

---

## Commercio al dettaglio: Istat, "a febbraio 2021 vendite in recupero, ma su anno in calo del 5,7%"

"A febbraio 2021 si stima un aumento congiunturale per le vendite al dettaglio del 6,6% in valore e del 7,2% in volume. La crescita è dovuta al mercato recupero dei beni non alimentari (+14,8% in valore e +15,4% in volume), mentre i beni alimentari sono in calo (-2,4% in valore e -2,2% in volume)". Lo attesta l'Istat, nel report sul "Commercio al dettaglio" relativo a febbraio 2021, diffuso oggi. "Nel trimestre dicembre 2020-febbraio 2021, le vendite al dettaglio diminuiscono, in termini congiunturali, del 2,2% in valore e del 2,6% in volume. I beni non alimentari calano del 4,1% in valore e del 5,0% in volume, mentre le vendite dei beni alimentari sono in crescita (+0,1% in valore e +0,5% in volume)", prosegue l'Istituto nazionale di statistica. Su base tendenziale, "a febbraio 2021, le vendite al dettaglio diminuiscono del 5,7% in valore e del 7,0% in volume. La flessione è simile per i beni non alimentari (-6,0% in valore e -7,8% in volume) e per i beni alimentari (-5,5% in valore e -5,6% in volume)". Tra i beni non alimentari, "si registrano diminuzioni tendenziali diffuse, ad eccezione di Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia (+12,0%) ed Elettrodomestici, radio, tv e registratori (+8,9%). Le flessioni maggiori riguardano Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (-12,7%) e Prodotti farmaceutici (-12,3%)". Rispetto a febbraio 2020, "il valore delle vendite al dettaglio diminuisce in quasi tutti i canali distributivi: la grande distribuzione (-5,8%), le imprese operanti su piccole superfici (-7,6%) e le vendite al di fuori dei negozi (-6,6%). Solo il commercio elettronico mostra un forte aumento (+35,8%)". "A febbraio 2021 - commenta l'Istat - si registra un'ampia crescita congiunturale, trainata dalle vendite dei beni non alimentari, in notevole recupero rispetto ai livelli depressi degli ultimi tre mesi. In termini tendenziali, invece, permane un calo mercato, sia nel settore alimentare sia in quello non alimentare. Tanto nella grande distribuzione, quanto nelle imprese operanti su piccole superfici, diminuiscono le vendite per entrambi i settori merceologici". Nella grande distribuzione, conclude l'Istituto nazionale di statistica, "risultano in calo tendenziale sia le vendite degli esercizi specializzati sia quelle degli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare; per questi ultimi si evidenzia la diminuzione dei discount (-1,5%), la prima da marzo del 2019. Sono in aumento solamente le vendite degli esercizi non specializzati a prevalenza non alimentare".

Gigliola Alfaro