

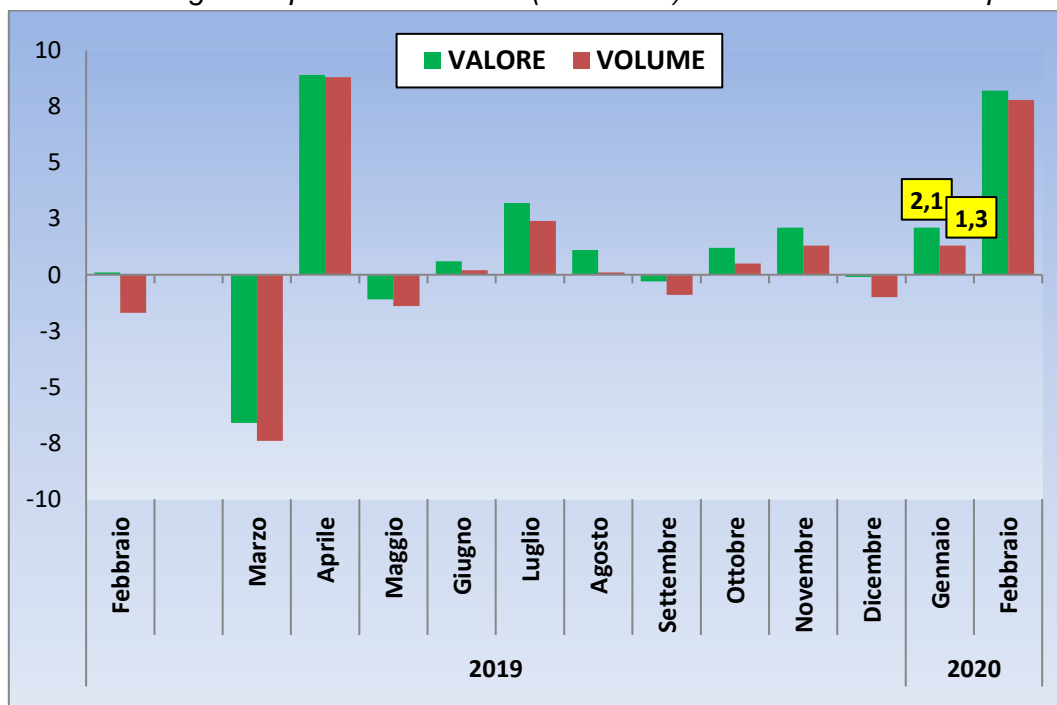
COMMERCIO AL DETTAGLIO

FEBBRAIO 2020

I primi effetti dell'emergenza epidemiologica da COVID-19 iniziano a mostrarsi all'interno delle serie dati elaborate dall'Istat. In particolare, secondo le ultime rilevazioni dell'Istituto sul commercio al dettaglio, il mese di Febbraio 2020 è stato caratterizzato da un incremento su base congiunturale sia per le quantità vendute (+1,2%) che sul lato della spesa sostenuta dai cittadini italiani (+0,8%). Tale aumento mensile ha interessato sia i prodotti alimentari (+1,1% in valore e +1,2% in volume), sia i beni non alimentari (+0,5% in valore e +0,6% in volume).

Ma è dal confronto con i dati fatti registrare lo scorso anno che risultano maggiormente evidenti le conseguenze dell'emergenza epidemiologica. Rispetto al mese di febbraio 2019, le vendite sono aumentate del 5,7% in valore e del 5,8% in volume. Sono stati i prodotti alimentari, per via della "corsa" all'approvvigionamento, a spingere verso l'alto la variazione tendenziale. Prodotti agricoli, cibi e bevande hanno fatto registrare un'impennata delle vendite sia in valore (+8,2%) quanto in riferimento ai volumi (+7,8%)

