

Distribuzione
Moderna

**La dinamica
del mercato**



Indice

▪ La congiuntura economica	3
<i>Il Prodotto Interno Lordo</i>	3
<i>I consumi delle famiglie italiane</i>	10
<i>La produzione industriale</i>	15
<i>Il commercio estero</i>	20
<i>Occupazione e disoccupazione</i>	25
<i>Il clima di fiducia delle famiglie e delle imprese</i>	28
<i>Indice dei prezzi al consumo e alla produzione</i>	32
▪ Il trend della Distribuzione Moderna	35
<i>Le vendite</i>	35
<i>I prezzi</i>	40
<i>Le promozioni</i>	46
<i>Le marche del distributore</i>	47
<i>I mercati No Food</i>	48
▪ Appendice	51
<i>Area e Categoria merceologica nel Grocery</i>	51
<i>Area e Comparto No Food</i>	53

La congiuntura economica

Il Prodotto Interno Lordo

Il sentiero della ripresa post-pandemica è stato finalmente intrapreso. Lo afferma il Primo Ministro Draghi, lo conferma il Governatore della Banca d'Italia Visco, lo dimostrano – pur con il consueto ritardo nella pubblicazione dei dati – le statistiche macroeconomiche.

In occasione di una recente manifestazione pubblica, Mario Draghi ha delineato la fotografia di un Paese che si sta – finalmente – risollestando dall'emergenza. «L'Italia è viva e forte e ha voglia di ripartire, i mesi della pandemia sono stati duri per lavoratori, imprese, famiglie, bambini, un disastro economico, sociale, culturale, educativo ... ma ora, grazie ai sacrifici degli italiani e alla forte accelerazione della campagna vaccinale, abbiamo davanti una fase nuova. Una fase di ripresa e fiducia, su cui costruire un Paese più giusto e più moderno. E liberare le energie che sono rimaste ferme in questi mesi, e direi anche in questi anni». Il Primo Ministro constata infatti che «l'attività produttiva nel Paese si rafforza, gli indici di fiducia delle imprese sono ai massimi da oltre tre anni, gli imprenditori pianificano investimenti, segno che sono tornati a essere ottimisti. Le famiglie sono per ora un po' più caute, ma anche qui ci sono forti segnali di miglioramento».

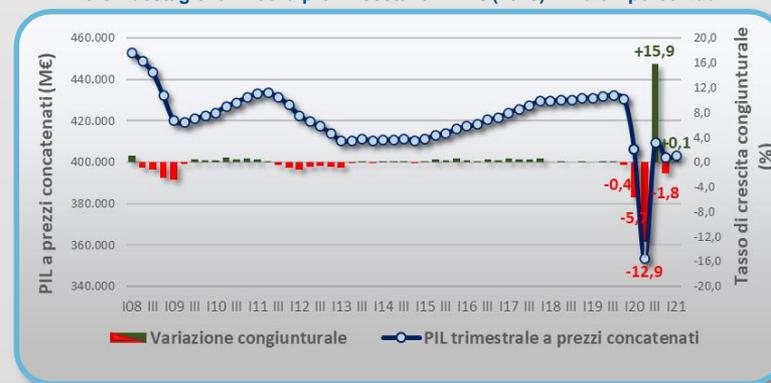
Gli fa eco Ignazio Visco che afferma che «l'Italia è in ripresa, con una «domanda robusta attesa nella seconda metà dell'anno, man mano che la pandemia arretra, le vaccinazioni aumentano e le imprese tornano rapidamente a investire».

E, inaspettatamente, persino l'Istat dispensa «buone notizie» rivedendo il dato provvisorio sul PIL nel **primo trimestre dell'anno**, stimato inizialmente in decremento congiunturale: secondo le nuove valutazioni, dopo la contrazione dell'ultima parte del 2020, nei tre mesi tra gennaio e marzo **l'economia italiana** ha segnato un lievissimo recupero, con una crescita del **PIL** rispetto al trimestre precedente del **+0,1%**¹. Il calo tendenziale si riduce sensibilmente, dal -6,5% del trimestre precedente a **-0,8%**².

