

CONGIUNTURA COMMERCIO

PRIMO TRIMESTRE 2024

SINTESI



SINTESI DEI TERRITORI

Nel primo trimestre 2024 il fatturato del commercio al dettaglio dell'area vasta di Milano, Monza Brianza e Lodi mostra segnali di divaricazione delle dinamiche tra le province incluse nel perimetro dell'area. La declinazione territoriale registra una battuta d'arresto del volume d'affari per la provincia di Monza Brianza, dove l'arretramento si palesa sia su base trimestrale che annua.

Nelle altre partizioni geografiche, il settore evidenzia e un rallentamento della dinamica per la città metropolitana di Milano, particolarmente evidente se consideriamo la crescita tendenziale, ossia riferita al primo trimestre dello scorso anno, mentre per la provincia di Lodi il volume d'affari segna un aumento rilevante rispetto ai tre mesi precedenti.

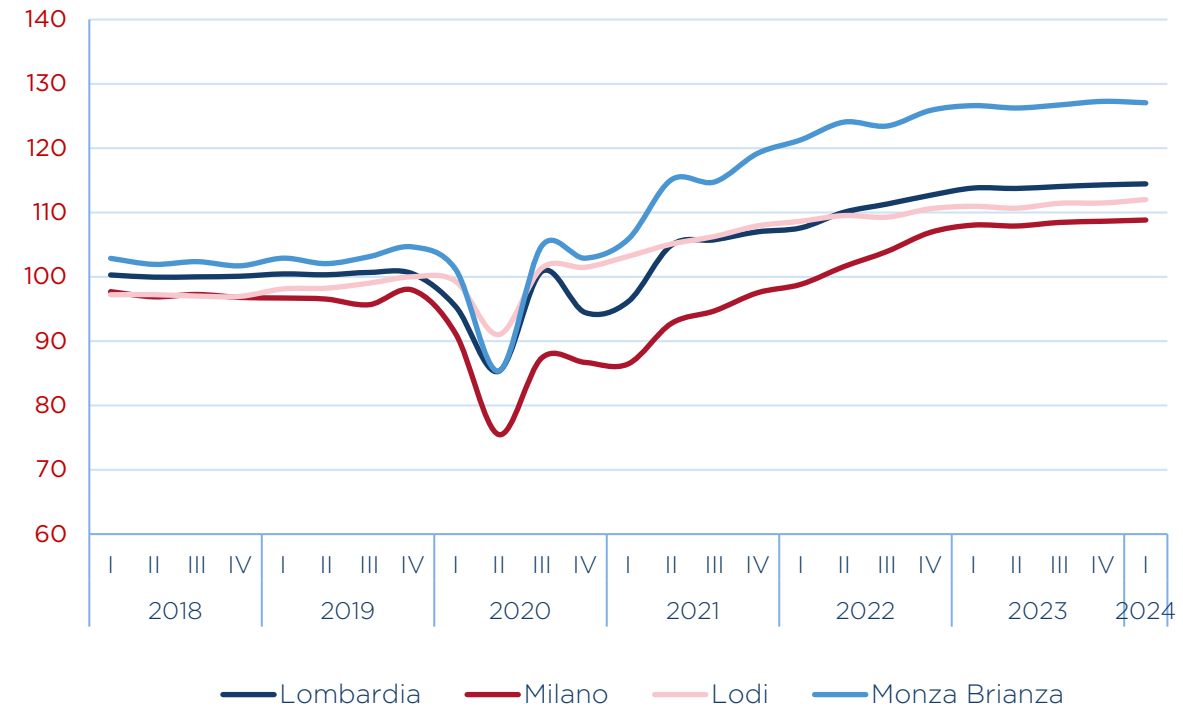
Se consideriamo l'indice trimestrale del fatturato della provincia di Lodi (base 2015=100) al netto degli effetti stagionali, possiamo osservare che, il livello raggiunto nel primo trimestre 2024 è pari a 112, in aumento quindi di mezzo punto su base trimestrale (111,5) e con riflessi positivi anche sulla crescita della dinamica tendenziale (+1,2%).

In relazione alla città metropolitana di Milano, il commercio al dettaglio - pur raggiungendo un nuovo punto di massimo pari a 108,9 (108,7 nel precedente trimestre) - evidenzia l'esaurimento dell'onda lunga di crescita, come segnalato anche dal rallentamento tendenziale (+0,9% contro +1,4%).

Per il commercio della provincia di Monza Brianza, l'indice del fatturato - al netto degli effetti stagionali - raggiunge invece quota 127,1 (127,3 nel quarto trimestre 2023), perdendo quindi 2 decimi su base trimestrale e arretrando dello 0,4% su base annua.

FATTURATO DEL SETTORE COMMERCIO

(anni 2018-2024 - indice base 2015=100)



Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Unioncamere Lombardia - Indagine congiunturale commercio

IL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ITALIA

Nel primo trimestre 2024, nonostante il rallentamento della dinamica dei prezzi al consumo, il valore del commercio al dettaglio in Italia registra un consistente aumento su base annua (+1,8%) ascrivibile alla significativa crescita del segmento alimentare (+4,4%), che ha compensato la contrazione subita dal commercio non alimentare per il terzo trimestre consecutivo (-0,2%).

La suddivisione dei canali di vendita tra grande distribuzione ed esercizi commerciali operanti su piccole superfici evidenzia che il contributo alla crescita deriva dalle catene della grande distribuzione (+3,8%) per le quali la dinamica è trainata dal fatturato ottenuto dalle vendite dei prodotti alimentari (+5,2%), che bilancia pertanto l'apporto più contenuto del segmento non alimentare (+0,9%).

Con riferimento alle imprese operanti su piccole superfici, il primo trimestre 2024 si è chiuso per il terzo trimestre consecutivo con una contrazione del fatturato (-0,1%), su cui ha inciso in misura rilevante la flessione del comparto non alimentare (-0,6%), che strutturalmente incide in misura rilevante sugli esercizi commerciali di prossimità.

COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI

(anni 2022-2024 - variazioni percentuali tendenziali)

Settori e forme distributive	2022				2023				2024	
	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.	I trim.	
Settori	Alimentare	1,3	4,8	6,4	5,9	7,6	7,0	5,7	3,3	4,4
	Non Alimentare	11,2	5,9	2,8	1,6	4,4	0,9	-0,3	-1,1	-0,2
	Totale	6,8	5,5	4,3	3,2	5,7	3,3	2,2	0,7	1,8
Alimentare	Grande Distr.	1,9	5,9	8,2	7,4	8,7	8,5	6,9	4,2	5,2
	Piccole Sup.	-1,5	1,4	1,6	1,6	4,9	2,4	2,4	1,3	2,0
Non Alimentare	Grande Distr.	12,3	5,9	5,1	3,1	6,7	3,1	0,5	-0,6	0,9
	Piccole Sup.	12,4	6,4	0,7	0,3	2,9	-0,7	-1,2	-1,7	-0,6
Forme distributive	Grande Distr.	5,3	6,0	7,0	5,7	8,0	6,6	4,6	2,3	3,8
	Piccole Sup.	9,1	5,3	1,0	0,4	3,4	0,0	-0,5	-1,0	-0,1

Fonte: Istat

Progetto, realizzazione grafica e redazione

Studi, Statistica e Programmazione

Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi

Online

www.ester.milomb.camcom.it

