

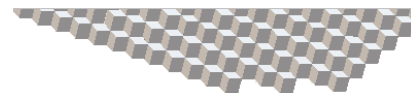
FOCUS IMPRESE
Osservatorio sulle imprese e per le imprese

Report Trimestrale

COMMERCIO AL DETTAGLIO

L'andamento economico in Lombardia - 2° trimestre 2021

InFocus: il credito e la finanza aziendale



INDICE

1. Gli indicatori congiunturali.....	2
2. Le vendite della grande distribuzione.....	8
3. Approfondimento: il credito e la finanza aziendale	10
Note metodologiche:.....	17

I dati del presente rapporto sono aggiornati al 24 agosto 2021

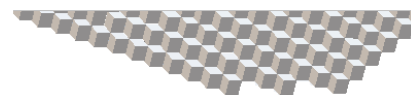
NOTA PER GLI UTILIZZATORI

I dati del presente rapporto provengono da elaborazioni fatte da Unioncamere Lombardia su dati di varie fonti e sono protetti da licenza "Creative Commons".

Dati, grafici ed elaborazioni possono essere utilizzati liberamente **SOLO A CONDIZIONE** di citare correttamente la fonte nel seguente modo "*Fonte: Elaborazioni di Unioncamere Lombardia su dati*" (inserire qui la fonte) oppure riportare "*Fonte: Elaborazioni di Unioncamere Lombardia su fonti varie*" e il riferimento alla licenza "Creative Commons".



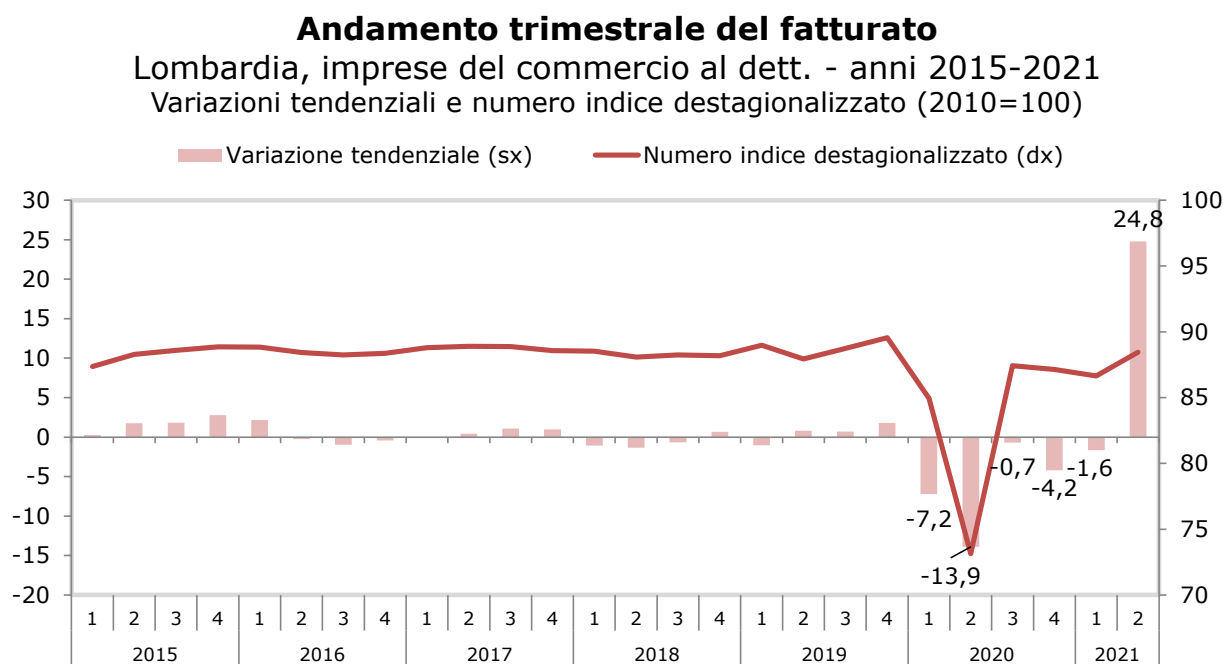
Quest'opera è stata rilasciata con licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale. Per leggere una copia della licenza visita il sito web: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> o spedisci una lettera a Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



1. Gli indicatori congiunturali

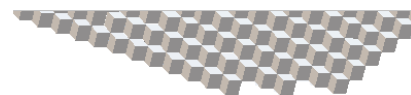
Il secondo trimestre del 2021 registra un deciso rimbalzo del **fatturato** delle imprese lombarde attive nel commercio al dettaglio rispetto al minimo toccato nello stesso periodo del 2020 - in corrispondenza con il periodo più critico dell'emergenza sanitaria: l'incremento su base annua è pari al +24,8%. Considerando la variazione congiunturale rispetto al primo trimestre del 2021, il segno si conferma comunque positivo, sebbene di entità più contenuta (+2,1%), ed evidenzia come il settore, dopo due trimestri penalizzati dalle misure di contenimento, abbia finalmente ripreso un percorso di ripresa, grazie al miglioramento della situazione sanitaria e al progressivo venir meno delle restrizioni all'attività. Il numero indice del fatturato si attesta così a quota 88,5, raggiungendo sostanzialmente i valori che avevano caratterizzato il 2019, prima dello scoppio della pandemia.

Grafico 1.1



Fonte: Unioncamere Lombardia

Il principale contributo alla crescita registrata su base annua è dovuto al commercio *non alimentare*, che era stato colpito duramente nel corso del primo *lockdown* e che mostra un recupero molto marcato (+48,4%): nonostante l'entità del rimbalzo, tuttavia, i livelli pre-crisi in questo comparto non sono stati ancora raggiunti. Anche i negozi *specializzati alimentari*, tipicamente di piccole dimensioni (pescherie, macellerie, fruttivendoli, ecc.), mostrano un livello di fatturato inferiore ai livelli del

