



61/2021

Roma, 15.4.2021

Ancora lontano recupero perdite 2020 e domanda quasi azzerata per filiera turistica e attività tempo libero. Crescita ancora molto debole (Pil +0,2%)

CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO: RIPRESA CONSUMI A MARZO SOLO "ILLUSIONE OTTICA"

A tredici mesi dall'inizio della crisi sanitaria le condizioni economiche dell'Italia permangono gravi, ma in progressivo miglioramento. Le difficoltà nel contenere l'epidemia, problema non solo italiano, continuano a procrastinare l'avvio di una fase di controllata e ragionevole ripresa. Molti indicatori appaiono in recupero, e proprio adesso c'è la necessità di distinguere i segnali di genuina ripartenza da quelli illusori, derivanti dal mero confronto statistico rispetto ai primi mesi della pandemia durante i quali furono sostanzialmente inibite moltissime attività.

Se per molti beni, soprattutto durevoli per la casa, la ripresa è sostenuta dall'impiego di una parte di risparmio accumulato in eccesso e da un ri-orientamento strutturale verso la fruizione dell'ambiente domestico, i rimbalzi registrati nella spesa per servizi sono ancora solo e soltanto effetti ottici di confronto statistico tendenziale.

L'ICC segnala a marzo il ritorno, dopo più di un anno, in territorio positivo con una crescita del 20,6% nel confronto annuo che, comunque, appare largamente insufficiente a compensare le perdite dei consumi patite un anno fa. In altre parole, il livello della spesa reale a marzo 2021 è ancora inferiore a quello di marzo 2019 del 19%. Questa dinamica sottintende, peraltro, una riduzione in termini congiunturali, cioè rispetto a febbraio, legata al restringimento delle misure per il contenimento della pandemia messe in atto nel mese di marzo.

L'apparente recupero ha, inoltre, interessato quasi esclusivamente i beni, mentre per i servizi la situazione si configura sostanzialmente come il raggiungimento di una soglia minima oltre la quale è praticamente impossibile scendere. Infatti, tale soglia, per molti comparti della filiera turistica, della mobilità e delle attività legate al tempo libero, si approssima oggi, pericolosamente all'azzeramento della domanda. Permane a rischio la sopravvivenza di molte imprese del comparto, se non verrà loro permesso al più presto di tornare a operare secondo un programma definito. In alcuni ambiti della domanda di beni, in particolare abbigliamento e calzature, gli incrementi tendenziali di marzo, a due o anche a tre cifre, non sono sufficienti a colmare le perdite pregresse: nel confronto con i valori del 2019, le riduzioni di spesa in termini reali sono ancora attorno al 30%.

Dopo aver archiviato un primo trimestre ancora caratterizzato da un segno negativo (-1,3% congiunturale, leggermente sopra le stime del mese scorso che indicavano -1,5%) ad aprile il PIL è atteso crescere in misura molto contenuta (+0,2%) su marzo. Su base annua, la variazione è del +22,1%. Nonostante questa confortante valutazione, il rischio di non raggiungere una crescita superiore al 4% nell'intero 2021 si fa più concreta.

Seguici su Facebook: www.facebook.it/confcommercio e su Twitter: <http://twitter.com/Confcommercio>

Questo documento è presente sul sito di Confcommercio all'indirizzo <http://www.confcommercio.it/sala-stampa>
00153 Roma – Piazza G.G.Belli 2, telefono 06.5866228/299 fax 06.5812880, e-mail: stampa@confcommercio.it

PIL MENSILE

A febbraio 2021, dopo il recupero di gennaio, la produzione industriale è tornata a registrare una variazione molto contenuta (+0,2% in termini congiunturali), dato che ha lasciato in negativo il confronto su base annua (-1,0%). Nel mese di marzo, in linea con l'inasprimento delle misure, il *sentiment* delle imprese del commercio al dettaglio ha registrato una diminuzione del 3,0% congiunturale e del 4,2% tendenziale.

