

Istat, prezzi al consumo novembre

## Distribuzione: l'incertezza pesa sulla fiducia dei consumatori

Milano, 30 novembre 2020 – In un contesto deflattivo, con l'indice provvisorio dei prezzi al consumo di novembre che registra un nuovo mese di inflazione in negativo (-0,2% su base annua), si evidenzia sul fronte dei consumi **una crescente attenzione alla convenienza e un atteggiamento prudente**, testimoniato anche dal basso livello di fiducia dei consumatori che ha subito un nuovo arretramento, soprattutto nella componente del sentiment economico.

*«L'aumento tendenziale del +1,5% del cosiddetto carrello della spesa, registrato dall'Istat, è sostenuto in parte dall'andamento dei prezzi dei prodotti alimentari non lavorati al +3,2%, che comunque rallentano rispetto al +3,5% del mese precedente, in particolare per la componente ortofrutta. Questi valori permangono, seppur in diminuzione, su livelli elevati per effetto degli aumenti registrati nei mesi precedenti, dove oltre all'esplosione della domanda su alcuni prodotti, e una scarsità produttiva su altri, si scontavano anche i costi a carico dei produttori per fronteggiare l'emergenza sanitaria»*, osserva **Carlo Alberto Buttarelli**, Direttore Relazioni con la Filiera e Ufficio Studi di **Federdistribuzione**.

*«Sui prodotti alimentari lavorati si registra invece un leggero incremento del +0,7%. Inoltre è importante segnalare che sull'aumento dei prezzi registrato dall'Istat, che si discosta dai dati registrati dalla Distribuzione Moderna che risultano più contenuti, ha un peso significativo **la limitazione al movimento delle persone che non hanno beneficiato dell'accesso alle superfici di vendita più grandi che notoriamente consentono acquisti con più occasioni di convenienza**»*.

*«Nella delicata situazione che sta attraversando il Paese la Distribuzione Moderna è impegnata su diversi fronti: dà continuità al servizio alla cittadinanza, garantendo le forniture alimentari in piena sicurezza per clienti e collaboratori, e contrasta aumenti ingiustificati dei listini, facendosi carico, ove possibile, delle oscillazioni stagionali dei prodotti e riconoscendo la giusta remunerazione alle filiere agricole, e mantenendo l'impegno di garantire sempre **al consumatore qualità e convenienza**»*, conclude **Buttarelli**.

**Per ulteriori informazioni  
Federdistribuzione:**

Marco Magli – Direttore Comunicazione  
Tel. 02 89075150  
[comunicazione@federdistribuzione.it](mailto:comunicazione@federdistribuzione.it)

Stefano Gianuario – Ufficio Stampa  
Tel. 02 89075150 Cell. 335 1046145  
[ufficiostampa@federdistribuzione.it](mailto:ufficiostampa@federdistribuzione.it)

**Federdistribuzione** è espressione della Distribuzione Moderna Organizzata e riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, locali, nazionali e comunitarie, le imprese distributive operanti nei settori alimentare e non alimentare che svolgono la propria attività attraverso le più innovative formule del commercio moderno. Federdistribuzione si compone di cinque associazioni nazionali che rappresentano un universo articolato di imprese e di multicanalità che si differenziano per dimensioni, forme distributive e merceologie trattate. Le imprese associate a Federdistribuzione nel 2019 hanno realizzato un giro d'affari di 60,1 miliardi di euro (di cui 8,5 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 43,7% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 13.950 punti vendita (di cui 6.300 in franchising) e danno occupazione a 202.100 addetti. Rappresentano, infine, il 26,9% del valore dei consumi commercializzabili.