

# CONGIUNTURA COMMERCIO

TERZO TRIMESTRE 2025

SINTESI



CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO  
MONZABRIANZA  
LODI



# SINTESI DEI TERRITORI

Il commercio al dettaglio dell'area di Milano, Monza Brianza e Lodi ha registrato nel terzo trimestre 2025 una divergenza delle dinamiche del fatturato tra i tre territori che ne compongono il perimetro: alle dinamiche di crescita della città metropolitana di Milano e del territorio della Brianza si contrappone l'arretramento riscontrato dal commercio al dettaglio della provincia di Lodi.

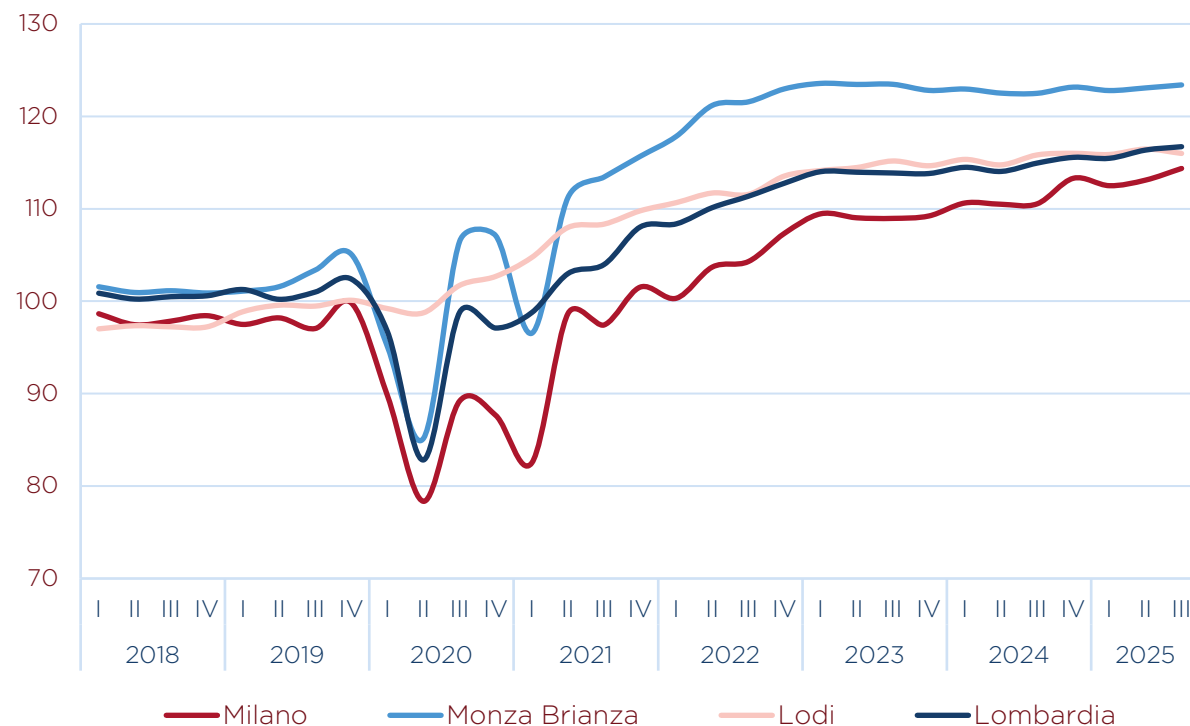
Se guardiamo alle ripartizioni territoriali, il settore ha evidenziato una crescita significativa dell'indice trimestrale del fatturato per l'area metropolitana di Milano (base 2015 = 100), che si posiziona ora a quota 114,4 (113,1 nel secondo trimestre) e corrisponde a un aumento congiunturale (al netto della componente stagionale) pari a +1,1%.

Con riferimento al territorio di Monza Brianza, si osserva una progressione limitata dell'indice destagionalizzato del fatturato che si è assestato nel terzo trimestre 2025 a 123,4 (123,1 nel secondo trimestre), determinando un aumento su base congiunturale pari a +0,3%, in continuità con una dinamica di crescita contenuta.

Relativamente alla provincia di Lodi, se consideriamo l'indice trimestrale del fatturato (base 2015=100) possiamo osservare che il livello raggiunto nel terzo trimestre 2025 (116) è in arretramento rispetto al valore del precedente trimestre (116,4) e coincide con una contrazione congiunturale (al netto della stagionalità) dello 0,4%.

## FATTURATO DEL SETTORE COMMERCIO

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



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

Le dinamiche evidenziate dal fatturato attraverso l'indice trimestrale si sono riflesse in misura rilevante, sull'andamento tendenziale ossia rispetto al terzo trimestre dello scorso anno.

