

Istat, commercio al dettaglio ottobre

Vendite: fine anno sempre più in negativo

Distribuzione non alimentare, Cash&Carry e grandi superfici di vendita pagano il peso delle ulteriori restrizioni in vista delle festività

Milano, 4 dicembre 2020 – I dati diffusi oggi dall'Istat restituiscono una fotografia dell'andamento delle vendite a ottobre che non risente della successiva introduzione dei provvedimenti restrittivi.

«A partire da novembre abbiamo registrato una costante discesa del trend delle vendite, con una **situazione particolarmente grave per il non alimentare che ha segnato cali di presenze su tutta la rete distributiva superiori al 30%** - afferma il Direttore Relazioni con la Filiera e Ufficio Studi di **Federdistribuzione, Carlo Alberto Buttarelli** -. *Uno scenario destinato ad aggravarsi ulteriormente a causa delle nuove limitazioni introdotte dall'ultimo Dpcm che non prevede la riapertura dei centri commerciali nei week end e nelle giornate festive e prefestive. **Un duro colpo che si riverserà anche sul canale Cash&Carry, sia per il protrarsi delle chiusure di bar e ristoranti, sia per la riduzione di categorie merceologiche come la regalistica aziendale, importante fetta di mercato del mese di dicembre, che potrebbe portare a una perdita complessiva del canale di oltre il -70% sull'anno***».

Una congiuntura in rallentamento, con prospettive negative, si registra anche nel settore alimentare, in particolare per le grandi superfici di vendita, già in sofferenza da settimane e costrette alle **chiusura di interi reparti non alimentari che hanno portato a flessioni del fatturato del -25%**. «Prevediamo una contrazione delle vendite per tutte le categorie legate alle festività natalizie che saranno più sobrie viste le restrizioni: per cesti e regalistica si stimano cali del 20% e previsioni negative sono attese anche per tessile, addobbo e giocattoli. La propensione al risparmio unita alle limitazioni dei momenti conviviali a tavola si tradurrà in una **forte contrazione anche per tutti i prodotti alimentari legati alle feste**, mettendo in difficoltà intere filiere come, ad esempio, gli spumanti e i vini, il pesce, la salumeria d'alta gamma e i dolci tipici del periodo», conclude **Buttarelli**.

Per ulteriori informazioni Federdistribuzione:

Marco Magli – Direttore Comunicazione
Tel. 02 89075150
comunicazione@federdistribuzione.it

Stefano Gianuario – Ufficio Stampa
Tel. 02 89075150 Cell. 335 1046145
ufficiostampa@federdistribuzione.it

Federdistribuzione è espressione della Distribuzione Moderna Organizzata e riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, locali, nazionali e comunitarie, le imprese distributive operanti nei settori alimentare e non alimentare che svolgono la propria attività attraverso le più innovative formule del commercio moderno. Federdistribuzione si compone di cinque associazioni nazionali che rappresentano un universo articolato di imprese e di multicanalità che si differenziano per dimensioni, forme distributive e merceologie trattate. Le imprese associate a Federdistribuzione nel 2019 hanno realizzato un giro d'affari di 60,1 miliardi di euro (di cui 8,5 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 43,7% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 13.950 punti vendita (di cui

6.300 in franchising) e danno occupazione a 202.100 addetti. Rappresentano, infine, il 26,9% del valore dei consumi commercializzabili.