

Federdistribuzione: consumi in sofferenza, prevale l'incertezza

Milano, 5 aprile 2023 – I dati diffusi da Istat relativi alle vendite al dettaglio del mese di febbraio evidenziano un incremento tendenziale a valore del +5,8%, al quale corrisponde un calo a volume del -3,5%.

Si conferma la tendenza che vede i consumi in aumento a valore, per effetto della crescita dei prezzi, mentre il trend a volumi rimane negativo, evidenziando una situazione ancora caratterizzata dall'incertezza economica e dall'impatto dell'inflazione sui bilanci delle famiglie. Come ha evidenziato una recente **rilevazione di Ipsos per Federdistribuzione, oltre un italiano su due (il 56%) percepisce che l'aumento del costo della vita incide pesantemente sui conti familiari**. Di conseguenza, le famiglie **hanno modificato le proprie abitudini di acquisto** per contrastare l'impatto dell'aumento dei prezzi: il 60% degli italiani presta più attenzione a offerte e promozioni, il 46% sta più attento agli sprechi, il 29% ha cambiato il luogo dove effettua gli acquisti, il 28% ha ridotto la quantità dei prodotti acquistati, mentre il 19% ha diminuito la qualità o ha rinunciato ad alcune caratteristiche dei prodotti. Gli effetti sono visibili soprattutto nel comparto alimentare, dove si registra, in tutti i canali di vendita, un decremento a **volume degli acquisti di circa il -5%** rispetto un anno fa.

Per quanto riguarda le **voci di spesa percepite con la crescita maggiore sul bilancio familiare**, il 55% registra un aumento del peso delle spese fisse, come mutui e affitti, oltre 7 intervistati su 10 menzionano la spesa alimentare, **quasi un italiano su due (il 46%) indica i consumi fuori casa e quattro italiani su dieci (il 41%) l'abbigliamento e la cura della persona**. Il sentiment degli italiani sul nuovo anno resta negativo: secondo Ipsos, **un italiano su due pensa che la situazione economica del Paese peggiorerà nel corso del 2023**.

"L'inflazione continua a pesare e a creare incertezza sui bilanci delle famiglie italiane, costrette a tagliare le spese per fronteggiare l'aumento generalizzato dei prezzi di questi ultimi mesi", ha commentato Carlo Alberto Buttarelli, Presidente di Federdistribuzione. "Uno scenario che preoccupa per la tenuta dei consumi, sia del comparto alimentare sia, in prospettiva, del settore non food, e per gli effetti sulla tenuta delle filiere di eccellenza del Made in Italy e sull'economia in generale. Occorre quindi ridare priorità al sostegno della domanda interna per scongiurare possibili scenari recessivi, mettendo in campo tutte le azioni e le politiche necessarie per recuperare il potere di acquisto delle famiglie e difendere le imprese da eventuali ulteriori balzi in avanti dei costi legati all'energia e alle materie prime".

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.