

CONGIUNTURA COMMERCIO

SECONDO TRIMESTRE 2026

SINTESI



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZABRIANZA
LODI



SINTESI DEI TERRITORI

Nel secondo trimestre 2026, il fatturato del commercio nell'area di Milano, Monza Brianza e Lodi mostra un andamento territorialmente differenziato. Milano e Monza Brianza consolidano la fase espansiva, mentre Lodi mantiene un profilo di stagnazione della dinamica congiunturale che si riflette anche su base tendenziale attraverso un nuovo arretramento rispetto allo stesso periodo del 2025.

Il dettaglio di analisi del commercio, declinato su scala territoriale, evidenzia un aumento dell'indice trimestrale del fatturato (base 2015=100) per l'area metropolitana milanese. Al netto della stagionalità, il valore il livello sale da 114,6 a 116,5, con un incremento dell'1,7% rispetto al trimestre precedente.

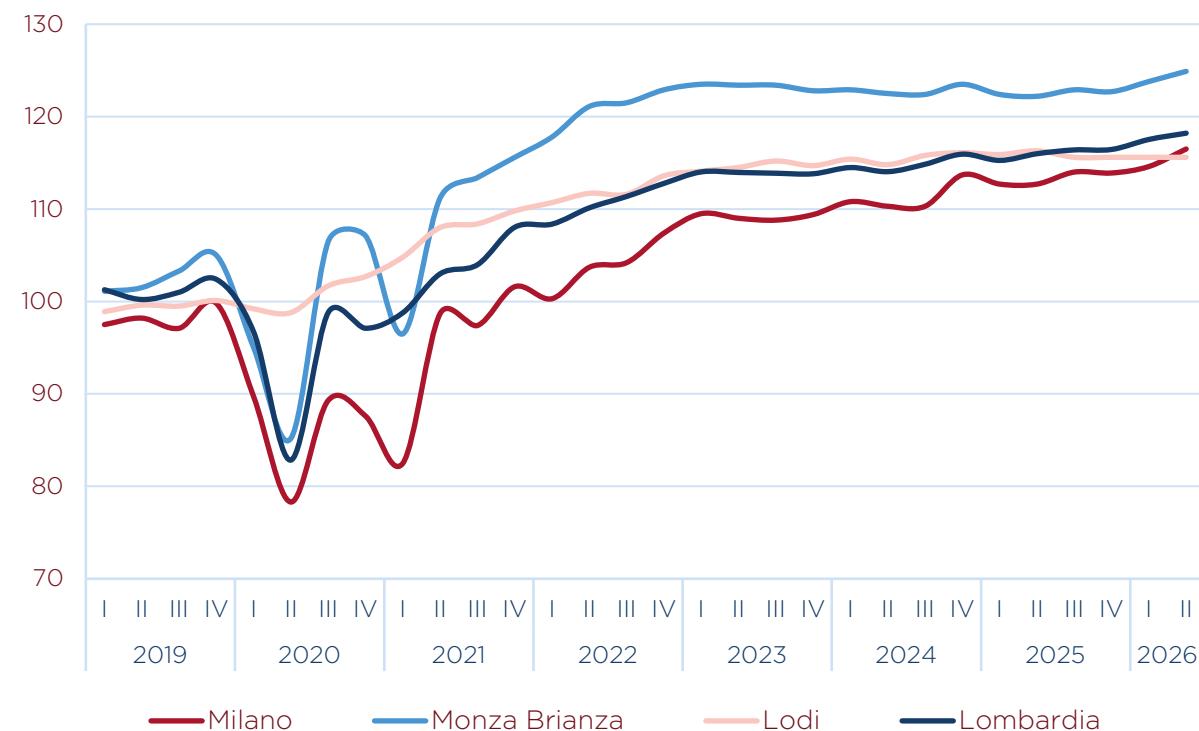
La dinamica milanese risulta la più sostenuta tra i territori analizzati e supera l'incremento congiunturale osservato in Lombardia, dove l'indice aumenta da 117,5 a 118,2 (+0,6%).

