

Consumi in rialzo a novembre crescono le vendite al dettaglio

**L'AUMENTO È SIA
IN VALORE (+0,5%)
CHE IN VOLUME (+0,6%)
RISPETTO A OTTOBRE
CONFCOMMERCIO:
«TORNA LA FIDUCIA»**

IL RILANCIO

ROMA I consumi alzano la testa. A novembre in Italia le vendite al dettaglio aumentano più che nell'Eurozona. Secondo l'Istat le vendite hanno registrato a novembre, rispetto al mese precedente, una crescita in valore dello 0,5% e in volume dello 0,6%.

Il volume del commercio al dettaglio è aumentato invece a novembre su base tendenziale dello 0,2% nell'area dell'euro, ha stimato l'Eurostat. In Italia il balzo delle vendite al dettaglio di novembre arriva dopo il dato positivo di ottobre. Si tratta della seconda variazione congiunturale con il segno più consecutiva. Non accadeva da quasi due anni.

A ottobre scorso le vendite al dettaglio avevano registrato, rispetto a settembre, una crescita dello 0,4% in volume e dello 0,5% in valore. «Il dato di novembre, seppure atteso in base alle indicazioni emerse sull'andamento delle vendite durante il periodo del Black Friday, costituisce un prezioso elemento di sostegno all'idea che la parte finale del 2025 sia stata piuttosto vivace anche in termini di spesa delle famiglie», spiega il direttore dell'Ufficio studi di Confcommercio, Mariano Bella.

Il potere d'acquisto degli italiani è cresciuto di 20 miliardi in un anno, ha certificato sempre l'Istat questa settimana. Il tasso di disoccupazione è sceso, a novembre, al 5,7% (-0,1 punti).

IL MIGLIORAMENTO

«Dopo un periodo caratterizzato da timori sul proprio futuro red-

dituale e da profonde attenzioni ai comportamenti correnti di spesa, che ha portato la propensione al risparmio all'11,4% nel terzo trimestre del 2025, è probabile che le famiglie abbiano finalmente percepito come sicuro il rientro del calo e avvertano meno timori per il potere d'acquisto, confortate dalle solide dinamiche del mercato del lavoro», sottolinea Mariano Bella.

Insomma, se i consumi sono in ripresa non è solo per merito del Black Friday, ma è anche grazie all'effetto fiducia che deriva da un quadro economico in costante miglioramento. Su base tendenziale, le vendite al dettaglio a novembre hanno registrato una crescita dell'1,3% in valore e dello 0,5% in volume. Le vendite dei beni alimentari sono aumentate in valore (+1,3%) e calate in volume (-0,5%), mentre quelle dei beni non alimentari sono cresciute sia in valore (+1,4%) sia in volume (+1,1%). Hanno fatto da traino i prodotti per la cura della persona (+5,9%) e il canale dell'e-commerce.

I PICCOLI NEGOZI

Male i piccoli negozi. «Rispetto a novembre 2024 – così l'Istat – il valore delle vendite al dettaglio risulta in significativo aumento per la grande distribuzione (+2,1%) e il commercio elettronico (+8,3%), mentre registra una flessione per le imprese operanti su piccole superfici (-0,5%)».

Le imprese di minori dimensioni soffrono in particolare il calo in volume delle vendite di beni alimentari. Critica Confeserceneti: «Il Black Friday continua a spostare quote di mercato verso l'online attraverso politiche promozionali aggressive, spesso in un quadro di regole che non garantisce condizioni davvero omogenee di concorrenza. Inoltre, allargando lo sguardo ai primi undici mesi del 2025, le vendite complessive segnano +0,8% in valore ma -0,6% in volume».

Francesco Bisozzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