TAB. 1 – Pil mensile

	Variazioni Congiunturali	Variazioni Tendenziali
II trimestre 2020	-13,0	-18,2
III trimestre	15,9	-5,2
IV trimestre	-1,9	-6,6
I trimestre 2021	-1,3	-2,4
Gennaio 2021	0,1	-7,8
Febbraio	1,5	-5,6
Marzo	-3,4	7,8
Aprile	0,2	22,1

Fonte: Ufficio Studi Confcommercio

Il permanere di una situazione in cui molte attività continuano ad operare con consistenti limitazioni e sono ancora presenti vincoli alla libertà di movimento delle persone continua a condizionare le possibilità di ripresa dell'economia. Per il mese di aprile si stima una variazione del PIL in termini congiunturali del +0,2%, dato che segue il calo del mese di marzo (tab. 1). Su base annua si osserverebbe una crescita del 22,1% rispetto allo stesso mese del 2020.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A marzo 2021 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) torna a registrare, dopo tredici mesi, una variazione tendenziale positiva con un incremento del 20,6% (tab. 2). L'illusione ottica della ripresa deriva esclusivamente dal confronto con un periodo del 2020 nel quale erano state sostanzialmente inibite quasi tutte le attività, determinando un calo rispetto a marzo 2019 del 32,9%. Di questa situazione hanno beneficiato soprattutto i beni (+25,8%) per i quali, sia pure con molte restrizioni, è stato possibile svolgere un minimo di attività. Decisamente più contenuto è stato l'incremento registrato per i servizi (+4,0%), per i quali la variazione in positivo è legata a infinitesimali miglioramenti della domanda che, per molti settori, dopo mesi di restrizioni e chiusure, è quasi azzerata.

Il miglioramento di marzo non ha peraltro impedito una chiusura in negativo della domanda complessiva anche nel primo trimestre (-6,1%).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Le dinamiche settoriali evidenziano a marzo 2021 un quadro decisamente articolato e fortemente condizionato dagli effetti che ha avuto la pandemia sui comportamenti di consumo e sui singoli segmenti di domanda. Le dinamiche vanno pertanto lette con estrema attenzione e alla luce di quanto accaduto nei dodici mesi precedenti. Non basta un aumento sporadico a due o a tre cifre per colmare un vuoto di domanda che si è protratto per oltre un anno.

Per molti segmenti di consumo il confronto con lo stesso mese del 2019 segnala, infatti, dati ancora pesantemente negativi. Alla luce di queste valutazioni vanno letti gli aumenti per le vendite di auto a privati e soprattutto quelli relativi ai carburanti ed all'abbigliamento ed alle calzature, segmenti per i quali il calo nel confronto con marzo del 2019 è superiore al 30%.

Particolarmente difficile rimane la situazione per la filiera turistica, la mobilità ed i settori legati alla fruizione del tempo libero. Di fatto il dato di marzo certifica solo il raggiungimento di una soglia minima di domanda, che per molti settori è prossima all'azzeramento, rendendo sempre più complicata la sopravvivenza per molte imprese.

TAB. 2 – VARIAZIONI TENDENZIALI DELL'ICC IN QUANTITA' (dati grezzi)

	2019		2020				2021				
	Anno	Anno	I trim	Marzo	II trim	III trim	IV trim	I trim	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	0,8	-30,3	-16,5	-45,1	-52,5	-17,2	-35,2	-25,8	-38,5	-30,1	4,0
BENI	0,7	-8,3	-8,9	-27,9	-18,7	-2,6	-3,5	1,3	-9,6	-5,7	25,8
TOTALE	0,7	-15,0	-11,1	-32,9	-29,3	-7,5	-12,4	-6,1	-17,7	-12,7	20,6
Beni e servizi ricreativi	0,0	-20,6	-14,6	-42,5	-37,9	-11,5	-18,7	-11,6	-22,7	-15,9	13,5
- servizi ricreativi	4,1	-78,0	-30,7	-97,2	-98,2	-79,5	-96,6	-96,4	-97,9	-97,1	-19,7
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	0,9	-15,0	-17,5	-60,2	-30,9	-2,7	-11,3	-9,9	-23,6	-6,4	25,0
Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa	0,9	-41,1	-25,3	-65,9	-69,5	-20,5	-52,8	-43,4	-58,8	-45,6	5,9
- alberghi	2,0	-53,4	-31,8	-82,4	-87,1	-36,1	-69,0	-67,5	-74,0	-75,0	-3,0
- pubblici esercizi	0,5	-37,1	-24,1	-62,5	-63,7	-11,7	-49,8	-39,4	-56,1	-40,4	6,8
Beni e servizi per la mobilità	-0,8	-24,3	-28,6	-67,6	-47,6	-6,2	-12,6	10,7	-19,9	-7,0	141,6
- automobili	0,2	-19,0	-38,3	-82,3	-46,5	12,0	8,7	48,8	-0,6	11,6	458,8
- carburanti	-0,4	-22,3	-19,4	-51,4	-41,4	-9,2	-19,2	-8,5	-28,8	-14,0	40,9
- trasporti aerei	-7,7	-72,7	-32,0	-85,2	-97,3	-69,3	-83,0	-79,8	-87,3	-87,5	5,0
Beni e servizi per la comunicazione	7,5	8,7	4,4	-0,7	6,4	8,9	13,7	4,2	3,3	4,0	5,4
- servizi per le comunicazioni	3,1	2,3	2,8	2,5	3,2	2,0	1,1	0,8	0,5	1,4	0,4
Beni e servizi per la cura della persona	-0,2	-7,1	-2,7	-11,5	-17,5	-3,9	-4,1	-6,3	-10,1	-10,4	2,3
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-1,1	-4,7	-0,1	-2,0	-9,6	-5,0	-4,1	-11,7	-12,5	-12,9	-9,6
Abbigliamento e calzature	1,1	-24,0	-16,7	-66,2	-45,7	-14,8	-22,0	-15,1	-38,1	-16,9	95,2
Beni e servizi per la casa	1,7	-4,1	-5,8	-20,6	-10,5	-0,1	-0,6	6,9	0,5	-0,3	24,2
- energia elettrica	0,7	-1,5	-0,6	1,1	-3,3	-1,7	-0,3	-1,5	-1,0	-3,4	-0,3
- mobili, tessili e arredamento per la casa	0,9	-12,6	-16,7	-53,6	-34,1	3,0	-5,3	12,5	-7,1	-3,7	91,0
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	8,2	-6,1	-8,0	-40,0	-15,5	-5,7	0,9	29,3	16,8	12,3	84,0
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	2,0	4,2	4,6	0,6	-0,2	3,4	-0,5	3,2	-5,1	0,4
- alimentari e bevande	0,1	2,3	4,8	4,8	0,8	0,0	3,7	-0,6	3,6	-5,8	0,4
- tabacchi	-1,2	-0,4	-0,1	3,5	-0,4	-1,4	0,5	0,2	0,1	0,1	0,3