Come accennato, anche la provincia di Monza Brianza prosegue su un sentiero di crescita, nel secondo trimestre 2026 l'indice raggiunge quota 124,9, (123,8 nel trimestre precedente), segnando un aumento congiunturale dello 0,9%.

Con riferimento alla provincia di Lodi, l'indice del fatturato si conferma invariato rispetto al primo trimestre 2026 (115,6) evidenziando una dinamica piatta e più debole rispetto agli altri territori e alla media regionale.

FATTURATO DEL SETTORE COMMERCIO

(anni 2019-2026 - indice base 2015=100)



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

SINTESI DEI TERRITORI

L'analisi territoriale dell'indice trimestrale del fatturato evidenzia effetti differenziati sulla dinamica tendenziale. La crescita si concentra nell'area metropolitana di Milano e nella provincia di Monza Brianza, mentre il Lodigiano mantiene un profilo più debole. Entrambi i territori accelerano rispetto al trimestre precedente, mentre Lodi mantiene un andamento lievemente negativo.

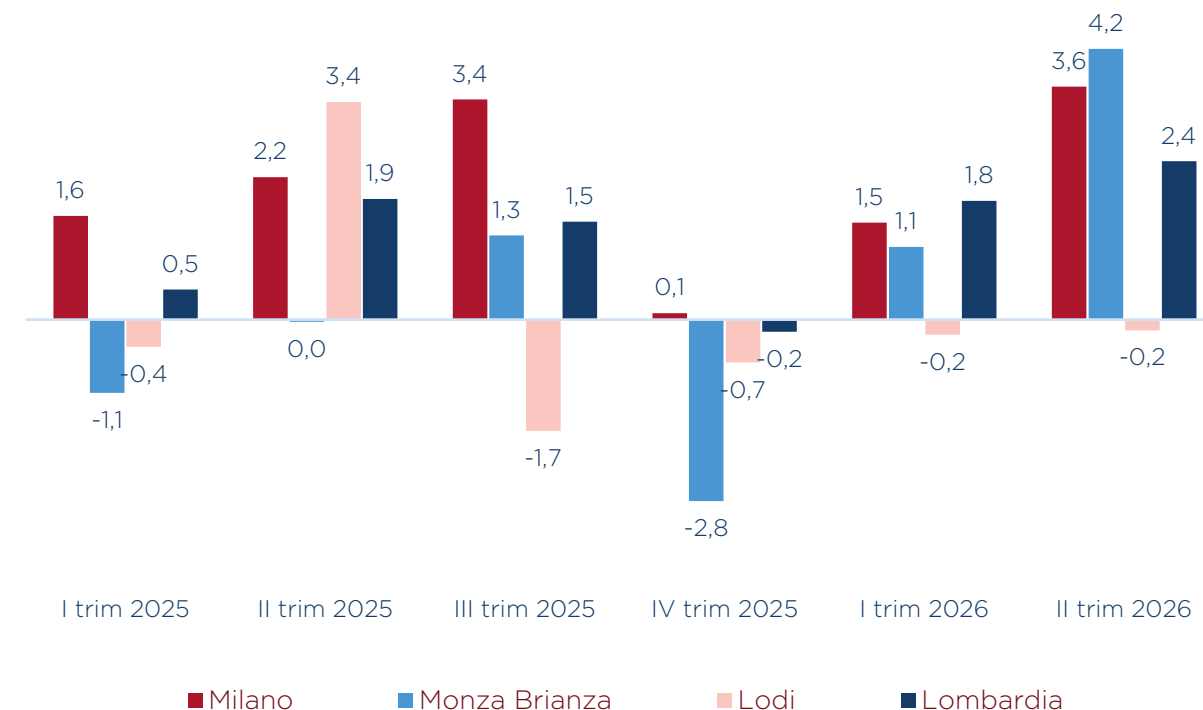
Il quadro di dettaglio evidenzia per la città metropolitana di Milano una crescita del volume d'affari del 3,6% su base annua, in netta accelerazione rispetto al +1,5% del primo trimestre. La variazione supera, inoltre, quella rilevata in Lombardia (+2,4%), mostrando una maggiore intensità della fase espansiva.

