE APERTURE DOMENICALI E FESTIVE:  
da 16 → a 32 annue**



**INCREMENTO DEI CONSUMI  
COMMERCIALIZZATI  
"FOOD" E "NON-FOOD"**



**€ 3,9628 MD**

- **1,79%** *dei Consumi Commercializzati Totali (€ 220,9 MD - 2008)*
- **0,25%** *Incidenza sul PIL - 2008*



- ✓ *Parlando di Aperture Domenicali e Festive sono in molti a ritenere che si tratti di un problema secondario nell'attuale contesto di mercato; in realtà, dall'analisi svolta sul campo è emerso che le Aperture Domenicali e Festive rivestivano già nel 2006 e continuano ad avere un **ruolo tutt'altro che marginale** per le Famiglie e le Persone*
- ✓ *"... nella società moderna **il Fattore Tempo è un elemento che "spiega" (e condiziona) in maniera significativa i comportamenti degli individui e anche le dinamiche di mercato, sia dal lato dei consumi che degli acquisti ..."***
- ✓ *"... in un simile contesto, **liberare tempo e facilitare gli spostamenti** rappresentano due interventi-chiave di policy regionale versus locale per semplificare la vita quotidiana delle persone e delle famiglie"*

- ✓ *Al riguardo, sia dall'indagine svolta nel 2006 che in quella del 2008 è emerso con evidenza che le Aperture Domenicali e Festive rappresentano un'efficace modalità per consentire una **più razionale gestione del tempo** degli individui (tra lavoro, attività di supporto casa-persona, tempo libero, ...) **offrendo anche nuove opportunità di acquisto** alle famiglie*
- ✓ *"... naturalmente, per sviluppare comportamenti sempre più consapevoli e razionali **il Cittadino-Consumatore** deve essere, al tempo stesso, sempre più informato ma anche sempre più libero di poter scegliere tra diverse opzioni ..."*
- ✓ *Seguendo questa prospettiva, "... **il policy-maker** deve offrire al Cittadino-Consumatore più informazione e trasparenza e più libertà di movimento e di scelta. Non solo, il policy-maker che desidera stimolare effetti di benessere per il consumatore **dovrà poi impegnarsi per garantire questa condizione di partenza e proteggerla dagli attacchi corporativi e dagli interessi particolari**"*