

La crescita difficile. Dopo gli incrementi a maggio (+1%) e giugno (+1,5%), a luglio le vendite al dettaglio tornano stazionarie

Consumi, l'illusione della ripresa

Continua l'erosione delle attività al dettaglio e degli iper, crescono ancora i discount

LE REAZIONI

Bella (Confcommercio): non c'è da stupirsi per i continui up and down, la situazione è instabile e l'ottimismo è fuori luogo

Emanuele Scarci

MILANO

■ Stop ai consumi: l'illusione di una ripresa convincente dei consumi dura tre mesi, da aprile a giugno, e si spegne in piena estate. Una doccia fredda.

A luglio l'istituto nazionale di statistica rileva che le vendite al dettaglio restano, su base annuale, stazionarie a valore e diminuiscono dello 0,4% a volume. Mentre rispetto al mese precedente, crescono dello 0,2% sia a valore che a volume. Subbase annuale, Istat rileva una crescita per gli alimentari dello 0,2% a valore e una flessione dello 0,7% a volume. Per il non food il calo è dello 0,1% a valore e dello 0,2% a volume.

Quanto ai canali di distribuzione, continua il processo di erosione del piccolo commercio: rispetto a luglio 2016, le vendite al dettaglio registrano un aumento dello 0,3% nella grande distribuzione e una diminuzione dello

0,2% nelle imprese operanti su piccole superfici. Da notare che la società specializzata Iri rileva per la grande distribuzione nei primi 7 mesi dell'anno un miglioramento delle vendite alimentari del 2,1% contro l'1,3% di Istat (+0,2% il dato globale a valore).

E spacchettando il dato Istat della grande distribuzione emerge che continua la crisi profonda del format ipermercato (-1,2%), battuta d'arresto del supermercato (-0,2%), accelerazione dei discount (+2,6%) che però beneficiano della crescita continua della rete commerciale (a parità perdonoricavi); sempre in forma invece gli esercizi specializzati (come i drugstore) con un +2,3%.

Per Mariano Bella, direttore dell'ufficio studi Confcommercio, «non c'è da stupirsi per lo stop di luglio delle vendite al dettaglio. Del resto da molti mesi l'indice congiunturale è caratterizzato da up e down continui. Mi stupisce peraltro l'ottimismo eccessivo ostentato da tante personalità in questi mesi: sebbene in ripresa, l'Italia rimane uno dei vagoni di coda in Europa». Bella ribadisce che l'indice Istat non comprende le vendite di auto, i servizi turistici

e i consumi fuori casa che hanno caratterizzato un'estate molto calda. «Credo che in agosto - conclude - troveremo ricadute positive sulle vendite al dettaglio anche nell'indice Istat».

Coldiretti sottolinea che a luglio il caldo record ha fortemente influenzato i consumi degli italiani che hanno puntato su cibi pronti e rinfrescanti. E con aumenti delle vendite che vanno dal +3% per l'ortofrutta al +17% per l'acqua minerale; i gelati e le bevande a base di the hanno segnato un +19% mentre per le birrechiate, sotto i 6 gradi, l'aumento è stato dell'11% secondo elaborazioni su dati Coop. L'impennata di bibite e frutta ha fatto registrare il record degli acquisti degli ultimi 17 anni.

Infine le previsioni dell'industria di marca. L'ultima indagine congiunturale dell'Osservatorio di **Centromarca** segnala che le industrie del largo consumo conservano un moderato ottimismo: un'azienda su 4 prevede che i prossimi 12 mesi porteranno fatturato in crescita e il 70% è convinto che la situazione si manterrà sui binari attuali.

Aziende in campo

emanuelescarci.blog.ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

