

7 febbraio 2024 11:38

## ITALIA: Vendite al dettaglio in calo a dicembre

A dicembre 2023 si stima, per le vendite al dettaglio, un calo congiunturale dello 0,1% in valore e dello 0,5% in volume. Sono in diminuzione le vendite dei beni alimentari in valore e in volume (rispettivamente -0,2% e -0,9%) e quelle dei beni non alimentari in volume (-0,2%), mentre sono stazionarie quelle in valore.

Nell'ultimo trimestre del 2023, in termini congiunturali, le vendite al dettaglio aumentano in valore (+0,3%) e subiscono una flessione in volume (-0,2%). Le vendite dei beni alimentari crescono in valore (+0,3%) e diminuiscono in volume (-0,2%) mentre le vendite dei beni non alimentari non subiscono variazioni in valore e calano in volume (-0,2%).

Su base tendenziale, a dicembre 2023, le vendite al dettaglio aumentano dello 0,3% in valore e registrano un calo in volume del 3,2%. Le vendite dei beni alimentari crescono del 2,2% in valore e diminuiscono del 3,5% in volume; quelle dei beni non alimentari calano sia in valore (-1,1%) sia in volume (-3,0%).

Per quanto riguarda i beni non alimentari, si registrano variazioni tendenziali prevalentemente negative tra i gruppi di prodotti. L'aumento maggiore riguarda i Prodotti di profumeria, cura della persona (+4,3%), mentre registrano il calo più consistente Elettrodomestici, radio, tv e registratori (-4,1%).

Rispetto a dicembre 2022, il valore delle vendite al dettaglio è in crescita per la grande distribuzione (+1,9%) e il commercio elettronico (+1,1%), mentre registrano una variazione negativa le vendite delle imprese operanti su piccole superfici (-1,2%) e le vendite al di fuori dei negozi (-3,3%).

### Il commento

Nel complesso del 2023 le vendite al dettaglio in valore crescono del 2,8% rispetto all'anno precedente, grazie soprattutto alla componente dei beni alimentari. Flettono, invece, i volumi (-3,7%), con andamenti sostanzialmente analoghi per alimentari e non alimentari.

A livello congiunturale, tutti i trimestri dell'anno appena concluso hanno registrato variazioni negative nel volume delle vendite, mentre i dati in valore, dopo la crescita del primo trimestre, non hanno subito variazioni di rilievo nel resto dell'anno.

Nella media del 2023, tra le forme distributive, è la grande distribuzione a registrare l'aumento in valore più sostenuto, sebbene anche gli altri canali di vendita chiudano l'anno in positivo, anche se con incrementi decisamente più contenuti. **CHI PAGA ADUC**

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile

**DONA ORA** (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)