La **variazione acquisita** per il **2021** (ossia quella cioè che si avrebbe se la dinamica del Prodotto Interno Lordo fosse pari a zero nel resto dell'anno) è pari a **+2,6%**.

Nel riportare i dati, l'Istituto di Statistica commenta che «il moderato recupero dell'attività produttiva è sintesi di un aumento del valore aggiunto dell'agricoltura (+3,9%) e dell'industria (+1,8%) e di una contrazione del terziario (-0,4%) che in alcuni comparti ha risentito ancora degli effetti delle misure di contrasto dell'emergenza sanitaria. Il quadro della domanda è caratterizzato da una spinta della componente interna, alimentata dal recupe-

PIL TRIMESTRALE A VALORI CONCATENATI e VARIAZIONE CONGIUNTUALE
Valori destagionalizzati a prezzi costanti in M€ (2015)³ - Valori percentuali



Fonte: Istat

¹ Dati a prezzi costanti, destagionalizzati e corretti per gli effetti di calendario (il primo trimestre del 2021 ha avuto due giornate lavorative in meno rispetto al trimestre precedente e una giornata lavorativa in meno rispetto al primo trimestre del 2020).

² Nella stima preliminare era stato rilevato un calo congiunturale del -0,4% e uno tendenziale del -1,4%.

³ Dati corretti per gli effetti di calendario.

La congiuntura economica

VARIAZIONE REALE DEL PIL
Variazioni congiunturali e tendenziali - Dati a prezzi costanti

PIL	Var. congiunturale (4T20/3T19)	Var. congiunturale (1T21/4T20)	Var. tendenziale (4T20/4T19)	Var. tendenziale (1T21/1T20)	Var. annuale (2020/2019)
Italia	-1,8%	+0,1%	-6,5%	-0,8%	-8,9%
EU (27 paesi)	-0,5%	-0,4%	-4,6%	-1,7%	-6,1%
Area Euro (19 paesi)	-0,7%	-0,6%	-4,9%	-1,8%	-6,6%
Germania	+0,5	-1,7%	-3,3%	-3,0%	-4,8%
Francia	-1,4%	+0,4%	-4,8%	+1,5%	-8,1%
Spagna	0,0	-0,5%	-8,9%	-4,3%	-10,8%
UK	+1,3%	n.d.	-7,3%	n.d.	-9,9%
USA	+1,1%	+1,6%	-2,4%	+0,4%	-3,5%

Fonte: Istat, Eurostat, OCSE

però degli investimenti e dal nuovo contributo positivo delle scorte, mentre un contributo negativo è venuto dall'estero per la crescita delle importazioni a fronte di una sostanziale stazionarietà delle esportazioni».

Più nel dettaglio, rispetto al trimestre precedente, i **consumi finali nazionali** hanno registrato una diminuzione trimestrale del **-1,0%** mentre gli **investimenti fissi lordi** sono cresciuti del **+3,7%**; le **importazioni** sono aumentate del **+2,3%** e le **esportazioni** sono scese del **-0,1%**. Scomponendo ulteriormente i dati si rileva che i **consumi delle famiglie e delle Istituzioni Sociali Private** sono calati del **-1,2%** (con un conseguente contributo negativo all'aumento del PIL di **-0,7%**) a fronte di un decremento della **spesa delle Amministrazioni Pubbliche** di soli **2 decimi** di punto percentuale.

Con il PIL in territorio positivo già dal primo trimestre, le prospettive di crescita per la nostra economia si consolidano puntando verso un percorso di rapida e decisa ripresa. I principali «previsori» stimano infatti un progressivo aumento della crescita nei prossimi tre trimestri, confidando nel graduale ritorno alla normalità post-Covid; aggiungono, tuttavia, come monito, che spetta ora al Paese il difficile compito di trasformare il «rimbalzo» congiunturale in crescita strutturale, sostenuta dal PNRR.

