

CONGIUNTURA COMMERCIO

SECONDO TRIMESTRE 2025

SINTESI



SINTESI DEI TERRITORI

Nel secondo trimestre 2025 il fatturato del commercio al dettaglio dell'area di Milano, Monza Brianza e Lodi ha registrato una differenziazione delle dinamiche tra i territori che ne compongono il perimetro: alle difficoltà riscontrate nel territorio brianzolo si contrappongono le dinamiche positive dell'area milanese e lodigiana.

In particolare, nell'ambito delle partizioni geografiche che compongono l'area aggregata, il settore mostra un recupero dell'indice trimestrale del fatturato per la città metropolitana di Milano e in misura più pronunciata per la provincia di Lodi, mentre si registra una stagnazione della dinamica trimestrale per la Brianza.

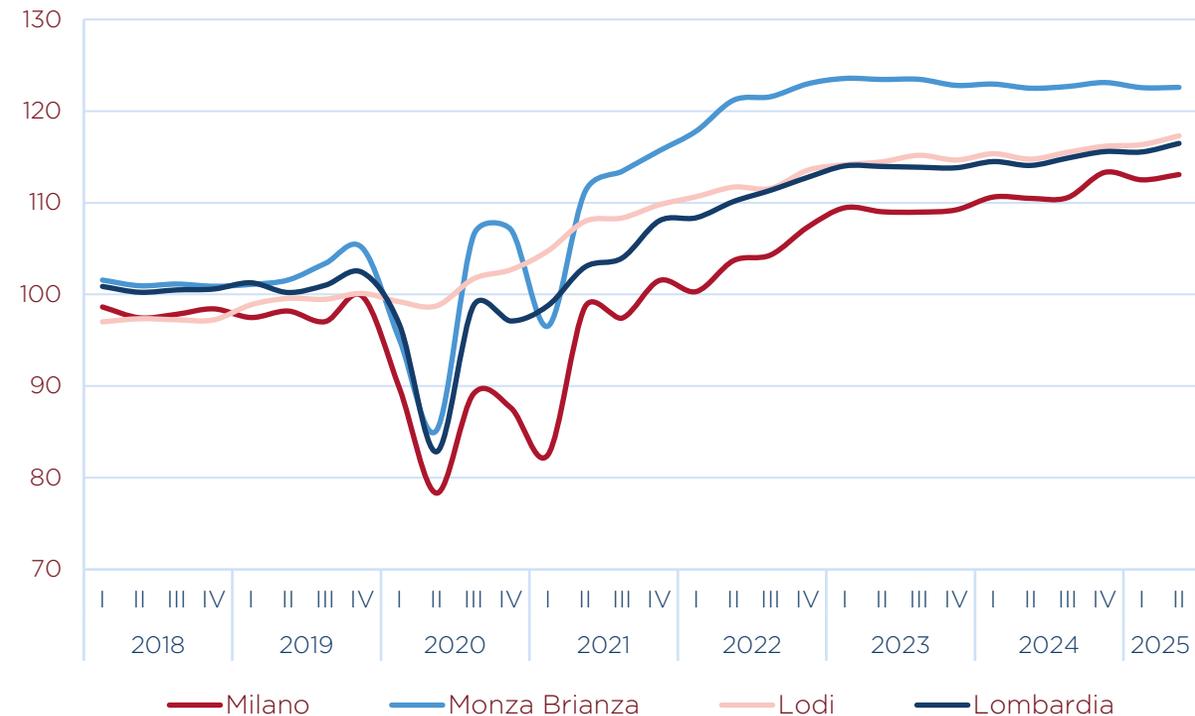
In relazione alla città metropolitana di Milano, l'aumento dell'indice trimestrale, ora a quota 113,1 (112,5 nel precedente trimestre), si è riflesso in misura elevata sulla dinamica tendenziale, in crescita del 2,2% rispetto al secondo trimestre 2024.

Con riferimento al territorio di Monza Brianza, si osserva che il settore del commercio sta attraversando una fase di stagnazione del fatturato, come indica il livello raggiunto dall'indice destagionalizzato del fatturato (base 2015=100) che, nel secondo trimestre 2025, è pari a 122,6, identico quindi al valore dei primi tre mesi dell'anno.

L'appiattimento della dinamica si è, inoltre, riflesso sull'andamento tendenziale, registrando una variazione nulla rispetto allo stesso periodo del 2024.