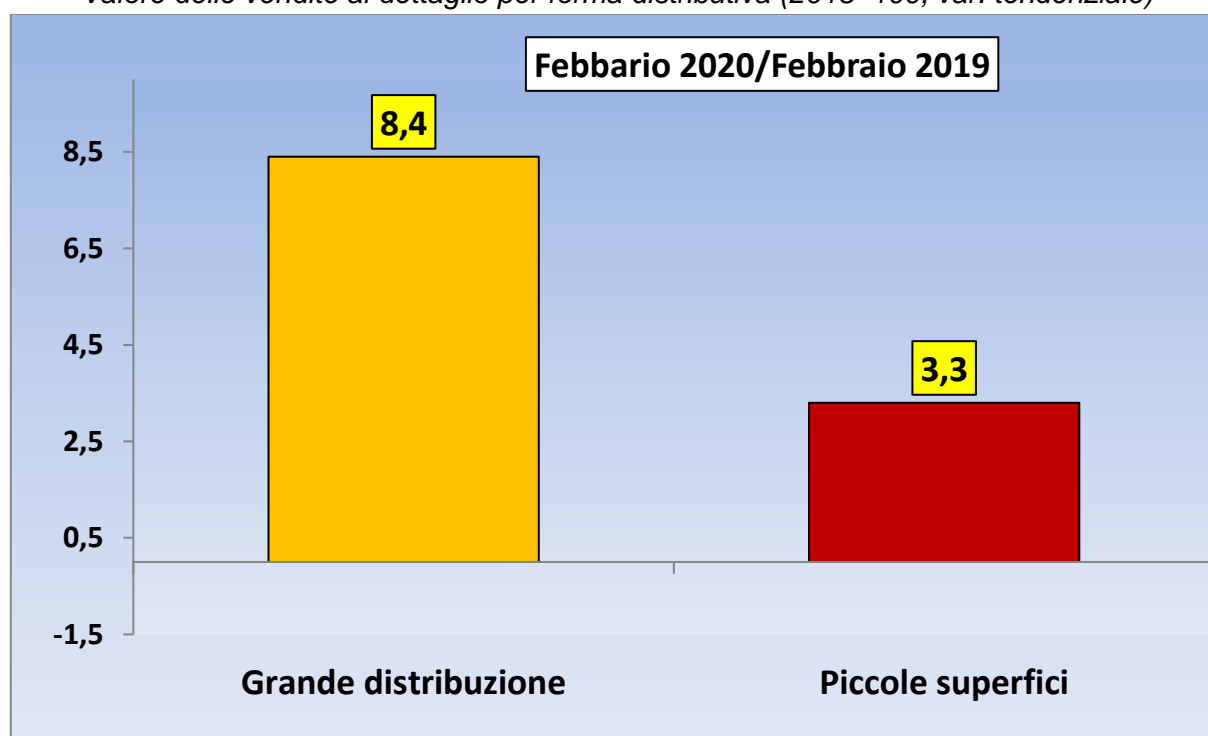
Le vendite al dettaglio dei prodotti alimentari (2015=100): variazione % su anno precedente