Fonte: Ufficio Studi Confindustria

PREZZI AL CONSUMO: LE TENDENZE A BREVE TERMINE

Sulla base delle dinamiche registrate dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo si stima per il mese di aprile 2021 un aumento dello 0,4% in termini congiunturali e dell'1,1% su base annua, tornando sui valori della primavera del 2019. Anche sul dato di questo mese pesano gli aumenti registrati dai prodotti energetici, regolamentati e non, in seguito alla ripresa dei corsi delle materie prime petrolifere.

TAB. 3 – STIMA DELLA VARIAZIONE DEI PREZZI AL CONSUMO

	INDICE GENERALE	di cui:			
		Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	Trasporti	Servizi ricettivi e di ristorazione
VARIAZIONI CONGIUNTURALI					
Mag. '21	-0,2	0,6	-0,4	-1,6	0,3
Giu	0,1	-0,6	0,0	1,2	-0,8
Lug	-0,2	-1,2	-0,6	0,7	0,2
Ago	0,3	-0,3	0,2	1,4	0,3
Set	-0,7	-0,3	-0,1	-2,9	-0,2
Ott	0,2	0,3	2,8	-0,7	-0,3
Nov	-0,1	0,5	0,2	-0,5	-1,1
Dic	0,2	-0,6	0,1	1,6	-0,5
Gen. '21	0,7	0,7	1,6	1,3	0,7
Feb.	0,1	-0,2	-0,1	0,9	0,1
Mar. (*)	0,3 (0,2)	0,1 (0,1)	0,2 (-0,2)	2,0 (1,0)	0,0 (0,1)
Apr. (**)	0,4	0,3	0,9	1,1	1,9
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mag. '21	-0,2	2,6	-4,4	-4,1	0,9
Giu	-0,2	2,4	-4,4	-3,7	-0,2
Lug	-0,4	1,4	-4,0	-3,3	-0,2
Ago	-0,5	1,1	-3,9	-3,9	0,4
Set	-0,6	1,2	-4,0	-3,3	-0,7
Ott	-0,3	1,4	-2,1	-4,0	0,0
Nov	-0,2	1,3	-2,0	-3,7	0,8
Dic	-0,2	0,8	-2,0	-2,8	0,8
Gen. '21	0,4	0,7	-0,4	-1,8	1,2
Feb.	0,6	0,4	-0,4	0,0	1,2
Mar. (*)	0,8 (0,7)	0,3 (0,3)	-0,1 (-0,5)	2,6 (1,5)	1,2 (1,3)
Apr. (**)	1,1	-0,7	4,9	4,3	0,5

(*) Il dato ISTAT di marzo è provvisorio

(**) Previsioni.

Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio

PROSSIMA USCITA: 13 maggio 2021