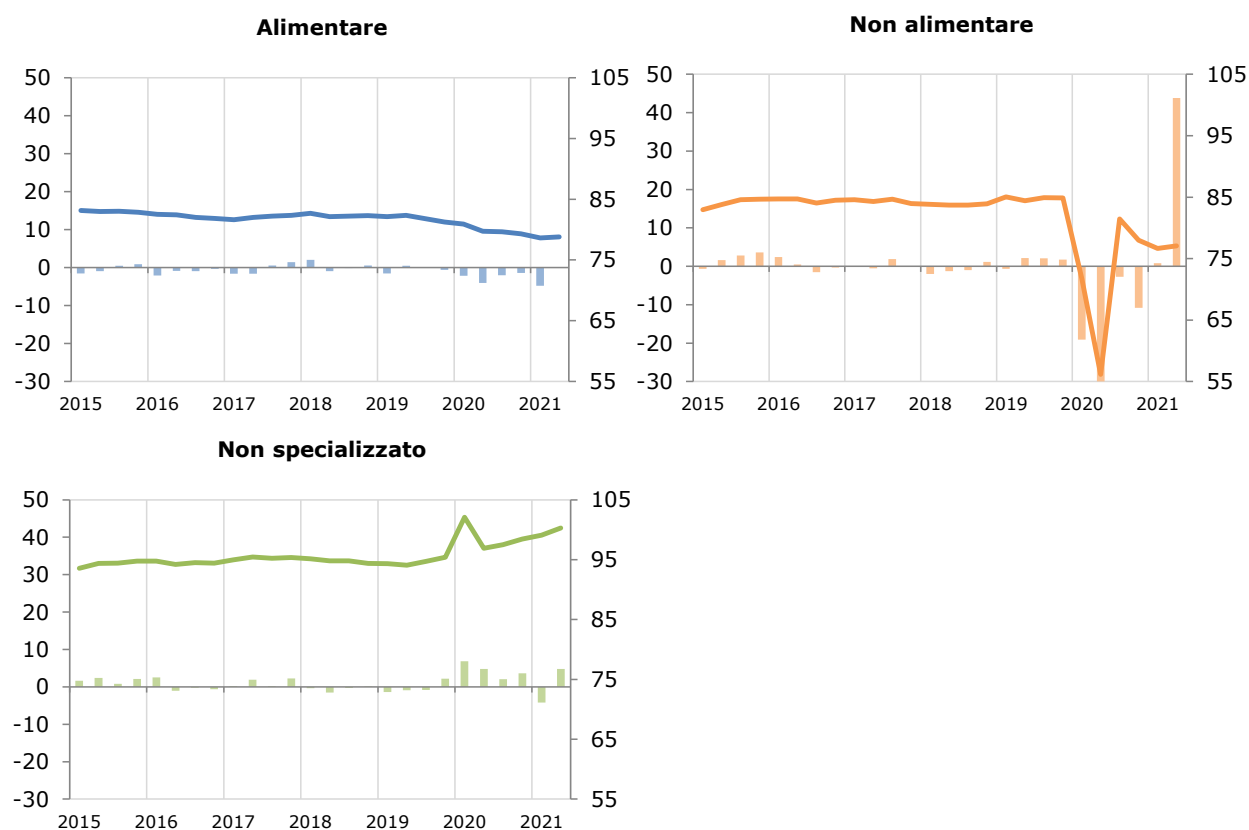


2019: in questo caso però il divario non è dovuto tanto all'emergenza, che ha avuto conseguenze poco significative, quanto al trend negativo di lungo periodo; la variazione su base annua risulta invece sostanzialmente nulla (+0,1%). Crescono infine i negozi *non specializzati*, con un'ulteriore variazione positiva (+4,8%) rispetto ai valori già elevati raggiunti nel secondo trimestre 2021: per questi esercizi, che comprendono la grande distribuzione a prevalenza alimentare, l'effetto delle restrizioni è stato positivo, spostando una quota significativa di consumi alimentari all'interno delle mura domestiche e accelerando così il trend di crescita già in atto. I livelli medi del 2019, in questo caso, sono stati ampiamente superati.

Grafico 1.2

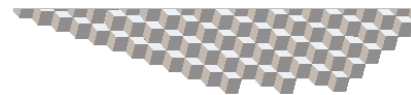
Andamento trimestrale del fatturato per comparto

Lombardia, imprese del commercio al dettaglio - anni 2015-2021
Variazioni tendenziali (sx) e numero indice destagionalizzato (dx) (2010=100)



Fonte: Unioncamere Lombardia

La forte crescita media registrata su base annua si riflette nella distribuzione delle risposte del campione: la quota di imprese che dichiarano un fatturato superiore allo stesso periodo dell'anno precedente balza dal 39% al 60%, mentre parallelamente la percentuale che registra una diminuzione si contrae dal 48% al 28%. Si confermano le differenze settoriali già evidenziate, con il commercio non alimentare che registra

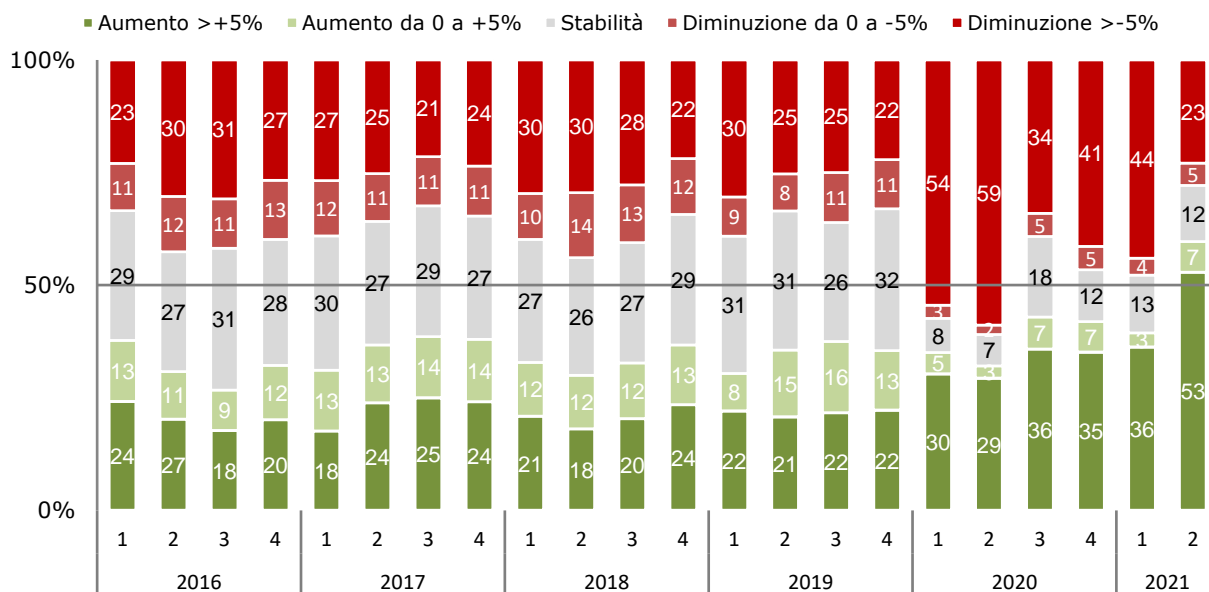


la quota più elevata di imprese in crescita (76%) e valori invece più ridotti per i negozi alimentari (35%) e non specializzati (33%).

Grafico 1.3

Variazioni tendenziali del fatturato

Lombardia, imprese del commercio al dett. - anni 2016-2021
Distribuzione di frequenze per classe di variazione, dati trimestrali

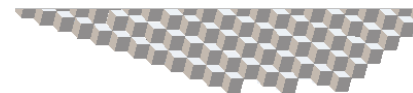


Fonte: Unioncamere Lombardia

Nel secondo trimestre accelera la crescita dei **prezzi**, già manifestatasi nei primi tre mesi dell'anno dopo un 2020 abbastanza stabile: la variazione rispetto al trimestre precedente è pari al +1,5%, anche in questo caso con una dinamica particolarmente marcata negli esercizi non alimentari (+2,4%).

Le **scorte** evidenziano un'ulteriore riduzione dopo quella già registrata nel primo trimestre: il saldo tra giudizi di eccedenza e scarsità passa da +7,7 a +6,9, ma nel comparto non alimentare la flessione appare più consistente (dal +16,4 al +11).

La fase di ripresa che caratterizza il commercio non alimentare, dopo i duri contraccolpi subiti nella fase acuta dell'emergenza, è confermata dal dato riguardante gli **ordini ai fornitori**, dove le indicazioni di aumento superano nettamente quelle di diminuzione (il saldo è pari a +35,1). Sul totale del campione il saldo passa da -23,5 a +12,7, assumendo segno positivo per la prima volta dal 2015.



