

Consumi. Dopo quattro anni, nel 2015 le vendite al dettaglio crescono dello 0,7% grazie al traino dell'alimentare

Il commercio torna a crescere

Il dato delude le aspettative a causa del rallentamento di novembre e dicembre

Emanuele Scarci

MILANO

Dopo quattro anni consecutivi di perdite, nel 2015, le vendite al dettaglio segnano un aumento dello 0,7% sull'anno precedente, grazie soprattutto al traino dell'alimentare e della grande distribuzione.

Secondo i dati diffusi dall'Istat, a dicembre l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio diminuisce dello 0,1% rispetto a novembre 2015 e aumenta dello 0,6% su dicembre 2014.

Per il 2015 il valore delle vendite mostra variazioni positive sia per i prodotti alimentari (+1,3%) sia per i prodotti non alimentari (+0,5%).

L'indice in volume delle vendite al dettaglio registra, su base annua, una lieve crescita dello 0,1% per gli alimentari e dello 0,4% per il non food.

Alla fine, il dato annuale è positivo, ma lascia l'amaro in bocca. Infatti il finale d'anno ha sgonfiato i dati e le aspettative della scorsa estate quando, grazie a fattori stagionali, le vendite si erano rafforzate fino a toccare la soglia psicologica del +1% e ci si attendeva che potessero ulteriormente consolidare. Purtroppo «gli ultimi mesi dell'anno sono stati al di sotto delle attese - commenta Giovanni Cobolli Gigli, presidente di Federdistribuzione - Dopo i mesi estivi che avevano creato un po' di ottimismo, a novembre e dicembre le vendite hanno frenato, riducendo la crescita complessiva a pochi decimi di punto. Anche per la distribuzione moderna organizzata, che pure ha ottenuto risultati miglio-

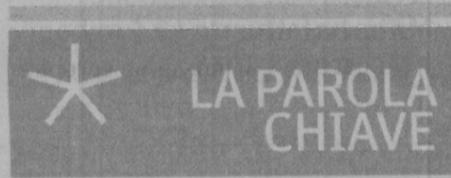
ri rispetto alle piccole superfici».

Poi Cobolli Gigli conclude: «Se è vero che il 2015 è stato il primo anno di vendite al dettaglio positive, la velocità della crescita negli ultimi due mesi genera allarmi per il 2016: un anno che dovrebbe fornire un segnale definitivo sulla capacità dell'Italia di tornare a correre alla velocità degli altri Paesi».

Deluso il commento anche dell'ufficio studi Confcommercio, secondo cui «il clima di fiducia e di attesa di famiglie e imprese si ri-

LE OPINIONI

Secondo Cobolli Gigli (Federdistribuzione) la frenata degli ultimi due mesi preoccupa in prospettiva 2016



Non food

● I dati sulle vendite al dettaglio di Istat riguardano due macrosettori: alimentari e non alimentari. I dati del settore non alimentare comprendono una gamma molto ampia di beni materiali. Rientrano le categorie di abbigliamento, calzature, mobile e arredamento, elettrodomestici, foto-ottica, libri e giornali.

flette in una dinamica piatta delle vendite che a dicembre mostrano una lieve riduzione. Anche se il bilancio del 2015 è complessivamente positivo, non si può nascondere che è mancata quell'accelerazione in corso d'anno che avrebbe permesso al sistema Italia di entrare con un'eredità positiva nel 2016, anno cruciale per il ritorno alla crescita e per la tenuta dei conti pubblici».

Tornando ai dati Istat, anche nel 2015 la distribuzione moderna ha eroso spazio al piccolo commercio: il valore delle vendite delle catene commerciali è aumentato dell'1,9% per i prodotti alimentari e dell'1,3% per i non alimentari. Nei negozi tradizionali è calato, rispettivamente, dello 0,2% e cresciuto dello 0,6%. Circa i canali di vendita, risultano in crescita tutti i format, mail discount fa registrare un balzo del 3,4%. «In realtà - osserva Gianpaolo Costantino, consulente di Iri - la crescita del canale discount, +1,1% a valore nei prodotti di largo consumo confezionati, è dovuta all'apertura di nuovi negozi che nel 2015 è stata del +2,2% a circa 4.650. Di fatto l'anno scorso il loro potenziale di crescita si è ridotto di 10 milioni, a favore della grande distribuzione».

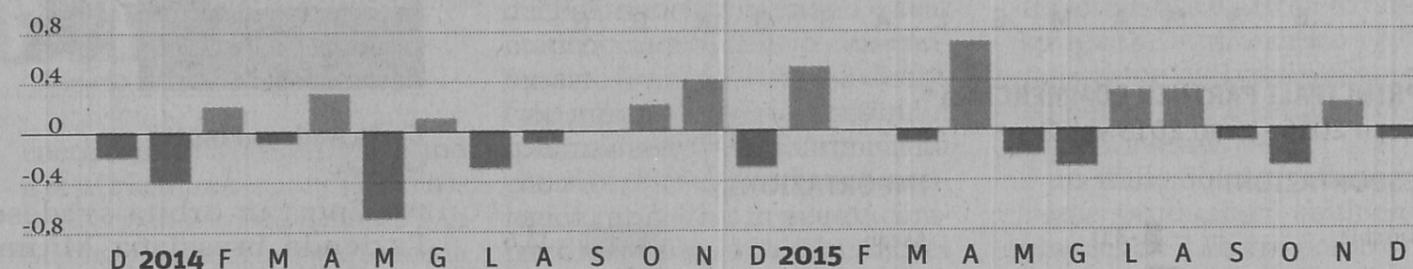
E il 2016? Al momento ci sono soltanto i dati di gennaio del largo consumo confezionato rilevati nella grande distribuzione (63 miliardi di vendite 2015 compresi i discount). Iri registra a gennaio un +1,5% a valore e +1,2% a volume, in brusco rallentamento rispetto al dato complessivo 2015: +2,8% a valore e +2,1% a volume.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il trend delle vendite al dettaglio

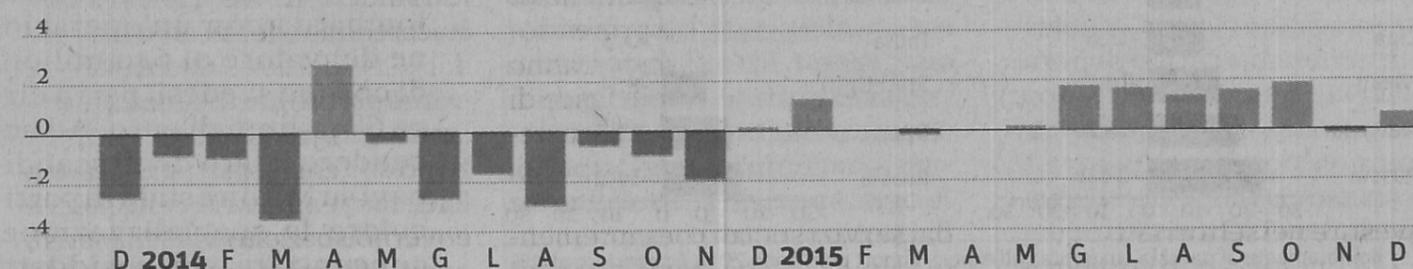
ANDAMENTO CONGIUNTURALE

Variazioni % sul mese precedente, dati destagionalizzati, dicembre 2013 - dicembre 2015



ANDAMENTO TENDENZIALE

Variazioni % sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi, dicembre 2013 - dicembre 2015



PRODOTTI NON ALIMENTARI

Variazioni % sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2010=100), dicembre 2015



Fonte: Istat