Relativamente a Monza Brianza, si registra l'incremento più elevato del fatturato tra i territori analizzati, con una crescita tendenziale del 4,2%. Il dato ottenuto nel trimestre consolida il recupero avviato nel primo trimestre (+1,1%) e segna un deciso miglioramento rispetto alla contrazione osservata alla fine del 2025 (-2,8%).

Infine, a Lodi, il fatturato diminuisce dello 0,2% rispetto al secondo trimestre 2025 mostrando un profilo tendenziale sostanzialmente invariato rispetto al trimestre precedente (-0,2%), a conferma di una fase di debolezza che coinvolge il commercio lodigiano.

FATTURATO DEL SETTORE COMMERCIO

(variazioni tendenziali)



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

IL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ITALIA

Nel secondo trimestre 2026, il commercio al dettaglio a prezzi correnti registra una crescita tendenziale del 2,3%, lievemente inferiore al +2,6% osservato nel trimestre precedente.

La dinamica settoriale evidenzia un’accelerazione del fatturato per il comparto non alimentare, che si attesta a +3,1% (+2,1% nel primo trimestre) e un rallentamento consistente del trend delle vendite in valore per il settore alimentare che si colloca a +1,4% (+3,4% nel primo trimestre).

L’analisi per forma distributiva registra una dinamica di incremento che coinvolge sia la grande distribuzione (+1,8%) sia le piccole superfici (+1,5%). Nei confronti del primo trimestre, la crescita rallenta nella grande distribuzione (+3,2%), mentre rimane sostanzialmente stabile per gli esercizi del dettaglio tradizionale (+1,6%).

La disamina per settore evidenzia per il comparto alimentare un aumento del fatturato della grande distribuzione pari all’1,5% e dello 0,8% per gli esercizi operanti su piccole superfici dello 0,8%.

In relazione al comparto non alimentare, gli incrementi registrati risultano più sostenuti: +2,3% per la grande distribuzione e +1,7% per le piccole superfici.

COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI

(anni 2024-2026 - variazioni percentuali tendenziali)

Settori e forme distributive		2024				2025				2026	
		I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.	I trim.	II trim.
Settori	Alimentare	4,4	-1,1	1,3	2,0	-0,9	4,9	2,1	1,9	3,4	1,4
	Non Alimentare	-0,5	-0,5	0,8	0,9	-1,1	-0,1	0,2	0,8	2,1	3,1
	Totale	1,7	-0,8	1,0	1,3	-1,0	2,1	1,0	1,3	2,6	2,3
Alimentare	Grande Distr.	5,2	-1,1	1,6	2,9	-0,4	6,1	2,7	2,3	3,7	1,5
	Piccole Sup.	2,5	-1,1	0,5	0,1	-2,2	2,0	0,6	0,5	2,3	0,8
Non Alimentare	Grande Distr.	0,1	-0,2	2,6	3,0	-0,1	1,0	0,5	1,2	2,4	2,3
	Piccole Sup.	-0,7	-0,7	0,0	-0,3	-1,5	-0,8	-0,7	0,0	1,4	1,7
Forme distributive	Grande Distr.	3,5	-0,8	2,0	2,9	-0,4	4,4	1,9	1,9	3,2	1,8
	Piccole Sup.	-0,1	-0,8	0,2	-0,2	-1,6	-0,2	-0,5	0,1	1,6	1,5

Fonte: Istat
* dati provvisori

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

