

‘Trimestre anti-inflazione’, Federdistribuzione: “I dati confermano l’efficacia dell’iniziativa sostenuta dalla Distribuzione Moderna nel raffreddare l’inflazione”

Milano, 18 gennaio 2024 – I dati di Nielsen IQ relativi al mese di dicembre confermano l’importante ruolo delle imprese della Distribuzione Moderna a sostegno del ‘Trimestre anti-inflazione’, a beneficio del potere d’acquisto delle famiglie. A dicembre, il dato relativo all’andamento del prezzo medio tendenziale complessivo nel grocery, per la Distribuzione Moderna, continua la sua discesa per il terzo mese consecutivo, attestandosi al +1,9% rispetto al +3,4% registrato a novembre e al +5,1% di ottobre, con volumi in crescita al +2%. Il segmento della Marca del Distributore (MDD) registra, in questo trimestre, risultati molto positivi, con una crescita delle vendite a volume a dicembre del +6,4% e **un andamento del prezzo medio tendenziale che, non solo conferma il rallentamento, ma segna una discesa dei prezzi medi del -0,1%**, rispetto al +1,2% di novembre. Relativamente alle vendite i prodotti dell’industria di marca, invece, segnano una flessione a dicembre del -0,4%, e un andamento del prezzo medio tendenziale del +3,5%, rispetto al dato del +5,1% di novembre.

“I dati, presentati nell’incontro di oggi tenutosi presso il Tavolo interministeriale sull’iniziativa ‘Trimestre anti-inflazione’, confermano il risultato positivo dell’impegno che le imprese della Distribuzione Moderna hanno messo in campo a sostegno di questa iniziativa contribuendo concretamente a raffreddare il carrello della spesa. Protagonisti i prodotti MDD, sempre più apprezzati dalle famiglie, sia per la convenienza che per la qualità, e che stanno facendo registrare volumi in crescita, oltre a valori record in termini di fatturato e quota di mercato. Il settore distributivo si è dimostrato ancora una volta responsabile, sostenendo un’iniziativa a difesa del potere d’acquisto delle famiglie contro la crescita dei prezzi. In questa iniziativa è mancato il contributo da parte delle aziende industriali di produzione dei beni di largo consumo di marca. In un contesto economico che rimane complesso, con uno scenario geopolitico instabile, rimane fondamentale sostenere i consumi e le filiere produttive. Auspichiamo da un lato un intervento strutturale da parte dell’industria di marca per ridurre i prezzi di listino dei propri prodotti, dall’altro l’introduzione di misure di lungo periodo a beneficio sia delle famiglie che delle imprese”, ha dichiarato il **Presidente di Federdistribuzione, Carlo Alberto Buttarelli**, a margine dell’incontro di oggi.

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 oltre 83 miliardi di euro, con una quota superiore al 54% del totale fatturato della Distribuzione Moderna alimentare; hanno una rete distributiva di oltre 19.500 punti vendita, danno occupazione a più di 240.000 addetti. 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.