Vendite food: avanti piano. I dati Istat

vendite-apples-1841132-1920-66415304

Niente di nuovo sotto il cielo delle vendite a dettaglio di marzo, almeno rispetto al mese precedente. L'Istat rileva infatti solo un -0,1% in valore e +0,1% in volume, che sintetizza una crescita per i beni alimentari (+1,9% in valore e +1,7% in volume) e un calo per i non alimentari (-1,6% in valore e -1,1% in volume).

Anche allargando l'orizzonte di osservazione al primo trimestre del 2021, in termini congiunturali, non si notano grandi scostamenti: + 0,2% in valore e - 0,3% in volume. Scendendo più nello specifico: **le vendite di beni alimentari calano dello 0,6% in valore e dello 0,4% in volume**, mentre quelle di beni non alimentari crescono in valore (+0,9%) ma segnano una lieve flessione in volume (-0,2%).

Discontinuità interessante invece si nota su base tendenziale, in quanto il marzo 2021 presenta vendite al dettaglio in aumento del 22,9% in valore e del 23,5% in volume. Performance particolarmente positive sono quelle dei beni non alimentari che registrano un fortissimo aumento sia in valore sia in volume (rispettivamente +49,7% e +50,3%); più contenute le vendite dei beni alimentari (+3,7% in valore e in volume).

Nel non food, gli aumenti maggiori riguardano Giochi, giocattoli, sport e campeggio (+110,7%) e Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali (109,2%), mentre per i Prodotti farmaceutici si evidenzia la crescita di minore entità (+0,7%).

Rispetto a marzo 2020, il valore delle vendite al dettaglio aumenta in tutti i canali distributivi: la grande distribuzione (+17,0%), le imprese operanti su piccole superfici (+27,8%), le vendite al di fuori dei negozi (+43,8%) e il commercio elettronico (+39,9%).

I dati -è il commento dell'Ufficio Studi di Confcommercio – "riflettono sia nel confronto mensile sia in quello annuo **gli effetti delle restrizioni che ormai da tempo impone la pandemia**". La stasi congiunturale di marzo – ovviamente - dipende in larga parte "dalle limitazioni imposte per lo svolgimento di molte attività che operano nel non alimentare". Diversamente, su base

tendenziale “l’ampio rimbalzo restituisce l’effetto del maggiore grado di restrizione registrato nello stesso mese del 2020, determinando per molte aree dei consumi variazioni prossime o superiori al 90%”.

Tuttavia, conclude Confcommercio, si nota “un recupero solo parziale delle perdite pregresse, visto che nel confronto con marzo 2019 le vendite a volume del comparto ‘non alimentare’ sono ancora inferiori del 9,3%”.