FATTURATO DEL SETTORE COMMERCIO

(anni 2018-2025 - indice base 2015=100)



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

SINTESI DEI TERRITORI

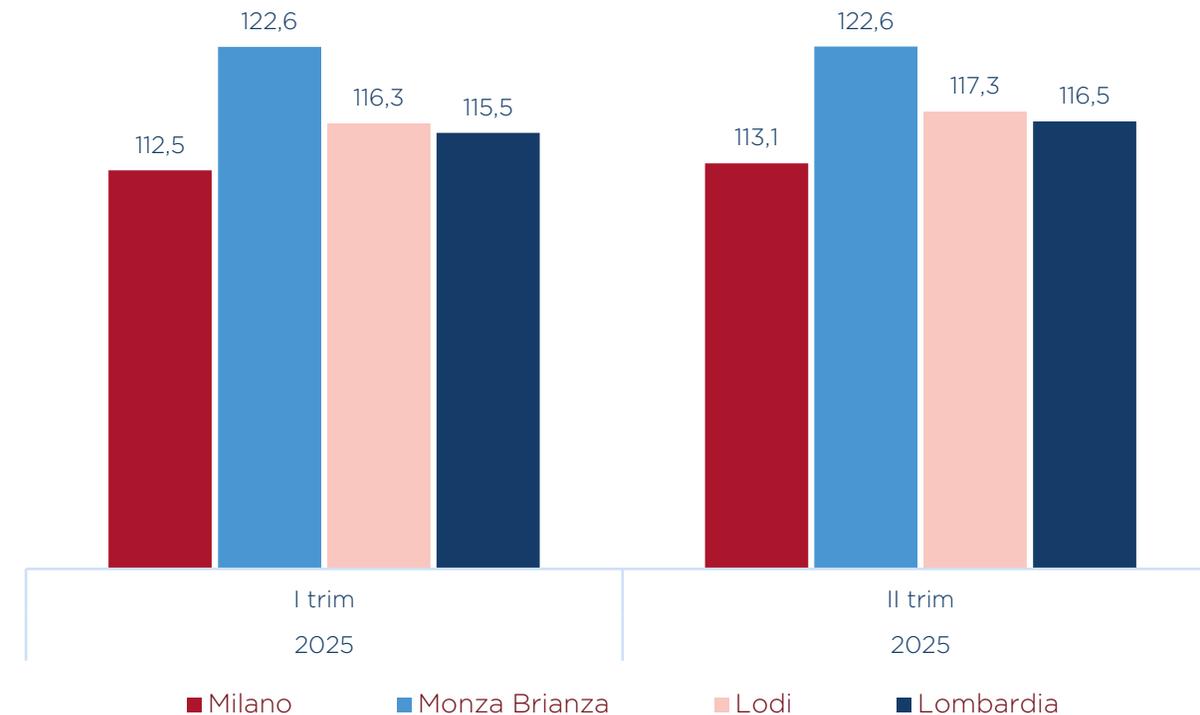
Relativamente alla provincia di Lodi, se consideriamo l'indice trimestrale del fatturato al netto della stagionalità (base 2015=100), possiamo osservare che il livello toccato nel secondo trimestre 2025 (117,3) è in rilevante aumento rispetto alla quota raggiunta nel primo trimestre (116,3).

La progressione corrisponde a un aumento su base trimestrale dello 0,8%, il più elevato dell'area aggregata di Milano Monza Brianza Lodi e pari all'incremento ottenuto dal commercio nel territorio regionale.

La crescita evidenziata dal fatturato su base trimestrale si è riflessa in misura significativa sull'andamento tendenziale: nei confronti del secondo trimestre dello scorso anno l'incremento è infatti pari al 3,1%, superiore sia a quanto ottenuto dalle altre partizioni geografiche dell'area allargata sia alla dinamica registrata dal commercio in Lombardia (+1,9%).

FATTURATO DEL SETTORE COMMERCIO

(anni 2024-2025 - 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 2025, il commercio al dettaglio in Italia registra una crescita significativa del fatturato nei confronti del secondo trimestre 2024 (+2%), riconducibile alla dinamica espansiva del settore alimentare (+4,8%), che ha compensato l'arretramento evidenziato dal segmento non alimentare (-0,1%).

La suddivisione della dinamica del fatturato tra i canali di vendita del commercio evidenzia la continuazione della fase negativa per gli esercizi commerciali operanti su piccole superfici e il proseguimento del trend espansivo della grande distribuzione.

