

**PANORAMA**

**OSSERVATORIO CONFIMPRESE-JAKALA**

## Commercio, nel 2024 crescita al rallentatore

Il commercio moderno guarda con cauto ottimismo al nuovo anno. «Con l'inflazione in rallentamento abbiamo aspettative di una crescita moderata, sia pure tenendo conte che la crisi di Suez sta mettendo a dura prova le aziende del retail sul fronte importazioni di materie prime e prodotti finiti - spiega Mario Maiocchi, direttore Centro studi Confimprese -. Corriamo il rischio di un aumento dei prezzi al consumo e di un conseguente ulteriore impoverimento del potere d'acquisto delle famiglie». In questo clima di incertezza Mario Resca, presidente Confimprese, prevede «che le vendite saranno in area positiva con una crescita che potrebbe arrivare fino all'1% salvo eventi straordinari avversi». Nei primi 5 mesi del 2023 secondo l'Osservatorio Confimprese-Jakala, le vendite del commercio moderno hanno visto un trend positivo ma nell'ultima parte dell'anno c'è stato un calo. Si arriva così a un +3,9% sul 2022 grazie alla ristorazione che cresce del +8,4%, l'abbigliamento (+2,1%) mentre l'altro retail (accessori casa, cura persona, ottica, libri) perde un decimo di punto. «La fine dell'anno non ha visto il concretizzarsi i timori di forti decrementi dei consumi, quantomeno a valore» sottolinea Maiocchi. Infatti dicembre, mese chiave per le vendite, vede un calo di tre decimi di punto con una sostanziale stabilità rispetto lo stesso mese del 2022 senza dimenticare gennaio ha visto una partenza difficile dei saldi con un -5,6% nel primo week end. Bene nel 2023 l'andamento degli acquisti in centri commerciali (+4,6%), outlet (+5,5%) e negozi di prossimità (+5,6%). Il travel in aeroporti e stazioni cresce grazie al turismo (+5%) mentre le vie del commercio registrano un +3%. Dal confronto con i dati del 2019 emerge un quadro peggiore con una flessione a valore del 3,7% e dove l'abbigliamento accusa un -9,2% nelle vendite. «Se guardiamo infatti allo scostamento del 2023 sul 2019 rimaniamo ancora a un -3,7% - avverte Alessandro Olivari, senior partner Jakala - confermando le difficoltà di ripresa dei consumi dovute alle congiunture macroeconomiche». Per quanto riguarda i canali di vendita nell'ultimo anno tutti vedono una crescita intorno al 5%. Per quanto riguarda l'andamento sul territorio il Veneto è la regione con la migliore performance (+6% delle vendite) mentre la classifica è chiusa dalla Basilicata con un -5%.

— **Enrico Netti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1620 - T.1623

