

Dati Istat commercio al dettaglio di settembre

## **Vendite: prospettive pesanti per il non food La distribuzione alimentare a sostegno di Made in Italy e famiglie**

Milano, 6 novembre 2020 – I dati relativi alle vendite al dettaglio di settembre, diffusi oggi dall'Istat, fanno registrare una crescita del +1,3% a valore, rispetto a settembre 2019 con un +3,8% sull'alimentare e un calo del -0,6% sul non alimentare. Si tratta tuttavia di dati ormai superati dall'evoluzione del contesto emergenziale e destinati, in particolar modo per il settore non alimentare, a un peggioramento nelle prossime settimane, per via delle nuove misure restrittive introdotte che impatteranno anche sul mondo del commercio.

Sul fronte non alimentare, settore che ancora risentiva delle chiusure del lockdown primaverile, si registravano già dalle scorse settimane proiezioni di calo di fatturato attorno al -25/-30% e che con l'effetto delle nuove restrizioni, potrebbero risentire di un'ulteriore flessione aggiuntiva del -10/-15%. *«Per la fine dell'anno si potrebbe così generare un calo complessivo superiore al 40% – commenta **Carlo Alberto Buttarelli**, Direttore Ufficio Studi e Relazioni con la Filiera di **Federdistribuzione** -. Un dato che non tiene conto di un'eventuale estensione delle chiusure che perduri fino al periodo natalizio che è di fondamentale importanza per i fatturati nel commercio».*

Le nuove restrizioni, che colpiscono significativamente il canale HoReCa, con bar e ristoranti chiusi, **si riversano anche sul mondo dei Cash&Carry**: dopo una lunga e lenta risalita dal primo lockdown, il dato annuale acquisito segnava ancora un negativo di circa il 20%. Gli indicatori più recenti a disposizione fanno registrare un'ulteriore flessione intorno al -25% che rischia di riportare il canale ai livelli della scorsa primavera, ovvero con un calo delle **vendite attorno al -50%**.

La distribuzione alimentare continua invece a svolgere il suo ruolo al servizio del Paese. *«Le imprese distributive alimentari sono pronte a garantire, come già fatto durante la prima ondata, la regolarità delle forniture – aggiunge **Buttarelli** -, mettendo a disposizione della clientela la qualità e la convenienza della propria offerta, contrastando qualsiasi tentativo di speculazione su aumenti di listino ingiustificati e continuando a sostenere le filiere del Made in Italy in un momento così difficile per il Paese. Vogliamo rassicurare il consumatore e ribadire che non vi è alcuna necessità di corse agli acquisti e sottolineare l'impegno costante sul mantenimento di standard di sicurezza dei punti vendita, attivati fin da inizio pandemia, a tutela di clienti e collaboratori».*

**Per ulteriori informazioni  
Federdistribuzione:**

Marco Magli – Direttore Comunicazione  
Tel. 02 89075150  
[comunicazione@federdistribuzione.it](mailto:comunicazione@federdistribuzione.it)

Stefano Gianuario – Ufficio Stampa  
Tel. 02 89075150 Cell. 335 1046145  
[ufficiostampa@federdistribuzione.it](mailto: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.