Anche dal fronte occupazionale arrivano segnali positivi, con una variazione del **numero di addetti** tra inizio e fine trimestre pari al +1,5%. Ancora una volta la crescita è frutto soprattutto dei negozi non alimentari (+2,1%), che nel 2020 avevano registrato un andamento negativo e che devono quindi colmare le posizioni lasciate scoperte per affrontare la fase di ripresa in corso.

Tabella 1.1

Variazioni dei principali indicatori
Lombardia, imprese del commercio al dettaglio - II trimestre 2021
Dati per comparto

	Fatturato (1)	Prezzi (2)	Scorte (3)	Ordini ai fornitori (1) (4)	Addetti (5)
Commercio al dettaglio	24,8	1,5	6,9	12,7	1,5
- Alimentare	0,1	0,6	-3,2	-25,3	0,2
- Non alimentare	43,8	2,4	11,0	35,1	2,1
- Non specializzato	4,8	0,6	2,5	-20,9	0,9

Fonte: *Unioncamere Lombardia*

(1) Variazione tendenziale

(2) Variazione congiunturale

(3) Differenza giudizi di esuberanza e scarsità

(4) Saldo giudizio di aumento e diminuzione

(5) Variazione tra inizio e fine trimestre

Gli indicatori congiunturali mostrano un deciso rasserenamento del quadro economico per le imprese lombarde del commercio al dettaglio, evidente non solo nel ritorno in territorio positivo del fatturato, ma anche dalle indicazioni che emergono in merito a prezzi, scorte, ordini e occupazione. Le **aspettative** degli imprenditori per il prossimo trimestre confermano un saldo positivo tra previsioni di aumento e diminuzione per fatturato (saldo pari a +6) e occupazione (+4,7), con valori in linea a quelli registrati nella rilevazione del primo trimestre, evidenziando invece un lieve peggioramento per gli ordini ai fornitori (da -2,8 a -4,4). Considerata la flessione solitamente registrata dalle aspettative per il terzo trimestre, legata al calo fisiologico delle vendite nel periodo estivo, il dato sembra compatibile con un proseguimento della fase positiva in corso, anche se l'intensità della crescita dipenderà ancora dall'evoluzione della situazione sanitaria. I livelli più elevati di fiducia si riscontrano nel commercio non alimentare, unico comparto a registrare saldi positivi per tutti gli indicatori, a conferma del fatto che l'attuale ripresa si concentra nelle attività che hanno subito i maggiori contraccolpi durante la crisi che sono quindi caratterizzate da ampi margini di recupero.

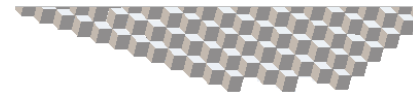
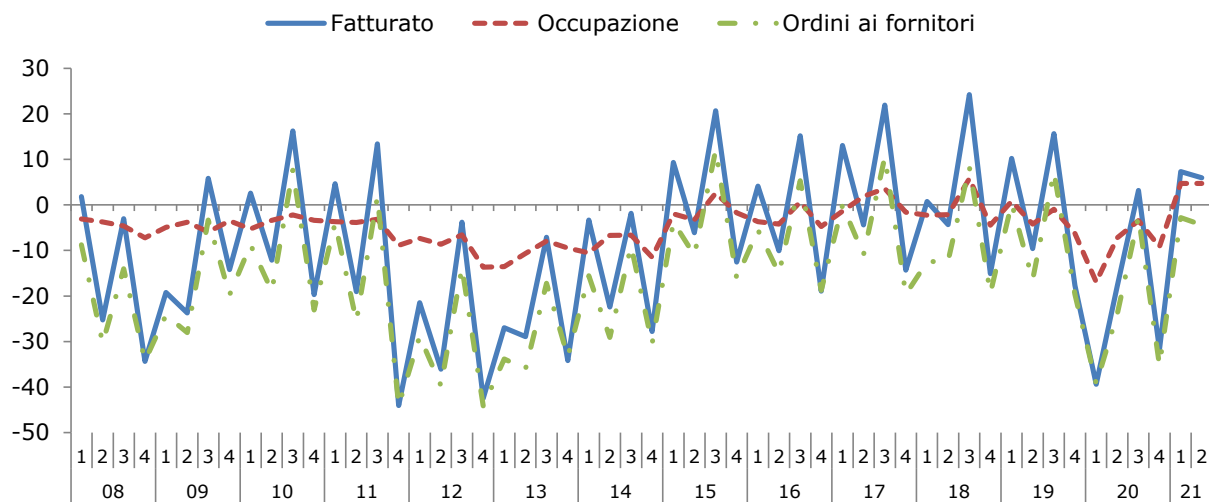
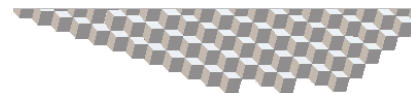


Grafico 1.4

Aspettative degli imprenditori
Imprese del commercio al dett. - anni 2008-2021
Salda trimestrali giudizi aumento-diminuzione



Fonte: Unioncamere Lombardia



2. Le vendite della grande distribuzione

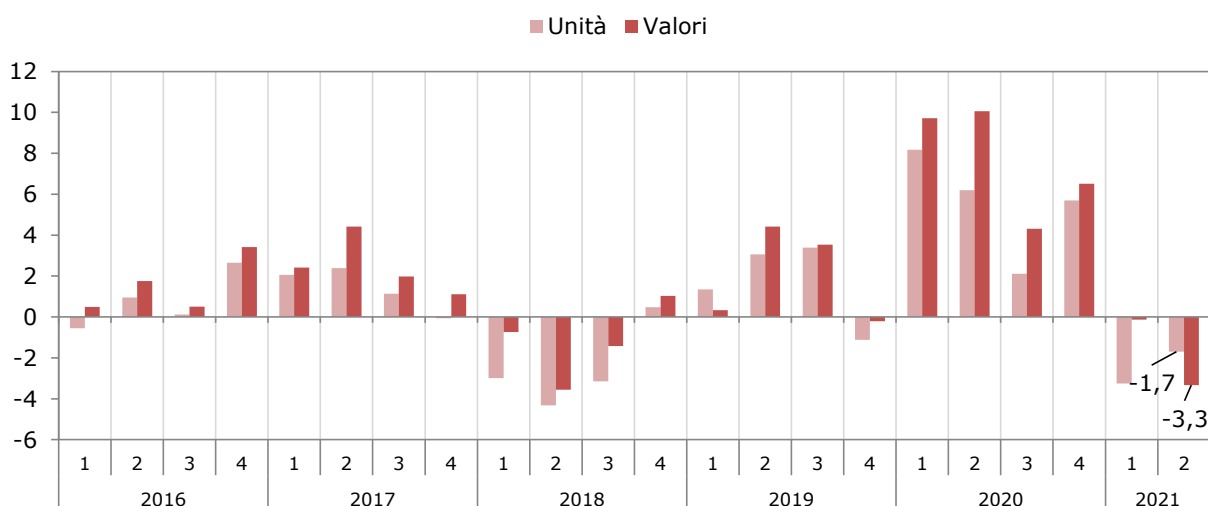
Le informazioni sulle vendite di supermercati e ipermercati in Lombardia fornite da Information Resources consentono un approfondimento sulle dinamiche della grande distribuzione a prevalenza alimentare, a completare i risultati dell'indagine di Unioncamere Lombardia. I dati relativi al secondo trimestre 2021 mostrano una variazione negativa su base annua, come già visto nei primi tre mesi dell'anno, per via del confronto con i livelli molto elevati che avevano caratterizzato il periodo di *lockdown* del 2020, quando le limitazioni agli spostamenti e le misure di distanziamento avevano comportato una forte crescita dei consumi alimentari domestici. Rispetto ai dati del primo trimestre, si registra un peggioramento della variazione in valore (da -0,1% a -3,3%) e un miglioramento di quella relativa al numero di pezzi venduti e quindi delle quantità (dal -3,3% al -1,7%). Le vendite nel trimestre si confermano comunque superiori all'analogo periodo del 2019 (+6,4% in valore e +4,4% in quantità), mostrando come, al venir meno delle restrizioni, le abitudini dei consumatori hanno subito delle modifiche durature (minori consumi fuori casa e utilizzo dello *smart working*) che tendono a favorire la grande distribuzione.

