

Giovedì, 18 marzo 2021

**CONFCOMMERCIO**
IMPRESE PER L'ITALIA

online



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

A MARZO LA RIPRESA ECONOMICA RESTA UN MIRAGGIO

La forte ripresa della pandemia e il rallentamento della campagna vaccinale potrebbero portare ad un calo del Pil del 4,7% su base mensile. Anche l'allentamento delle restrizioni a febbraio non ha evitato un forte calo dei consumi.



17 marzo 2021

Con l'inizio della campagna vaccinale e una parziale riduzione della circolazione del virus, sembrava che si potesse vedere la luce e cominciare a pensare ad una ripresa economica vera, in realtà nel giro di poche settimane il quadro è tornato ad essere molto critico tra stop al vaccino Astrazeneca e diffusione sul territorio delle varianti del coronavirus che hanno aumentato in modo sensibile la contagiosità. Dai dati che emergono nell'ultimo numero della **Congiuntura Confcommercio**, invece, secondo il direttore dell'Ufficio Studi, **Mariano Bella**, "è evidente che l'economia italiana si trova a rivivere molto simile a quella di marzo e aprile dello scorso anno. Certo i vincoli alla mobilità, le chiusure degli esercizi commerciali e dei luoghi di scambio sociale, sono un po' meno stringenti ma il problema è che si aggiungono ad una situazione economica già molto compromessa".

Quindi, quella che era una previsione abbastanza acquisita, cioè una crescita del PIL attorno al 4% per l'anno in corso si allontana. I dati dell'ICC a febbraio indicano un **andamento negativo su base annua con una flessione del 12,2%** che segue la **contrazione del 17,5% di gennaio**. su questo fronte però, secondo Bella c'è una "speranza" legata al comportamento delle famiglie che "nel momento in cui ne hanno la possibilità, sarebbero ancora disponibili a tradurre in consumo una parte del risparmio involontario accumulato. Ci sono quindi potenzialità di crescita presenti che oggi sono inevitabilmente schiacciate dalla pandemia".

Per quel che riguarda il **Pil**, a marzo dovrebbe ridursi **del 4,7% su base mensile**. Ma il problema è che "a questo punto - sottolinea Bella - è in discussione anche una previsione di crescita del PIL attorno al 4% per l'anno in corso. Si ampliano i divari tra settori: gran parte dei servizi di mercato si trovano ormai da un anno nell'impossibilità di operare mentre almeno alcuni settori dell'industria stanno recuperando le perdite registrate nei peggiori momenti dello scorso anno".



Dati infografica: Congiuntura Confcommercio marzo 2021

L'analisi del Pil mensile

Analizzando più nel dettaglio l'andamento del Pil si nota come la **produzione industriale di gennaio** abbia fatto registrare un leggero incremento mensile dell'1%, al netto dei fattori stagionali, con una flessione del 2,9% su base annua. Il "sentiment" delle imprese del **commercio al dettaglio** ha registrato, nel mese di febbraio, una crescita del 6,2% congiunturale e una riduzione tendenziale dell'11,8%.

	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	-1,5	-2,6
Dicembre 2020	-0,2	-7,6
Gennaio 2021	0,1	-7,8
Febbraio	1,8	-5,6
Marzo	-4,7	7,3

Fonte: Ufficio Studi Confcommercio

Cresce la domanda di auto, turismo e tempo libero restano i settori più colpiti

Guardando all'andamento economico dei vari settori dell'economia, solo i prodotti ed i servizi di comunicazione e per l'elettronica di consumo si confermano in territorio positivo. gli incentivi hanno invece dato una buona spinta alla domanda di auto.

Un dato curioso è che per la prima volta dopo molti mesi il settore dell'alimentazione fa segnare un piccolo calo dopo gli aumenti continui degli scorsi mesi ovviamente dati dalla "corsa" alla scorta delle famiglie italiane nei periodi di lockdown.

In fondo alla classifica rimangono purtroppo **la filiera turistica, la mobilità ed i settori legati alla fruizione del tempo libero**. Il protrarsi di riduzioni prossime o superiori al 50% da un anno rende sempre più difficile immaginare un'uscita dalla crisi, peraltro non immediata, che non implichi pesanti ripercussioni su questi settori con effetti che potrebbero durare più a lungo della crisi

sanitaria. In forte difficoltà continuano a trovarsi l'**abbigliamento e le calzature** (-24,5% nel confronto con febbraio 2020) e la **domanda di carburanti** (-21,2%).

I prodotti energetici "spingono" l'inflazione

Secondo l'Ufficio Studi Confcommercio, a marzo 2021 ci sarà un aumento dello 0,2% su base mensile e dello 0,7% su base annua dell'indice dei prezzi al consumo. Una ripresa dell'inflazione sulla quale scrive l'Ufficio Studi "*continuano a pesare gli aumenti registrati dai prodotti energetici, in seguito alla ripresa dei corsi delle materie prime petrolifere*".