

Consumi, a Natale calo delle vendite al dettaglio

Dati Istat

A dicembre è stata stimata una discesa congiunturale dello 0,2%

Enrico Netti

Il 2022 si chiude con una flessione delle vendite al dettaglio. A dicembre, secondo i dati Istat, il calo congiunturale stimato è stato del -0,2% in valore e -0,7% in volume. In particolare la spesa alimentare mette a segno una crescita a valore di un decimo di punto ma a volume si perde lo 0,6% mentre quella non alimentare arretra sia in valore (-0,4%) che a volume (-0,8%). Su base tendenziale nel mese a valore c'è stato un +3,4% mentre a volume un -4,4%. La spesa alimentare vede un +5,8% in valore e -6,6% in volume e quella non alimentare un +1,7% in valore e -3,1% in volume. Si conferma così un trend visto negli ultimi mesi e l'ultimo trimestre viene archiviato con una caduta dei volumi dell'1,8% mentre a valore, per effetto dell'inflazione a due cifre, vede un +0,4%. Nel periodo i prodotti alimentari registrano a volume un -2,6% e quelli non alimentari un -1,2% mentre a valore rispettivamente segnano un +0,7% e un +0,2%.

«Nel complesso del 2022 le vendite al dettaglio in valore crescono rispetto all'anno precedente (+4,6%) in entrambi i settori merceologici mentre i volumi diminuiscono (-0,8%) a causa del calo dei beni alimentari (-4,2%) non compensato dall'aumento dei prodotti non alimentari (+1,9%) - segnala in una nota l'Istituto -. Tutti i trimestri dello scorso anno hanno visto incrementi congiunturali nel valore complessivo delle vendite, associati a una diminuzione dei relativi volumi». Nel-

l'acquisto dei beni non alimentari si sono visti trend positivi per tutti i prodotti tranne che per l'informatica e le Tlc (-1,8%), probabilmente perché gli acquisti sono stati anticipati nel mese del black friday, e prodotti farmaceutici (-2,7%) mentre la migliore performance riguarda prodotti di profumeria e la cura della persona (+8,4%). Sono anche state valutate le performance a valore dei diversi canali di vendita a dicembre. La Gdo segna un +6,5%, i negozi di prossimità un +0,8%, il commercio ambulante +1,2% e l'e-commerce cresce di tre decimi di punto.

«La crescita delle vendite nel 2022 è effimera perché in realtà si è registrato un calo in volumi» commentano da Confesercenti che ricordano la perdita di 15 mila attività nel 2022 e il rischio che altrettante imprese chiudano quest'anno. Confcommercio pone l'accento come il dato «sia peggiore delle attese che indica un chiaro sintomo delle difficoltà delle famiglie a mantenere i livelli di benessere economico - si legge in una nota dell'Ufficio Studi -. Le pressioni determinate dall'elevata inflazione sul reddito disponibile e sulla ricchezza detenuta in forma liquida continuano a comprimere i consumi». Non manca un campanello d'allarme per la tenuta del commercio al dettaglio. «L'equilibrio di molte piccole imprese è già molto fragile e non si può escludere una riduzione dei livelli di servizio commerciale in molte città italiane». Federdistribuzione teme il rischio di una frenata dei consumi. «Come comparto distributivo, riteniamo quantomai urgente avviare un confronto costruttivo con tutti gli attori della filiera - dice Carlo Alberto Buttarelli, Direttore ufficio studi e relazioni con la filiera - in particolare con l'industria del largo consumo, con l'obiettivo di trovare, con senso di responsabilità, tutte le soluzioni possibili per contrastare la spinta inflattiva ancora in atto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