Grafico 2.1

Variazioni tendenziali dei valori e delle unità di vendita

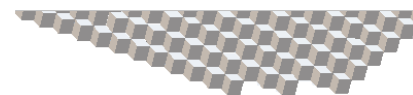
Lombardia, ipermercati e supermercati - anni 2016-2021

Dati trimestrali relativi ai prodotti del Largo Consumo Confezionato



Fonte: elaborazioni Unioncamere Lombardia su dati IRI

A livello nazionale le variazioni su base annua assumono un profilo più positivo (-0,2% in valore e +1,2% in quantità), anche se il dato risente della minore crescita



che si era registrata in Italia durante il *lockdown* del secondo trimestre 2020: rispetto al 2019 gli incrementi risultano infatti allineati o lievemente inferiori a quelli regionali. L'effetto di rimbalzo negativo rispetto ai picchi di vendita registrati nel 2020 è particolarmente evidente nei prodotti per la *cura della casa*, che l'anno scorso in Lombardia erano cresciuti del +8,4% in valore e del +7,4% in quantità e che ora registrano un significativo rientro (-9,4% in valore e -6,7% in quantità). Anche gli altri comparti merceologici evidenziano variazioni negative su base annua, con l'eccezione delle *bevande*, che crescono di circa 6 punti percentuali. Se però il confronto viene fatto con i livelli del 2019, la situazione si inverte: tutti i comparti evidenziano infatti un marcato incremento di vendite, con l'eccezione dei prodotti per la *cura della persona*, penalizzati dalla concorrenza crescente del canale drugstore; la crescita rispetto ai livelli pre-crisi risulta particolarmente accentuata per i prodotti del *freddo*, delle *bevande* e del *fresco*.

Tabella 2.1

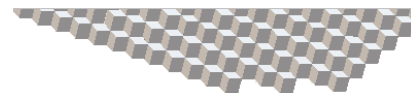
Variazioni tendenziali di quantità e valori di vendita

Lombardia, ipermercati e supermercati - II trimestre 2021

Dati relativi al Largo Consumo Confezionato per comparto merceologico

	Lombardia		Italia	
	Unità	Valori	Unità	Valori
Totale Largo Consumo Confezionato	-1,7	-3,3	1,2	-0,2
- Drogheria alimentare	-5,2	-6,1	-2,8	-3,1
- Bevande	5,8	5,7	8,5	8,2
- Freddo	-4,8	-6,7	-1,0	-2,6
- Fresco	-3,8	-4,3	-0,3	-0,5
- Cura persona	-1,9	-4,2	1,0	-2,1
- Cura casa	-9,7	-9,4	-6,9	-6,7

Fonte: elaborazioni Unioncamere Lombardia su dati IRI

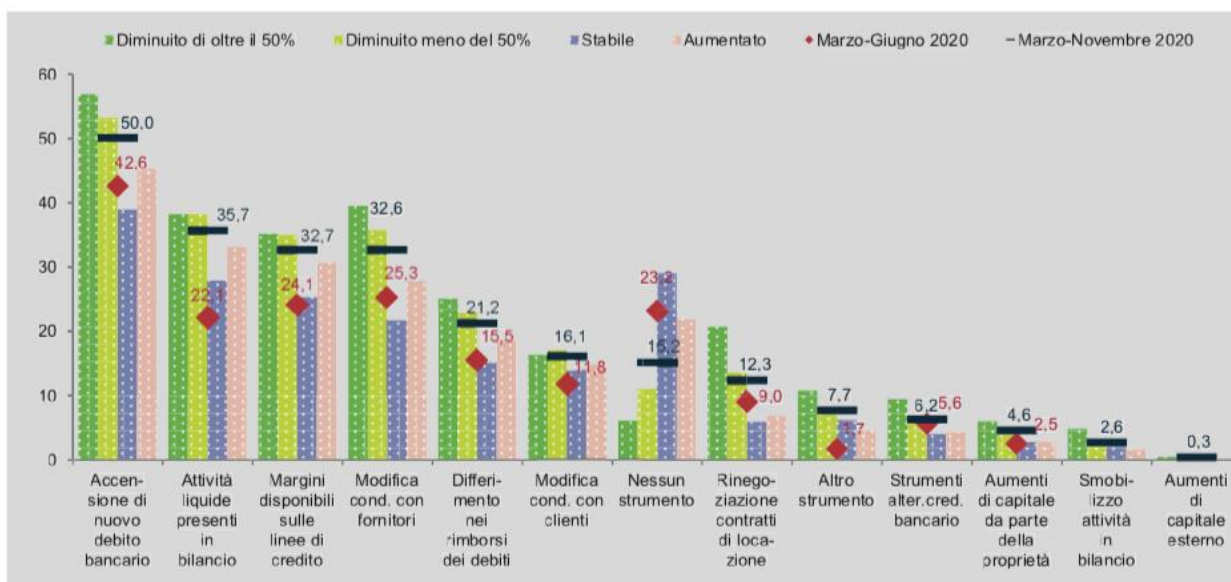


3. Approfondimento: il credito e la finanza aziendale

La crisi pandemica ha indubbiamente generato cambiamenti di rilievo nelle strategie di finanziamento delle imprese, costrette ad un massiccio ricorso al credito bancario generato dalla riduzione del *cash flow*.

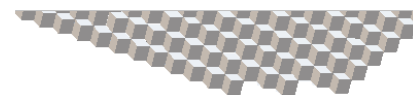
Il tessuto economico italiano, per le caratteristiche storiche del sistema (dimensione d'impresa, assetto proprietario familiare), si è lungamente qualificato per una maggior esposizione al debito rispetto ad altri Paesi, per poi modificarsi negli anni a favore di strutture patrimoniali connotate da maggior solidità. Una ricerca condotta da Istat sul periodo marzo-novembre 2020 ha rilevato repentine modifiche nelle strategie di finanziamento delle imprese, con una netta riduzione dell'uso dell'attivo come fonte di finanziamento principale nel breve, per fronteggiare la profonda crisi di liquidità che si è determinata tramite strumenti principalmente legati al sistema bancario.

