



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

CONSUMI ANCORA IN FORTE CALO A MAGGIO (-30%)

Congiuntura Confcommercio: tempo libero (-92%), alberghi, bar e ristoranti (-66%), abbigliamento (-55%) i settori più colpiti. Pil -17,4% in secondo trimestre.

Sangalli: "Bene ipotesi riduzione Iva ma le imprese hanno bisogno di certezze".



22 giugno 2020

A maggio, nonostante l'allentamento delle misure per il contenimento della pandemia e la graduale ripresa delle attività, la domanda delle famiglie ha stentato a trovare la strada per un rapido recupero.

Nel confronto annuo l'**indicatore dei consumi** (ICC) segnala un **calo del 29,4%**, dato meno negativo se confrontato con il -47% di aprile, ma che conferma grandi difficoltà soprattutto per i servizi legati alla fruizione del tempo libero. Anche nel mese di maggio sono pochi i segmenti che registrano un segno positivo: l'alimentazione domestica, le comunicazioni e l'energia sono tra i pochi settori i cui consumi sono sopra i livelli di un anno fa. Per molti segmenti non solo il recupero è modesto quanto, soprattutto, denso di incognite sul futuro prossimo, come nel caso della domanda di autovetture, dei consumi presso bar e ristoranti, dei trasporti e di tutta l'area legata al turismo ed allo svolgimento di attività d'intrattenimento e relazione.

Sulla velocità della ripartenza e sul suo consolidamento si gioca il futuro del Paese. Non bisogna trascurare i pericoli connessi all'avvio di un possibile corto circuito depressivo. Il disagio sociale, misurato sulla base del **Misery Index Confcommercio** (MIC), ha conosciuto un'esplosione nel mese di aprile, legata al deciso deterioramento delle condizioni del mondo del lavoro, dipendente e autonomo. Aspettative pesantemente negative su questo versante minano la fiducia delle famiglie, spingendole ad atteggiamenti ancora più prudenti nei confronti del consumo, con il pericolo di frenare il recupero.

I segnali di ripresa sono evidenti già da maggio e si confermano anche in giugno, seppure con impulsi d'intensità non pienamente soddisfacente: nei primi giorni lavorativi di giugno la crescita delle percorrenze di veicoli pesanti sulle strade italiane aumenta del 9,6% rispetto agli inizi di maggio; nello stesso confronto, l'energia elettrica immessa in rete cresce del 5,4%. Al rimbalzo congiunturale del 10,4% del PIL stimato per il mese di maggio, avrebbe fatto seguito un contenuto +4,7% in giugno. Nel complesso del secondo trimestre, la riduzione del PIL sarebbe del 17,4% congiunturale e del 21,9% su base annua. Queste cifre rendono ben chiara l'entità della montagna che il Paese deve scalare.

Nota completa dell'Ufficio Studi su www.confcommercio.it/ufficio-studi.

PIL MENSILE

Il quadro congiunturale, nella fase più difficile dell'emergenza sanitaria del Covid-19, presenta andamenti dei principali indicatori eccezionalmente negativi. Ad aprile la produzione industriale ha evidenziato un calo congiunturale del 19,1%, al netto dei fattori stagionali, e una flessione del 42,5% su base annua. L'occupazione ad aprile presenta andamenti congiunturali e tendenziali in calo: -1,2% rispetto al mese precedente e -2,1% rispetto allo stesso mese dello scorso anno. Il sentiment delle imprese e delle famiglie del mese di maggio, indicatore non rilevato nel mese di aprile, registra forti riduzioni sia congiunturali che tendenziali. Per le imprese, la fiducia del mese di maggio rispetto al mese di marzo è scesa del 35,7%, mentre su base annua il calo è stato del 49,1%. Per le famiglie, la fiducia è calata del 5,8% tra maggio e marzo, mentre la riduzione rispetto allo stesso mese del 2019 è del 16,3%.

Considerando aprile come il punto di minimo congiunturale seguito dalla graduale ripresa di tutte le attività a partire da maggio, si stima per giugno una crescita congiunturale del Pil, al netto dei fattori stagionali, del 4,7%, dato che porterebbe ad una decrescita del 17,2% rispetto allo stesso mese del 2019 (tab. 1). Nel secondo trimestre il Pil è stimato ridursi del 17,4% rispetto al primo trimestre e del 21,9% nel confronto annuo (tab.1).

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

La progressiva ripresa delle attività e l'attenuarsi delle limitazioni nella mobilità delle persone hanno determinato, nell'ultimo mese, un contenuto recupero della domanda. L'indicatore dei consumi registra, nel confronto annuo, un calo del 29,4%, dato che segue il -47% di aprile. Nel complesso degli ultimi tre mesi, si rileva, nel confronto con lo stesso periodo del 2019, una riduzione del 36,4% dei consumi, dato che si riuscirà a recuperare solo in parte nei prossimi mesi. Particolarmente difficile continua a risultare la situazione per la domanda di servizi, soprattutto per quelli legati alla fruizione del tempo libero (tab. 2).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Nel confronto tra maggio 2020 e lo stesso mese del 2019 i trend, pur confermandosi molto negativi per la quasi totalità degli aggregati, evidenziano alcuni timidi tentativi di recupero per alcuni segmenti. Al di là della conferma di un'evoluzione positiva per l'alimentazione domestica, per le comunicazioni e per altri servizi legati a una maggiore presenza in casa, segnali favorevoli si registrano per la domanda di elettrodomestici, tv e altri apparecchi. Allo stesso tempo un moderato recupero ha interessato l'abbigliamento e le calzature, i mobili ed i prodotti tessili per la casa ed i giochi e gli articoli per il tempo libero. Per le autovetture il dato meno negativo di maggio va letto con cautela, in quanto nel mese sono state effettuate consegne di ordini effettuati a gennaio e febbraio.

Tra i servizi, per i quali si riscontrano ancora riduzioni che si avvicinano al 100%, qualche timido segnale di recupero si rileva per i pubblici esercizi. I limitati flussi turistici e il permanere di molte attività lavorative in casa rendono, peraltro, incerte le possibilità del settore di tornare in tempi ragionevoli su livelli vicini a quelli pre-pandemia.