L'Arena

Data 10-05-2018
Pagina 7
Foglio 1

ISTAT. Le vendite al dettaglio sono in calo

Consumi deboli, a soffrire è anche l'e-commerce

A marzo -0,3%; il commercio tradizionale batte quello sul web

ROMA

Nemmeno l'e-commerce si salva dalla debolezza dei consumi che segna l'inizio del 2018. Le vendite al dettaglio diminuiscono dello 0,3% nel primo trimestre rispetto al periodo precedente, secondo gli ultimi dati dell'Istat, e le difficoltà colpiscono, per la prima volta, anche il web. Gli acquisti on line registrano +0,4% rispetto al primo trimestre 2017, nel risultato peggiore dall'inizio delle serie storiche, che per queste statistiche risale al 2016.

Una brusca frenata per un settore cresciuto l'anno scorso del 2,4% e del 6,3% nel 2016. Inoltre, a marzo, l'e-commerce vede il segno meno, con una flessione dello 0,3%. Nel complesso, le vendite scendono dello 0,2% a marzo rispetto a febbraio e aumentano del 2,9% rispetto al 2017. Così il commercio tradizionale batte quello su internet: una «vittoria» dovuta soprattutto alla spesa alimentare per la Pasqua, caduta il 1° aprile, che fa volare gli acquisti di cibo (+7,5% sull'anno) e va a vantaggio soprattutto della grande distribuzione, a partire da discount (+11,2%) e ipermercati (+10,2%). La grande distribuzione, stima l'Unione nazionale consumatori, è l'unico comparto che ha superato i livelli di vendite pre-crisi e ha valori superiori del 12,6% a marzo 2008. I consumi complessivi sono ancora inferiori dello 0,5% rispetto a 10 anni fa, mentre i piccoli negozi hanno perso il 10,8% degli incassi. Alla luce di questi dati, si rinnovano gli appelli a annullare l'aumento dell'Iva, che scatterebbe nel 2019. La Confcommercio segnala un «complessivo indebolimento della ripresa» e invita a «ridurre gli elementi d'incertezza che portano le famiglie a guardare con preoccupazione al futuro». La Coldiretti ribadisce che «con la ripresa dei consumi ancora incerta occorre scongiurare il previsto aumento dell'Iva per non cadere in una pericolosa fase di recessione».

E intanto sono in ripresa i consumi degli italiani nel food & beverage che nel 2017 crescono in valore del 3,2% rispetto al 2016, per 244 miliardi di euro, di cui 160 tra le mura domestiche e 84 fuori casa. È il quadro delineato da uno studio Nomisma, illustrato nell'ambito di un incontro sull'innovazione dell'offerta agroalimentare promosso a Cibus da Agronetwork, associazione costituita da Confagricoltura, Nomisma e Università Luiss Guido Carli. L'ottimismo dopo un periodo di crisi in cui, per Nomisma, tre italiani su 4 hanno cambiato abitudini per risparmiare sulle spese. In particolare è boom per i prodotti biologici a marchio dell'insegna distributiva. •

ECONOMIA&FINANZA

Banco Bpm, l'utile netto raddoppia a 223 milioni

Consumi deboli, a soffrire è anche l'e-commerce

A Vodafone per 18 miliardi attività Liberty in Germania

Matilda Abbigliamento donna CURVY

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Coldiretti - Veneto