Ciò sottolinea ulteriormente sia l'incidenza della seconda forma distributiva sull'andamento settoriale generale sia la sua capacità nell'attenuare, attraverso le leve di prezzo, la debole dinamica dei volumi venduti (+0,3%).

L'approfondimento di analisi per canale di vendita registra una contrazione del fatturato per le imprese del dettaglio tradizionale (-0,3%) e una crescita rilevante per la grande distribuzione (+4,5%), in particolare per l'apporto degli esercizi del segmento alimentare (+6,1%), all'interno del quale si collocano supermercati, ipermercati e discount alimentari.

Con riferimento al dettaglio tradizionale, la contrazione del fatturato è stata trainata dal comparto non alimentare (-0,8%), mentre si è osservata una ripresa per il segmento alimentare (+1,4%).

COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI

(anni 2023-2025 - variazioni percentuali tendenziali)

| Settori e forme distributive | 2023 | | | | 2024 | | | | 2025 | | |
|------------------------------|----------------|----------|-----------|----------|---------|----------|-----------|----------|---------|----------|------|
| | I trim. | II trim. | III trim. | IV trim. | I trim. | II trim. | III trim. | IV trim. | I trim. | II trim. | |
| Settori | Alimentare | 7,6 | 7,0 | 5,7 | 3,3 | 4,4 | -1,1 | 1,3 | 2,0 | -0,9 | 4,8 |
| | Non Alimentare | 4,4 | 0,9 | -0,3 | -1,1 | -0,5 | -0,5 | 0,8 | 0,9 | -1,1 | -0,1 |
| | Totale | 5,7 | 3,3 | 2,2 | 0,7 | 1,7 | -0,8 | 1,0 | 1,3 | -1,1 | 2,0 |
| Alimentare | Grande Distr. | 8,7 | 8,5 | 6,9 | 4,2 | 5,2 | -1,1 | 1,6 | 2,9 | -0,4 | 6,1 |
| | Piccole Sup. | 4,9 | 2,4 | 2,4 | 1,3 | 2,5 | -1,1 | 0,5 | 0,1 | -2,6 | 1,4 |
| Non Alimentare | Grande Distr. | 6,7 | 3,1 | 0,5 | -0,6 | 0,1 | -0,2 | 2,6 | 3,0 | 0,0 | 1,1 |
| | Piccole Sup. | 2,9 | -0,7 | -1,2 | -1,7 | -0,7 | -0,7 | 0,0 | -0,3 | -1,5 | -0,8 |
| Forme distributive | Grande Distr. | 8,0 | 6,6 | 4,6 | 2,3 | 3,5 | -0,8 | 2,0 | 2,9 | -0,4 | 4,5 |
| | Piccole Sup. | 3,4 | 0,0 | -0,5 | -1,0 | -0,1 | -0,8 | 0,2 | -0,2 | -1,7 | -0,3 |

Fonte: Istat

Con la diffusione dei dati del primo trimestre 2025 vengono introdotte alcune innovazioni metodologiche che comportano la revisione dei dati storici già pubblicati.

Le innovazioni riguardano:

- il nuovo metodo di ponderazione delle variabili qualitative (Iterative Proportional Fitting o Raking);
- la revisione dei piani di campionamento e dei pesi su dati ASIA 2022;
- la revisione della base di calcolo dei numeri indice all'anno 2015;
- la definizione di nuove specifiche di destagionalizzazione delle serie storiche a partire dal 2010.

Le specifiche di destagionalizzazione degli indicatori di tutti i settori economici, le classi dimensionali e gli ambiti geografici sono definite utilizzando le serie storiche a partire dal primo trimestre 2010 al fine di assicurare un adattamento più accurato dei modelli alle caratteristiche dei dati, soprattutto nel biennio

2020-2021. Per il settore manifatturiero (solo industria), inoltre, tengono conto degli effetti di calendario (dove statisticamente significativi).

Le novità introdotte (revisione dei dati grezzi, definizione delle specifiche su serie storiche più corte e modifica dei regressori utilizzati per il trattamento dei valori anomali nel periodo della pandemia) hanno talvolta determinato un cambiamento del profilo delle serie storiche destagionalizzate, generando revisioni dei dati destagionalizzati e delle rispettive variazioni congiunturali più ampie di quelle usuali.

Progetto, realizzazione grafica e redazione

Studi, Statistica e Programmazione

Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi

Online

www.ester.milomb.camcom.it