Già prima della revisione dei dati Istat sul primo trimestre, nella sua periodica nota congiunturale⁴ **Confindustria** vedeva il «*PIL su una buona strada*». Per l'associazione degli imprenditori, l'Italia è «*all'inizio di un lungo sentiero stretto di risalita dopo la crisi*», con un «*primo, piccolo, aumento del PIL nel secon-*

⁴ CSC, «Congiuntura Flash» – 29 maggio 2021.

La congiuntura economica

condo trimestre, cui seguirà un forte rimbalzo nel terzo e quarto pari a oltre il +4%». Un trend che si consoliderà grazie «all'impatto che verrà dagli investimenti finanziati dal piano europeo NG-EU».

Protagonista della crescita economica fin dalle sue fasi iniziali è la manifattura. «L'industria è solida» si afferma nel report, con una produzione che continua a muoversi sostenuta da una «domanda oltre le previsioni e un necessario riaccumulo di stock». Ma se il manifatturiero ormai da mesi dà segnali di forza, già Confindustria – in anticipo sull'Istat – rilevava prime indicazioni positive anche dai servizi, «finora condizionati dalle misure anti contagio e dal lento ritmo delle vaccinazioni». L'aumento della domanda nei servizi, previsto accentuarsi nel trimestre estivo, è spiegato dalla ripresa dei viaggi e dei consumi fuori casa, oltre che dalle riaperture nei settori legati alla filiera del turismo e della cultura (musei, gallerie d'arte).

Nel quadro di uscita dalla crisi mondiale delineato nelle «Considerazioni Finali» della Relazione annuale dell'istituto⁵, il Governatore della **Banca d'Italia** raffigura una seconda parte dell'anno in decisa accelerazione e un **PIL** in crescita di **oltre il 4%**, man mano che la pandemia arretra, le vaccinazioni aumentano e le imprese tornano rapidamente a investire, a differenza di quanto avvenuto nelle due passate recessioni⁶. In questo contesto, sottolinea Visco, «è fondamentale il ruolo degli aiuti europei del Next Generation EU e l'applicazione puntuale del Piano nazionale di ripresa e resilienza» che, stima la Banca d'Italia, può creare un punto percentuale ogni anno in più sul PIL, nei prossimi dieci anni.

«Si tratta di una formidabile sfida: è essenziale spendere bene le risorse straordinarie che il programma ci offre e tutte le altre che saranno disponibili per ridare all'economia una prospettiva stabile di sviluppo», afferma Visco, che aggiunge che «con l'attenuarsi dell'incertezza l'intervento pubblico dovrà divenire più selettivo, concentrandosi nei settori che sconteranno ancora difficoltà legate alla crisi sanitaria e cercando di evitare di sussidiare imprese chiaramente prive di prospettive, pur garantendo il sostegno a chi è in esse occupato. Non è pensabile un futuro costruito sulla base di sussidi e incentivi pubblici. Siamo tutti chiamati a far sì che cresca e sia diffuso il benessere, siano adeguatamente protetti coloro che più saranno colpiti, chiari i costi da sopportare e progressivamente ridurre».

Un'attenzione particolare è volta all'elevato **debito pubblico** «che non permette sprechi. Alla fine di quest'anno il rapporto tra debito pubblico e prodotto sarà prossimo al 160%, un livello raggiunto in Italia solo all'uscita dal primo conflitto mondiale, di quasi 60 punti superiore a quello medio dell'area dell'euro. L'alto debito costituisce un'intrinseca fragilità: espone l'Italia al rischio di shock finanziari, crea un'incertezza di fondo che si riflette sugli oneri di finanziamento e scoraggia l'investimento privato. Anche per questo le risorse europee dovranno dare frutti importanti e duraturi».

Consapevole della necessità di trovare un giusto equilibrio tra sostegno al Sistema Paese e uscita dall'emergenza, per mezzo del rafforzamento dell'economia e il superamento delle suddette fragilità, l'**esecutivo comunitario** ha confermato la sospensione del **Patto di Stabilità** anche nel 2022, invitando i Paesi membri ad un mix di spesa che – essendo focalizzato sugli investimenti e mantenendo sotto controllo le altre uscite – faciliti il ritorno a posizioni più prudenti nel medio termine.

