

Incertezza e costo dell'energia frenano i consumi: italiani temono di perdere potere d'acquisto

Milano, 08 febbraio 2022 – La spinta agli acquisti legati alle festività natalizie ha vivacizzato le vendite al dettaglio nel mese di dicembre che, su base congiunturale, secondo i dati Istat, hanno registrato un +0,9%. Dati incoraggianti per il comparto alimentare (+1,7%), più contenuta la crescita del non food (+0,3) che però su base tendenziale recupera un 14,3%. Un effetto positivo che rischia però di sfumare già nei primi mesi del 2022 a causa delle incertezze dovute alla risalita dei contagi e, soprattutto, ai timori di un ritorno dell'inflazione.

*«Per il commercio al dettaglio il 2021 è stato un anno caratterizzato da un andamento altalenante. Si è chiuso con risultati positivi, ma ancora inferiori alle aspettative – commenta **Carlo Alberto Buttarelli**, Direttore Relazioni con la Filiera e Ufficio Studi di **Federdistribuzione**. Siamo ancora lontani dai livelli pre-pandemici in molti settori del non alimentare che avevano subito pesanti perdite nel 2020. Anche i saldi di inizio anno non hanno dato la boccata di ossigeno attesa: il riacutizzarsi della pandemia e l'aggravio sui bilanci familiari degli aumenti dei costi di energia e gas hanno invertito il trend positivo di fiducia dei consumatori. Si delinea quindi una condizione di **incertezza per i prossimi mesi** che porta gli italiani ad assumere un atteggiamento di prudenza nei consumi”*

Secondo una recente indagine condotta da Federdistribuzione con Ipsos, infatti, **il 76% degli italiani si aspetta che i prezzi cresceranno più velocemente dei redditi** nel prossimo periodo e, conseguentemente, **il 43% ridurrà i consumi, dato che sale al 48% per chi ha un tenore di vita al di sotto della media**. Nell'indicazione dei beni a cui si prevede di rinunciare è ancora una volta il settore non food a essere maggiormente penalizzato.

*«La crescente insicurezza dei cittadini sulla tenuta del proprio potere d'acquisto preoccupa gli operatori commerciali, che in questi mesi hanno contenuto le ricadute degli aumenti dei costi alla produzione sui consumatori finali, ma è necessario un intervento delle istituzioni a sostegno di famiglie e aziende per **neutralizzare il rischio che la ripresa dei consumi registrata nella seconda metà del 2021 venga annullata dai rincari e dall'incertezza economica**» conclude **Buttarelli**.*

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione:

Marco Magli – Direttore Comunicazione

Tel. 02 89075150 comunicazione@federdistribuzione.it

Alessandra Perrucchini – Wonder Comunicazione

Cell. 340 4212323 ufficiostampa@wondercomunicazione.net

Federdistribuzione, da oltre sessant'anni, riunisce e rappresenta le aziende della Distribuzione Moderna, alimentare e non alimentare, che operano con reti di negozi fisici e attraverso i nuovi canali digitali. Le imprese associate a Federdistribuzione realizzano un giro d'affari di 67 miliardi di euro (di cui 9,6 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 50% del totale fatturato della Distribuzione Moderna; hanno una rete distributiva di oltre 15.600 punti vendita (di cui 6.000 in franchising), danno occupazione a più di 220.000 addetti e rappresentano il 30% del valore dei consumi commercializzabili. Federdistribuzione è operativa a livello locale, nazionale ed europeo con attività mirate a creare le migliori condizioni per favorire la crescita delle aziende e per contribuire allo sviluppo economico del Paese.