Grafico 3.1 - Tipologia di strumento utilizzato per far fronte alla crisi di liquidità per classe di riduzione di fatturato delle imprese. Marzo-novembre 2020 (valori percentuali)



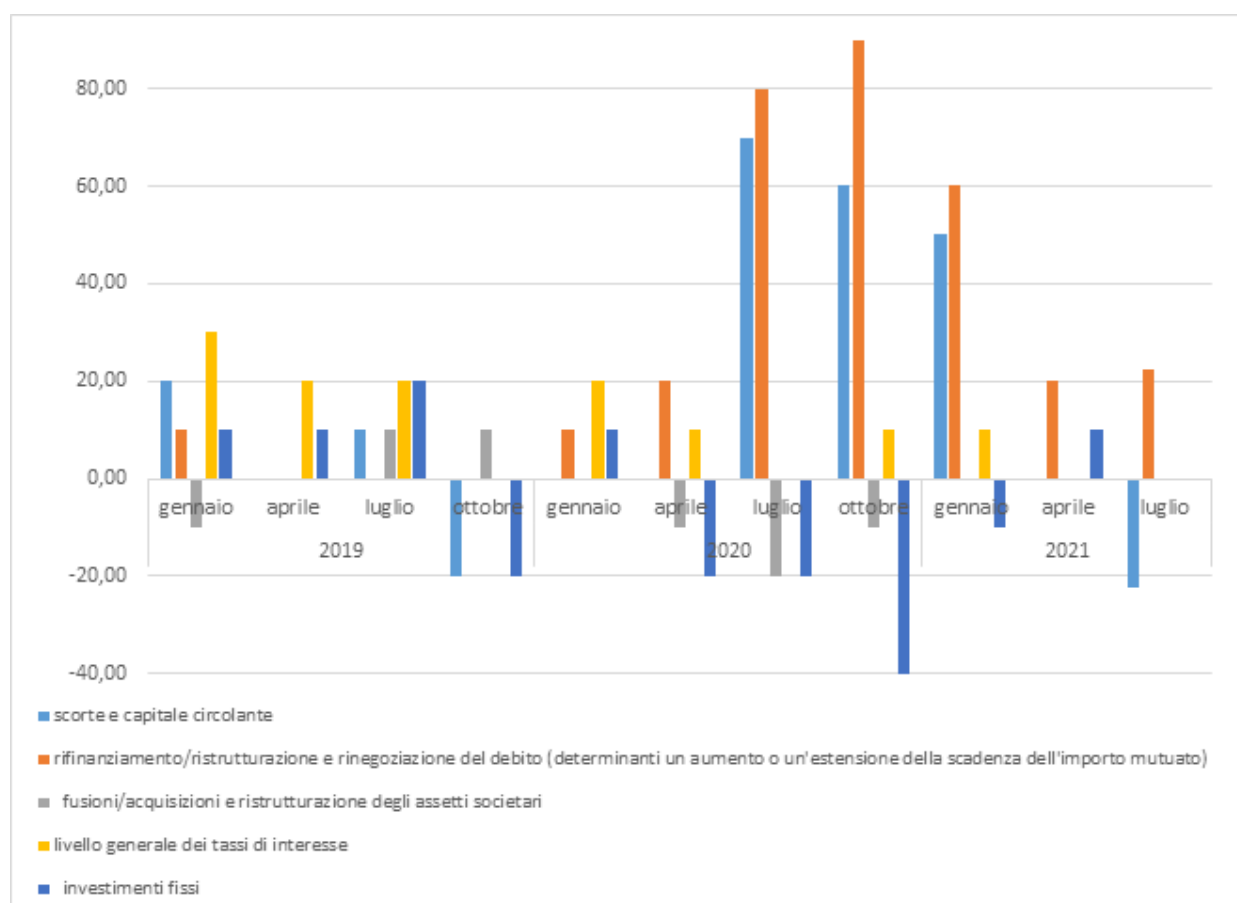
Fonte: Elaborazioni su dati Istat- Rilevazione su Situazione e prospettive delle imprese nell'emergenza sanitaria COVID-19. Prima e seconda edizione

Le soluzioni privilegiate, secondo l'istituto di statistica nazionale, sono state l'accensione di nuovo debito bancario, il ricorso a margini disponibili sulle linee di credito, differimenti nei rimborsi dei prestiti e modifiche nelle condizioni di pagamento dei fornitori.



Secondo Banca d'Italia la crescita della domanda di prestiti da parte delle imprese osservata dallo scoppio della crisi pandemica nel corso del 2021 si è però arrestata, con una situazione che sembra tendere a normalizzarsi grazie alla netta riduzione delle richieste di credito per scorte e capitale circolante e di quelle legate al rifinanziamento/ristrutturazione del debito esistente.

Grafico 3.2 - Importanza relativa dei fattori per la domanda di prestiti e linee di credito da parte delle imprese - esigenze di fondi / fattori sottostanti o finalità della domanda di prestiti (percentuale netta)



Fonte: rielaborazione su dati Banca d'Italia

I risultati del focus di approfondimento realizzato da Unioncamere Lombardia nel mese di luglio 2021 confermano come l'utilizzo delle fonti di finanziamento da parte delle imprese si stia lentamente riequilibrando: in riferimento al grado di indebitamento, che misura il rapporto tra mezzi terzi e mezzi propri, la percentuale di imprese che mostra un valore inferiore a 1 cresce dal 56% registrato lo scorso anno al 59%, restando però ancora distante dai valori pre-crisi (69% nel 2019). Il miglioramento è evidente soprattutto nella quota di imprese con indice compreso tra 2 e 5, che passa dal 15% al 12%.

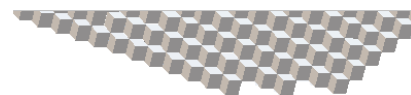
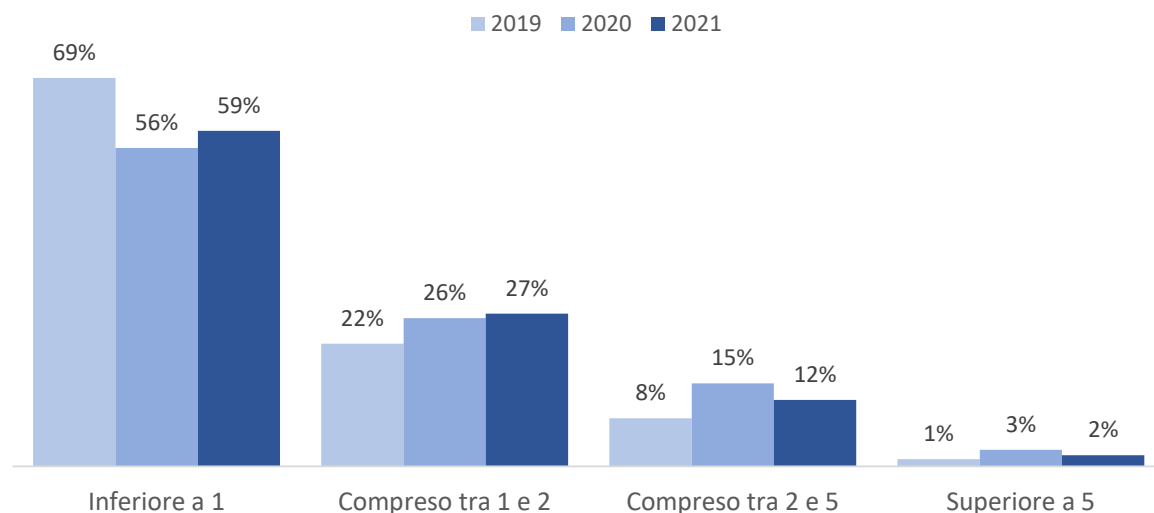