Fonte: Ufficio Studi CIA – Agricoltori italiani su dati Istat

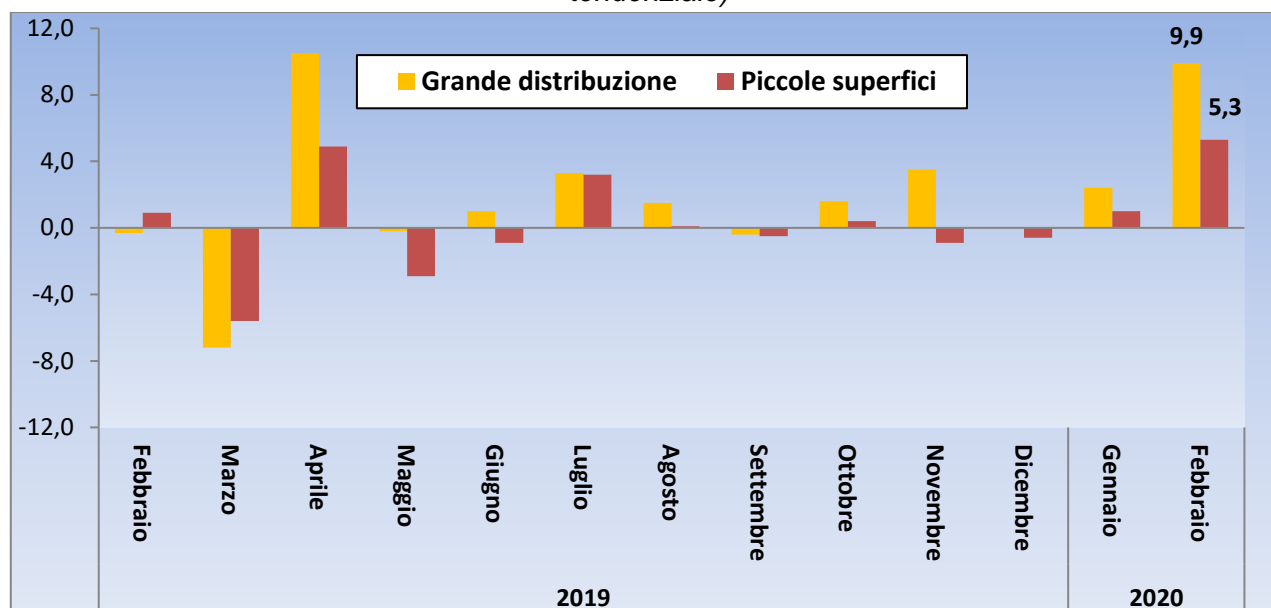
La forte spinta del commercio al dettaglio sopra evidenziata trova conferma nei dati riguardanti la forma distributiva. Nel mese di febbraio il valore delle vendite all'interno della *grande distribuzione* è cresciuto dell'8,4% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. In quest'ottica, a fronte di un incremento che ha sfiorato le due cifre percentuali (+9.9%) sono stati i prodotti alimentari ad aver inciso maggiormente. Più contenuta, invece, la risalita dei beni non alimentari (+5.4%). All'interno delle *aziende commerciali di dimensioni ridotte*, osservando sempre i dati relativi al valore, l'indice generale dell'Istat ha guadagnato su base annua il 3,3% annuo. Anche in questo caso, così come per le grandi superfici, sono state le vendite di cibi e bevande (+5.3%) a trainare verso l'alto la variazione complessiva. L'aumento annuo degli altri beni è stato invece più contenuto attestandosi appena al di sotto dei tre punti percentuali (+2,8%).

Valore delle vendite al dettaglio per forma distributiva (2015=100; var. tendenziale)



Fonte: Ufficio Studi CIA – Agricoltori italiani su dati Istat

Valore delle vendite al dettaglio dei prodotti alimentari per forma distributiva (2015=100; var. tendenziale)



Fonte: Ufficio Studi CIA – Agricoltori italiani su dati Istat

Infine, anche con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione si evince la forte spinta che ha interessato (in particolare a partire dalle ultime due settimane di febbraio) l'acquisto di prodotti alimentari in seguito all'emergere dell'emergenza da COVID-19. Il valore delle vendite per gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare è cresciuto rispetto al mese di febbraio 2019 del 9,5%. Tale incremento ha assunto una dimensione particolarmente marcata all'interno dei supermercati, con una spinta del 9,9%, e dei discount alimentari (+9.6%). Altrettanto sostenuta la crescita delle vendite all'interno degli ipermercati +8.7%. Di contro, più contenuto l'aumento delle vendite all'interno degli esercizi della grande distribuzione a prevalenza non alimentare (+4.4%).

A COMPLETAMENTO DELL'ANALISI, SI RIPORTANO NELLE PAGINE SEGUENTI ALCUNI GRAFICI DEL "RAPPORTO SULLA DOMANDA E L'OFFERTA DEI PRODOTTI ALIMENTARI NELLE PRIME SETTIMANE DI DIFFUSIONE DEL VIRUS" ELABORATO DALL'ISMEA IN COLLABORAZIONE CON NIELSEN ED AVENTE UNA PERIODICITÀ SETTIMANALE.

Per maggiori informazioni sul Rapporto Ismea-Nielsen consultare il seguente link:
<http://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10345>

