

CONGIUNTURA COMMERCIO

SECONDO TRIMESTRE 2024

SINTESI



SINTESI DEI TERRITORI

Nel secondo trimestre 2024 il commercio al dettaglio dell'area vasta di Milano, Monza Brianza e Lodi evidenzia segnali di difficoltà, registrando un peggioramento della dinamica in tutte e tre le nostre province. Si osserva infatti una variazione negativa del fatturato che riguarda tutti i territori, sia su base congiunturale che tendenziale.

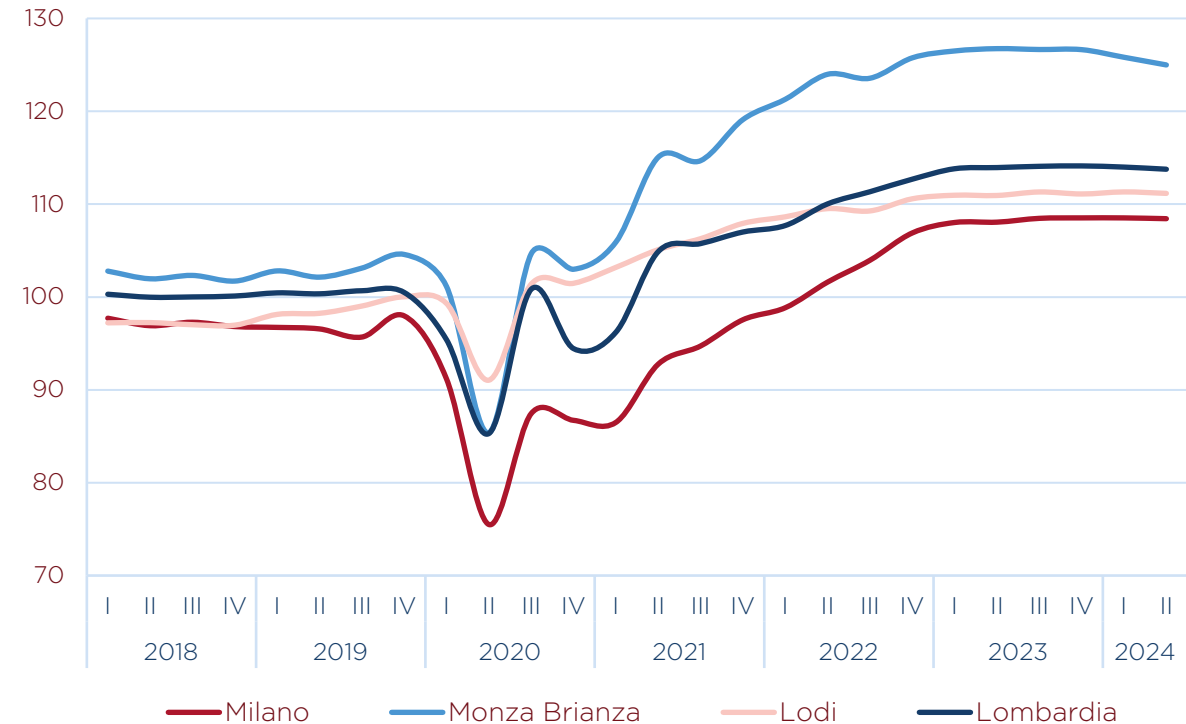
In relazione alla città metropolitana di Milano, il commercio al dettaglio segna un calo annuo del fatturato relativamente contenuto (-0,1%), che arriva comunque a seguito di un rallentamento progressivo della crescita. Il numero indice del fatturato raggiunge quota 108,4 risultando quindi in linea con il valore di 108,5 toccato nei trimestri precedenti.

Per il commercio della provincia di Monza Brianza, l'indice del fatturato si assesta a quota 125, in sensibile calo rispetto ai massimi raggiunti nel corso del 2023. Rispetto al secondo trimestre del 2023 si osserva infatti il calo più marcato tra le tre province (-2,6%).

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 secondo trimestre 2024 è pari a 111,2, subendo un minimo calo congiunturale (-0,1%) e una riduzione tendenziale dell'1,2%.

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 secondo trimestre 2024 le vendite del commercio al dettaglio in Italia segnano una flessione su base annua dello 0,7%, che interrompe un periodo di crescita continua, seppure in rallentamento nei trimestri più recenti. Nel dettaglio si osserva un calo dello 0,5% del comparto non alimentare, che denuncia una dinamica negativa già a partire dalla seconda metà del 2023, a cui si aggiunge una riduzione dell'1% dell'alimentare, che invece aveva sostenuto la crescita fino al trimestre passato.

La suddivisione dei canali di vendita tra grande distribuzione ed esercizi commerciali operanti su piccole superfici evidenzia la flessione delle vendite della grande distribuzione (-0,8%), dopo un rallentamento della crescita negli ultimi trimestri. Si osserva in particolare la flessione che riguarda il comparto alimentare (-1,1%), che ancora nel trimestre scorso registrava una robusta crescita.

Con riferimento alle imprese operanti su piccole superfici, il secondo trimestre 2024 registra una riduzione del fatturato per il quarto periodo consecutivo (-0,7%), che riguarda con la medesima intensità il comparto alimentare e quello non alimentare.

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.	II trim.	
Settori	Alimentare	1,3	4,8	6,4	5,9	7,6	7,0	5,7	3,3	4,4	-1,0
	Non Alimentare	11,2	5,9	2,8	1,6	4,4	0,9	-0,3	-1,1	-0,2	-0,5
	Totale	6,8	5,5	4,3	3,2	5,7	3,3	2,2	0,7	1,8	-0,7
Alimentare	Grande Distr.	1,9	5,9	8,2	7,4	8,7	8,5	6,9	4,2	5,2	-1,1
	Piccole Sup.	-1,5	1,4	1,6	1,6	4,9	2,4	2,4	1,3	2,0	-0,7
Non Alimentare	Grande Distr.	12,3	5,9	5,1	3,1	6,7	3,1	0,5	-0,6	0,6	-0,2
	Piccole Sup.	12,4	6,4	0,7	0,3	2,9	-0,7	-1,2	-1,7	-0,6	-0,7
Forme distributive	Grande Distr.	5,3	6,0	7,0	5,7	8,0	6,6	4,6	2,3	3,7	-0,8
	Piccole Sup.	9,1	5,3	1,0	0,4	3,4	0,0	-0,5	-1,0	-0,1	-0,7

Fonte: Istat

Progetto, realizzazione grafica e redazione

Studi, Statistica e Programmazione

Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi

Online

www.ester.milomb.camcom.it