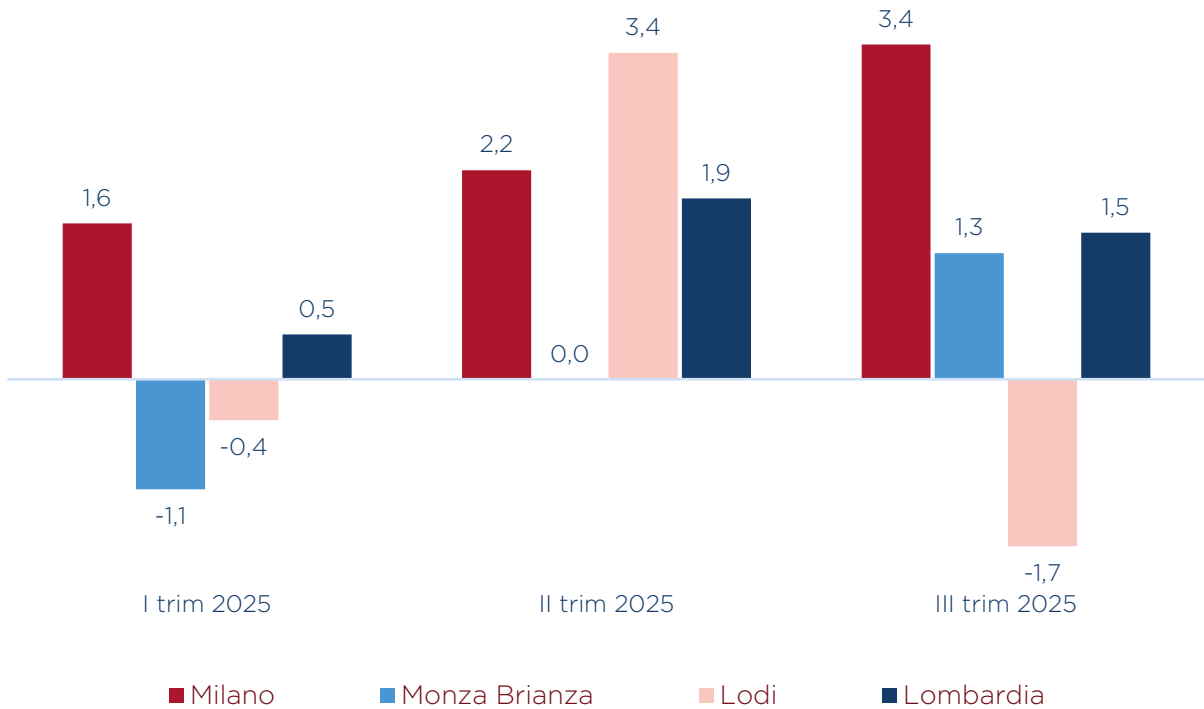
Relativamente all'area metropolitana milanese, l'incremento ottenuto su base annua è pari a +3,4%, superiore sia a quanto ottenuto dalle altre partizioni geografiche dell'area allargata sia alla dinamica registrata dal commercio in Lombardia (+1,5%). Il trend tendenziale evidenzia, inoltre, per l'area milanese una crescita progressiva del volume d'affare nel corso dei primi tre trimestri del 2025.

Passando alla provincia di Monza Brianza, l'aumento riscontrato dal fatturato del commercio nel terzo trimestre 2025 (+1,3%) è di poco inferiore - per intensità - a quanto registrato in ambito regionale. La crescita di questi tre mesi consente al settore di recuperare le perdite accumulate nella prima parte del 2025.

Nei confronti del Lodigiano, la dinamica regressiva registrata nel trimestre si è riflessa in misura rilevante sull'andamento tendenziale del fatturato, in netta flessione rispetto allo stesso periodo del 2024 (-1,7%). Il trend annuo evidenzia un percorso in chiaroscuro, che alterna periodi di crescita del fatturato ad altri in cui invece diminuisce.

## FATTURATO DEL SETTORE COMMERCIO

(variazioni percentuali trimestrali sul trimestre dell'anno precedente)



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

# IL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ITALIA

Per il secondo trimestre consecutivo, il commercio al dettaglio in Italia registra un aumento tendenziale del fatturato (+0,9%). È la dinamica espansiva del settore alimentare (+2%) a essere determinante, mentre il comparto non alimentare riporta una crescita più modesta (+0,2%).

La suddivisione del fatturato tra i canali di vendita del commercio evidenzia il proseguimento del trend di crescita della grande distribuzione e di arretramento per gli esercizi operanti su piccole superfici.

Si rafforza quindi ulteriormente l'incidenza della grande distribuzione sulla performance complessiva del commercio quale forma distributiva primaria per l'andamento settoriale generale e per la sua capacità nell'attenuare, attraverso economie di scala e leve di prezzo, la dinamica negativa dei volumi venduti complessivamente (-0,8%).

L'approfondimento di analisi evidenzia un'ulteriore flessione del fatturato per le imprese del dettaglio tradizionale (-0,6%) e un aumento per la grande distribuzione (+1,9%), determinata dall'apporto del segmento alimentare (+2,7%), che compensa la dinamica contenuta del comparto non alimentare (+0,4%).

Con riferimento al dettaglio tradizionale, la contrazione del fatturato è da ascrivere al segmento non alimentare (-0,7%), in flessione da quattro trimestri, mentre è in contenuto aumento la componente alimentare (+0,4%).

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

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](http://www.ester.milomb.camcom.it)