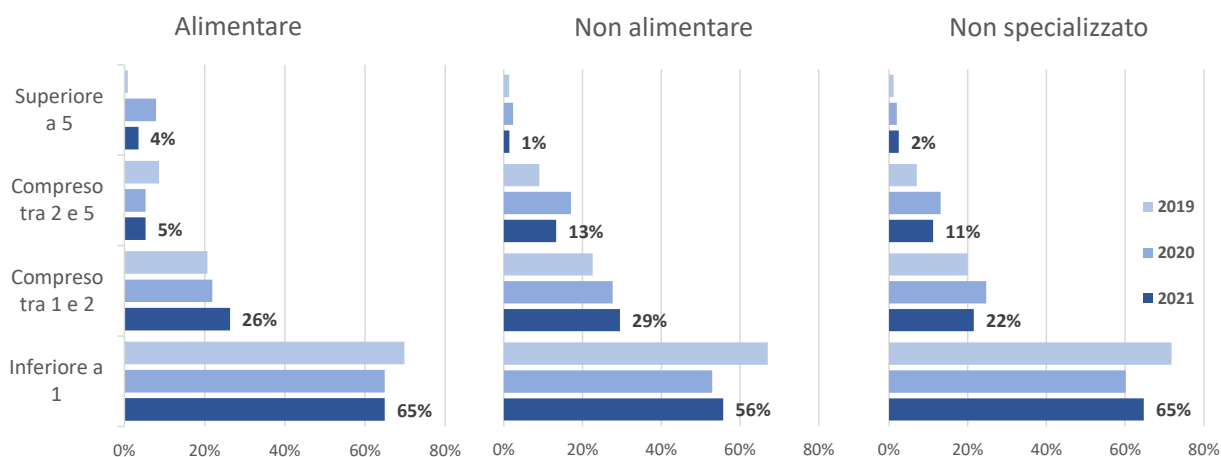
Grafico 3.3 – Grado di indebitamento: rapporto tra mezzi terzi e mezzi propri (percentuali al netto delle mancate risposte)



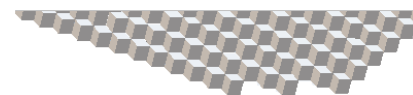
Fonte: Unioncamere Lombardia

Le attività con almeno 50 addetti mostrano un grado di indebitamento inferiore rispetto alle micro e piccole imprese, mentre dal punto di vista settoriale emerge una incidenza più elevata di fonti di finanziamento esterne tra gli esercizi non alimentari, che hanno subito gli effetti più pesanti della crisi. Considerando solo la fascia di imprese più indebitata, con indice superiore a 5, l'incidenza maggiore si registra invece nei negozi specializzati alimentari, caratterizzati da piccole dimensioni, dove tale segmento rappresenta il 4%.

Grafico 3.4 – Grado di indebitamento: rapporto tra mezzi terzi e mezzi propri (percentuali al netto delle mancate risposte), dato per settore di attività

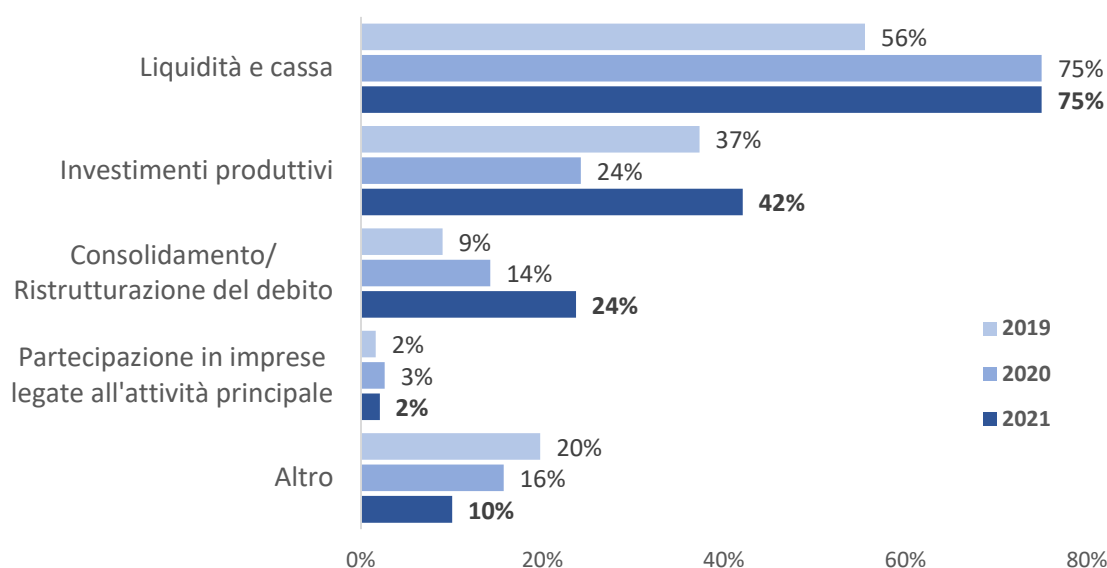


Fonte: Unioncamere Lombardia



La richiesta di finanziamenti nell'ultimo anno (luglio 2020-giugno 2021) è legata soprattutto alle stringenti necessità di liquidità e cassa che erano emerse già nella precedente rilevazione (riferita al periodo luglio 2019-giugno 2020): tre imprese su quattro (75%), tra quelle che hanno risposto al quesito, indicano infatti questa motivazione. Un segnale positivo giunge però dall'incremento di finanziamenti legati ad investimenti, che sale al 42% superando anche i valori rilevati nel 2019. Tale crescita si verifica in tutte le classi dimensionali, ma la propensione a investire si conferma strettamente correlata alla dimensione: la quota di imprese che dichiara di aver fatto richiesta di finanziamenti per poter investire passa infatti dal 34% delle imprese con meno di 10 addetti al 76% di quelle con oltre 50 addetti.

Grafico 3.5 – Motivi principali per cui si è ricorsi al credito (*risposta multipla, massimo 3 risposte, percentuali al netto delle mancate risposte*)



Fonte: Unioncamere Lombardia

La prevalenza di motivazioni legate alla liquidità non significa che tutte le imprese abbiano una necessità stringente in tal senso: in oltre un terzo dei casi (36%) si tratta infatti di una finalità precauzionale, che prevede un accumulo di risorse per affrontare l'incertezza congiunturale.

