

L'inflazione continua a preoccupare gli italiani e a minacciare la tenuta dei consumi

I dati della rilevazione condotta da Ipsos per Federdistribuzione

Milano, 31 marzo 2023 – I dati diffusi da Istat relativi ai prezzi al consumo del mese di marzo evidenziano un'inflazione in rallentamento rispetto a quella del mese precedente: l'indice generale segna +7,7% su base annua, mentre il carrello della spesa registra un +12,7% su base annua.

Nonostante la minore velocità di crescita dei prezzi, dovuta principalmente a una frenata dei costi dei beni energetici e delle materie prime, l'inflazione rimane una delle principali preoccupazioni delle famiglie italiane. È quanto evidenzia **la rilevazione condotta da Ipsos per Federdistribuzione: un italiano su due si dichiara insoddisfatto della propria situazione economica**, mentre **l'84% degli intervistati esprime preoccupazione** per l'impatto degli aumenti sul proprio bilancio familiare. Aumentano gli italiani che lamentano di non potersi permettere alcuni acquisti: sono il 46%. L'inflazione ha poi avuto un effetto importante sulla composizione della spesa delle famiglie: rispetto a un anno fa, **oltre un italiano su due percepisce l'aumento del costo della vita (56%)**. In particolare, **il 55% percepisce che è aumentato il peso delle spese fisse**, come mutui e affitti, e **oltre 7 intervistati su 10 quello della spesa alimentare**. La metà degli italiani prevede una situazione in peggioramento per quest'anno: **6 italiani su 10 pensano che l'inflazione crescerà, ma per il 35% meno dello scorso anno**.

La riduzione del potere d'acquisto ha avuto un impatto sul **volume dei consumi, in terreno negativo intorno al -5% rispetto a un anno fa**. Secondo la rilevazione condotta da Ipsos per Federdistribuzione, gli italiani stanno attuando da mesi strategie per risparmiare: **il 60% fa più attenzione a offerte e promozioni, il 46% sta più attento agli sprechi, il 29% ha cambiato il luogo d'acquisto, il 28% ha ridotto la quantità dei prodotti acquistati, mentre il 19% ha diminuito la qualità o ha rinunciato ad alcune caratteristiche dei prodotti**. Rischio che coinvolge in particolare i prodotti del Made in Italy: **nonostante per 8 italiani su 10 sia importante sapere che un prodotto è italiano** e il 53% acquisti made in Italy per sostenere il Paese, **il 47% non è disposto a pagare di più, anche per effetto dell'aumento dei prezzi**.

"L'incertezza generata dall'inflazione e la perdita del potere di acquisto degli italiani fanno emergere con evidenza l'effetto di contrazione dei consumi. E questo mette a rischio non solo la tenuta economica delle imprese distributive e produttive ma anche quella di molte filiere di eccellenza, in particolare di tutti i prodotti del Made in Italy che sono emblema delle tipicità del nostro sistema agroalimentare", ha commentato **Carlo Alberto Buttarelli, Presidente di Federdistribuzione**. *"Nell'ultimo anno, la preoccupazione delle nostre aziende si è concretizzata in uno sforzo straordinario che ha permesso di mitigare la pressione inflattiva, al costo di rinunciare a parte delle marginalità. Uno sforzo che Mediobanca ha fotografato nel recente Osservatorio sulla*

GDO, evidenziando come molte imprese della distribuzione abbiano bilanci con redditività in forte contrazione. Siamo quindi di fronte all'urgenza di dare impulso ai consumi, attraverso politiche incisive di sostegno al potere di acquisto delle famiglie, così come di proteggere il sistema delle aziende nel nostro Paese, per evitare che ulteriori aumenti dei costi produttivi, dei beni energetici e delle materie prime alimentino ulteriormente i livelli di inflazione".

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione:

Marco Magli – Direttore Comunicazione
Tel. 02 89075150 - comunicazione@federdistribuzione.it

Alessandro Fuso – Ufficio Stampa
Cell. 335-1046145 - ufficiostampa@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 74,5 miliardi di euro (di cui 10,7 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 53% del totale fatturato della Distribuzione Moderna; hanno una rete distributiva di oltre 17.400 punti vendita (di cui 7.600 in franchising), danno occupazione a più di 225.000 addetti e rappresentano il 32% 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.