INEA
ISTITUTO NAZIONALE
DI ECONOMIA AGRARIA

AGRITREND

Evoluzione e cifre sull'agro-alimentare

IL COMMERCIO AL DETTAGLIO

I trimestre 2014

9 IL COMMERCIO AL DETTAGLIO

I consumi delle famiglie ancora in frenata non hanno permesso alle imprese del commercio al dettaglio di portare in positivo il bilancio delle vendite nel primo trimestre del 2014. Anche se con un lieve cenno di risalita, l'indice delle vendite del commercio fisso al dettaglio rimane negativo rispetto al trimestre precedente (-0,3%). Scomponendo le informazioni per settore merceologico (tab. 9.1) si evidenzia che il settore del food ha mostrato una performance peggiore rispetto al commercio dei prodotti non alimentari, sia congiunturalmente, che nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente. In particolare la contrazione del valore delle vendite a livello tendenziale ha interessato tutti gli aggregati con l'indice che ha subito una diminuzione di circa il 2-3%, rispetto ai mesi di gennaio-marzo 2013 e addirittura del 6,8% nel confronto sul solo mese di marzo relativo al commercio alimentare.

In sostanza, analizzando il trend delle vendite (fig. 9.2) per le due tipologie di prodotti commercializzati emerge che la crisi economica ha portato prima a una riduzione dei consumi non alimentari più ampia di quella dei consumi alimentari per poi abbattersi anche su questi ultimi con il proseguire della fase economica negativa. I beni

Tab.9.1 Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2010=100) per settore merceologico

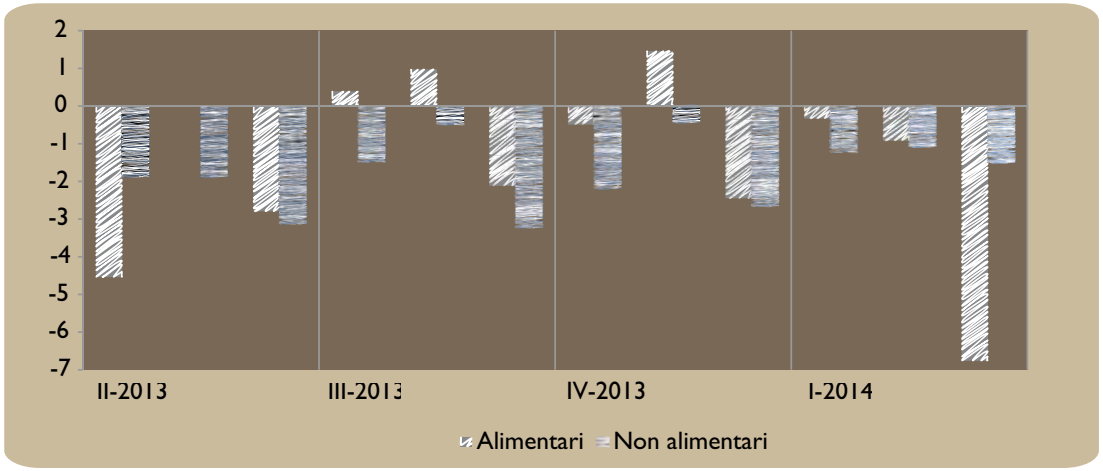
	Dati destagionalizzati			Dati grezzi		
	Indici	Variazioni %		Indici	Variazioni %	
	mar-'14	mar-'14 / feb-'14	gen-mar '14 / ott-dic '13	mar-'14	mar-'14 / mar-'13	gen-mar '14 / gen-mar '13
Alimentari	98,5	-0,4	-0,5	97,9	-6,8	-2,9
Non alimentari	92,8	0,0	0,2	85,8	-1,5	-1,3
Totali	94,8	-0,2	-0,3	90,1	-3,5	-1,8

Fonte: elaborazioni INEA su dati Istat.

alimentari voluttuari, come testimoniano diverse indagini svolte presso i consumatori (Istat, Unioncamere, Federalimentare), hanno risentito in prima battuta della diminuita disponibilità economica delle famiglie ma evidentemente in questi ultimi mesi anche la componente ritenuta necessaria si sta comprimendo.

Anche il valore delle vendite, per la grande distribuzione ha registrato una variazione tendenziale negativa dell'1,7%, come risultato di una lieve variazione positiva degli esercizi commerciali specializzati

Fig. 9.1 Indice mensile del valore del totale delle vendite (variazioni congiunturali percentuali)



Fonte: elaborazioni INEA su dati Istat.

(+0,2%) e di una variazione negativa per quelli non specializzati (-2,0%).

Più in dettaglio, per gli esercizi commerciali a prevalenza alimentare, i supermercati e gli ipermercati hanno risentito maggiormente del periodo non favorevole, mentre i discount hanno evidenziato una decisa tenuta delle vendite. Verosimilmente e per le ragioni in precedenza richiamate le famiglie, alla ricerca della convenienza, hanno preferito o rafforzato i loro acquisti in questi canali distributivi che con una maggiore attenzione ai costi riescono ad applicare prezzi più appetibili per i consumatori.

Tab.9.2 Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2010=100) per tipologia di esercizio della grande distribuzione

	Indici	Variazioni %	
	mar '14	mar '14 / mar '13	gen-mar '14 / gen-mar '13
Esercizi non specializzati	95,8	-5,7	-2,0
A prevalenza alimentare	97,9	-6,1	-2,2
Ipermercati	96,9	-8,2	-3,2
Supermercati	100,0	-6,9	-2,9
Discount di alimentari	106,7	-1,5	1,3
A prevalenza non alimentare	78,7	-0,3	0,4
Esercizi specializzati	88,0	-1,6	0,2
Totale	**94,7**	**-5,1**	**-1,7**

Fonte: elaborazioni INEA su dati Istat.