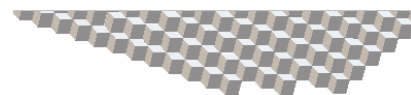
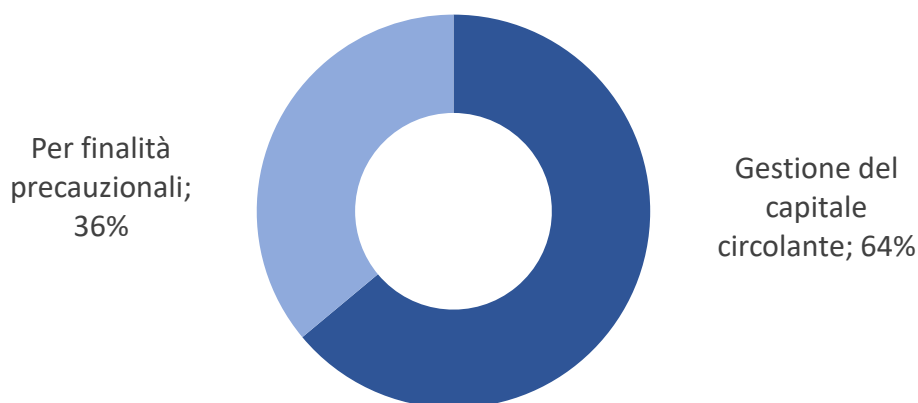


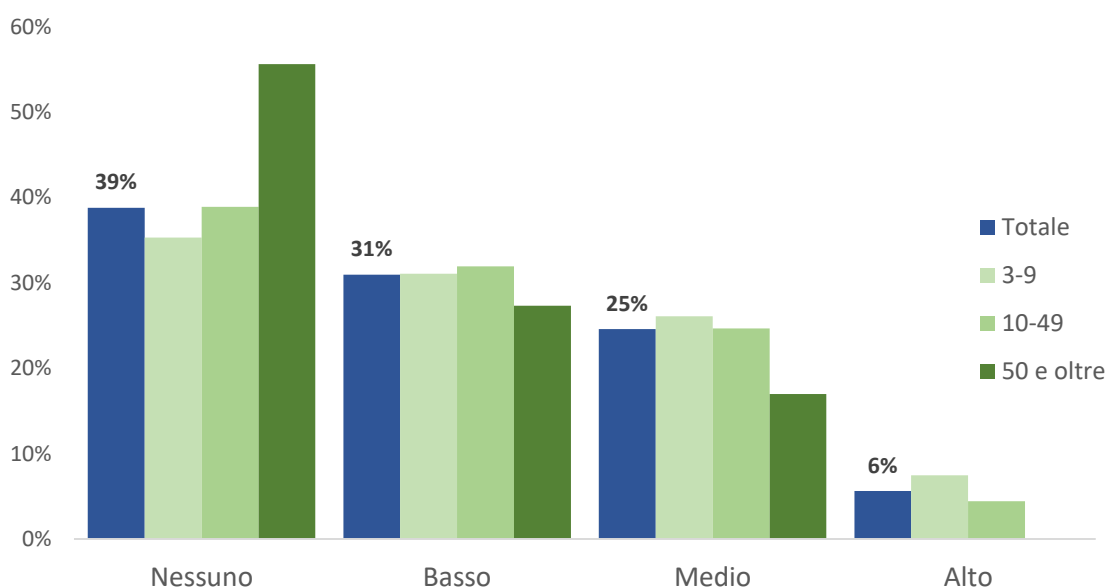
Grafico 3.6 – Motivi principali per cui si è ricorsi al credito per liquidità e cassa (percentuali al netto delle mancate risposte)



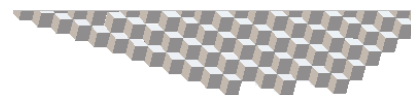
Fonte: Unioncamere Lombardia

I dati sugli equilibri finanziari delle imprese si correlano a una diversa preoccupazione rispetto alle posizioni debitorie accumulate e alla capacità di rimborsare il credito ottenuto. In particolare le imprese più grandi mostrano maggiore confidenza sul grado di sostenibilità del debito, esprimendo un livello di preoccupazione medio o elevato nel 17% dei casi (a fronte di un dato complessivo pari al 31%). Anche le micro imprese si dichiarano abbastanza ottimiste, con una quota di indicazioni di preoccupazione "media" o "alta" solo leggermente superiore alla media (33%).

Grafico 3.7 – Livello di preoccupazione rispetto alla capacità di rimborsare il debito, dato per classe dimensionale (percentuali al netto delle mancate risposte)

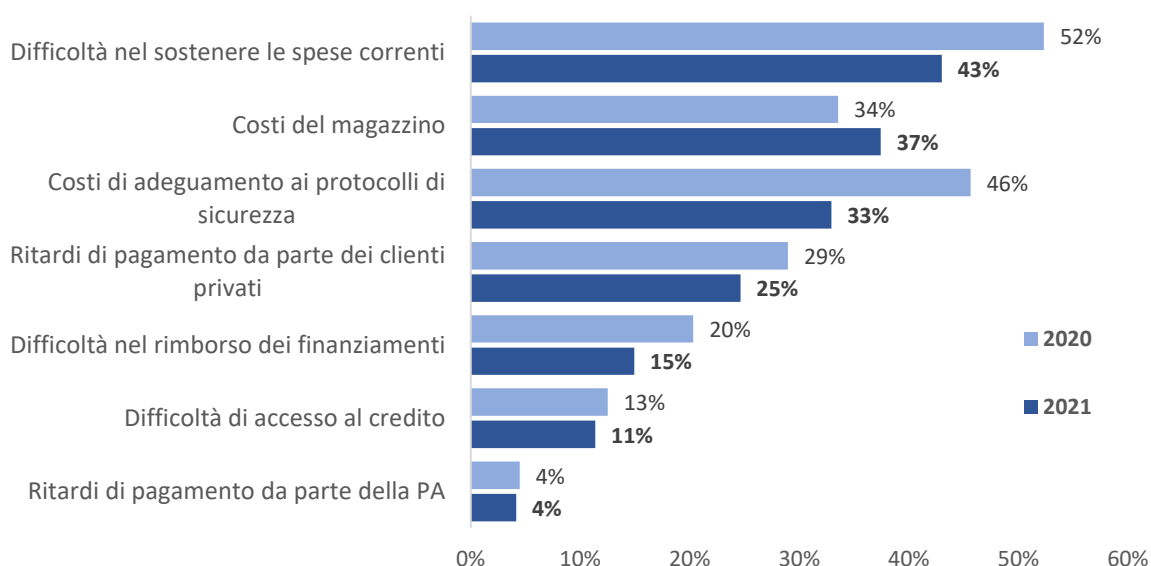


Fonte: Unioncamere Lombardia



Le preoccupazioni degli imprenditori sono ovviamente legate alle conseguenze negative sul piano finanziario create dalla situazione di emergenza sanitaria, in particolare per quel che riguarda la maggior difficoltà nel sostenere le spese correnti (43%) dovuta soprattutto ai costi di magazzino (37%), alle spese per l'adeguamento ai protocolli di sicurezza (33%) e ai ritardi nei pagamenti dei clienti privati (25%). L'aspetto confortante è rappresentato dal fatto che tutte queste criticità vengono indicate con percentuali inferiori rispetto alla rilevazione di un anno fa, con l'unica eccezione dei costi di magazzino, che nel 2020 venivano segnalati dal 34% dei rispondenti.

Grafico 3.8 – Fattori che, a seguito del Coronavirus, hanno inciso o incideranno sulla situazione finanziaria dell'impresa (risposta multipla, massimo 3 risposte, percentuali al netto delle mancate risposte)



Fonte: Unioncamere Lombardia

L'accresciuta rilevanza delle tematiche legate all'approvvigionamento riguarda in particolare il commercio non alimentare, dove il problema viene citato in circa la metà dei casi (49%): le tensioni sui mercati delle materie prime e dei semilavorati si stanno infatti scaricando sui prodotti finali, mettendo in difficoltà anche l'ultimo tratto della filiera, quello della vendita. Negli esercizi non specializzati la preoccupazione principale rimangono invece i costi legati ai protocolli di sicurezza anti-Covid, segnalati ancora come critici dal 52% del campione, sebbene il dato mostri una discesa significativa rispetto alla rilevazione di un anno fa.

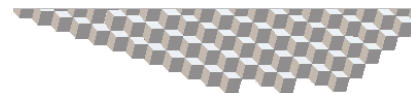
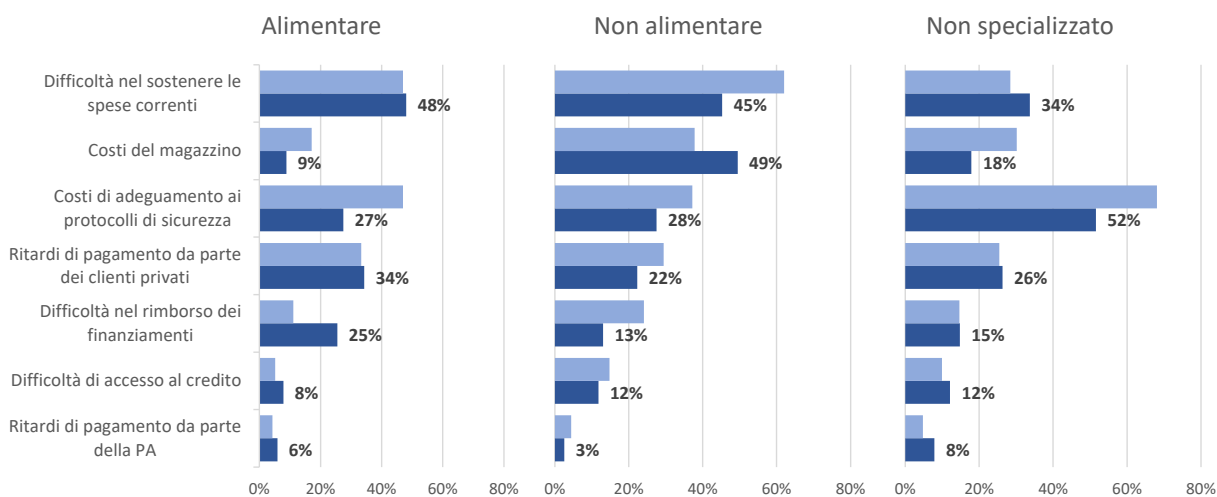
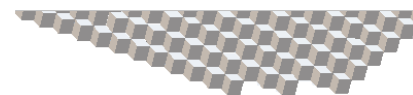


Grafico 3.9 – Fattori che, a seguito del Coronavirus, hanno inciso o incideranno sulla situazione finanziaria dell’impresa (risposta multipla, massimo 3 risposte, percentuali al netto delle mancate risposte), dato per settore di attività



Fonte: Unioncamere Lombardia



Note metodologiche:

L'indagine di Unioncamere Lombardia sull'andamento economico dei settori si svolge ogni trimestre su quattro campioni di imprese industriali, artigiane, commerciali e dei servizi. Il campione imprese commerciali comprende aziende con più di 3 addetti. Per la selezione delle imprese da intervistare è stata utilizzata la tecnica del campionamento stratificato proporzionale secondo l'attività economica (codifica ATECO 2007), la dimensione d'impresa e la provincia di appartenenza. Alcuni strati sono stati sovracampionati per garantire una maggiore significatività dei dati disaggregati per classe dimensionale, provincia o settore. Le interviste vengono realizzate con tecnica CATI (Computer Assisted Telephone Interview) o CAWI (Computer Assisted Web Interview). Nel secondo trimestre 2021 per l'indagine del commercio sono state realizzate 1.139 interviste, così distribuite per settore e classe dimensionale:

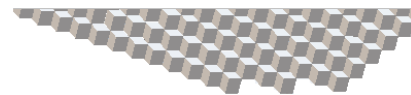
	3-9 addetti	10-49 addetti	50-199 addetti	200 addetti e più	Totale
Alimentare	109	45	3	1	158
Non alimentare	423	229	39	8	699
Non specializzato	114	105	34	29	282
Totale	646	379	76	38	1.139

Al fine di ottenere la stima della variazione media delle variabili quantitative, si procede alla ponderazione dei dati in base alla struttura dell'occupazione, aggiornata periodicamente in modo da recepire significative modifiche nella struttura dell'universo.

Le informazioni ottenute dall'indagine sul settore del commercio sono disaggregabili per 4 classi dimensionali (3-9 addetti, 10-49 addetti, 50-199 addetti, oltre 200 addetti), 3 settori di attività economica (specializzato alimentare, specializzato non alimentare, non specializzato) e 12 province lombarde.

Le serie storiche sono destagionalizzate con procedura TRAMO-SEATS; la procedura opera ogni trimestre sull'intera serie storica per cui ad ogni aggiornamento possono verificarsi piccole correzioni dei dati dei trimestri precedenti in base alle nuove informazioni. Gli indicatori vengono destagionalizzati separatamente per ciascun dominio, settore di attività economica e ambito geografico, per cui gli indici più aggregati (riferiti all'intera regione) non sono calcolati come sintesi dei dati destagionalizzati riferiti ai livelli inferiori di classificazione (singole province o singoli settori economici). La procedura Tramo-Seats opera ogni trimestre su tutta la serie storica e non solo sull'ultimo dato inserito, con un incremento progressivo delle revisioni dei dati dei trimestri precedenti in base alle nuove informazioni acquisite. I modelli statistici utilizzati per la destagionalizzazione vengono rivisti ogni anno per monitorare la loro capacità di rappresentare adeguatamente l'andamento della singola serie storica. Per tener conto delle variazioni eccezionali a partire dal mese di marzo 2020 sono state modificate le specifiche utilizzate fino al quarto trimestre 2019 inserendo dove necessario dei regressori aggiuntivi di tipo additivo, in grado di modellare i valori anomali identificati automaticamente nel corso dell'anno, utilizzando il software Tramo-Seats. Tale procedura ha consentito di minimizzare l'ampiezza delle revisioni dei dati destagionalizzati passati ed è tuttora applicata per un numero esiguo di serie storiche del settore dei servizi, implementata secondo le linee guida Eurostat (https://ec.europa.eu/eurostat/documents/10186/10693286/Time_series_treatment_guidance.pdf).

Quando la disponibilità di informazioni consentirà una valutazione complessiva dei modelli statistici, le specifiche di destagionalizzazione saranno adattate e ci potranno essere revisioni



dei dati destagionalizzati e delle variazioni congiunturali più ampie di quelle usuali. Per quantificare i risultati delle variabili qualitative oggetto d'indagine¹ si utilizzano i saldi.

Le informazioni sulle vendite della grande distribuzione sono acquisite da IRI Information Resources tramite il servizio "Tracking di mercato", che rileva via scanner i dati dei prodotti di Largo Consumo Confezionato (LCC) di Ipermercati e Supermercati.

Il servizio garantisce la copertura di circa l'80% del fatturato LCC realizzato da tutto l'universo Iper + Super in Italia; di conseguenza solamente il 20% viene stimato sulla base del campione.

I dati vengono elaborati a "rete corrente", includendo quindi gli effetti di eventuali aperture o chiusure di punti vendita, e vengono forniti in valore e quantità. Sono inoltre disponibili dettagli per canale distributivo (ipermercati e supermercati), comparto merceologico (drogheria alimentare, bevande, freddo, fresco, cura persona, cura casa) e provincia (con l'esclusione di Sondrio e Monza-Brianza, inclusa nella provincia di Milano).

¹ I dati qualitativi riguardano le aspettative degli imprenditori.