Nello specifico dell'Italia, il Commissario agli Affari Economici Paolo Gentiloni ha esortato il Paese «a evitare l'accumulo di maggiore spesa corrente con con-

⁵ Banca d'Italia, «Considerazioni finali del Governatore – Relazione annuale» – 31 maggio 2021.

⁶ Si tratta di fatto di un'anticipazione del dato più puntuale che verrà trasmesso alla BCE l'11 giugno prossimo.

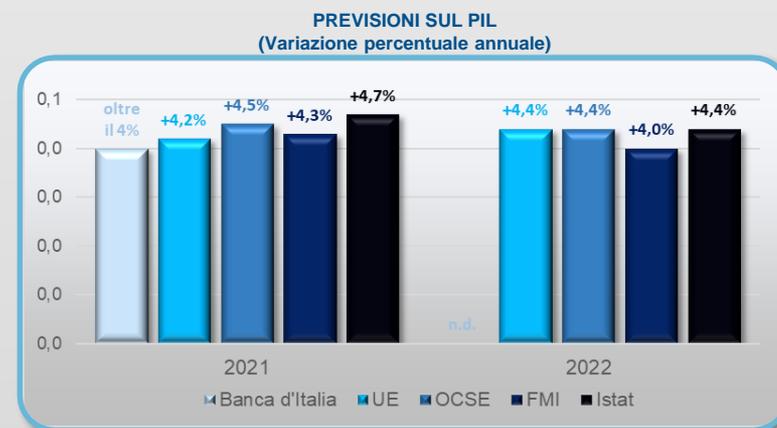
La congiuntura economica

sequenze permanenti sul bilancio»; aggiunge inoltre che «l'adozione di riforme e l'entrata in vigore di investimenti nell'ambito del Fondo per la Ripresa dovrebbero aiutare ad affrontare le sfide già segnalate in passato e svolgere quindi un ruolo importante nell'affrontare gli squilibri macroeconomici esistenti», ricordando nello specifico all'Italia la riforma del fisco.

La condizione dell'Italia di «osservato speciale» da parte dell'Unione era già emersa chiaramente nel documento di presentazione delle previsioni economiche di primavera della **Commissione**⁷ rilasciate a metà maggio: anche in quel caso si era evidenziato come «la sfida principale nei prossimi mesi e nei prossimi anni sarà per l'Italia quella dell'attuazione dei programmi di riforme e investimenti del Piano nazionale di ripresa e resilienza perché l'attuazione di un piano con questa ambizione può contribuire a una crescita più prolungata e duratura», che «non si limiti a tornare ai livelli pre-pandemia, ma continui con un ritmo più sostenuto». Secondo la Commissione, il **PIL** italiano crescerà del **+4,2%** nel **2021** e del **+4,4%** nel **2022**, in primis per effetto dello stesso PNRR: «Le vaccinazioni e l'allentamento delle restrizioni stanno aprendo la strada alla forte ripresa dell'economia italiana nella seconda metà del 2021. Gli investimenti sostenuti dall'UE dovrebbero portare l'economia ad un'espansione sostenuta, che dovrebbe consentire all'output di tornare al livello pre-pandemia entro la fine del 2022» si afferma infatti nel documento.

Ancor più positive le previsioni dell'**OCSE**⁸ secondo cui il **PIL** dell'Italia crescerà al **+4,5%** nel **2021**, parallelamente alla campagna di vaccinazione contro il Coronavirus, e rimarrà sostenuto, al **+4,4%**, nel **2022**; con questi tassi, il PIL italiano dovrebbe tornare ai livelli pre-pandemia nella seconda metà del 2022. Nella scheda dedicata all'Italia dall'organismo internazionale per la cooperazione e lo sviluppo economico si legge che «la pandemia è stata messa sotto controllo grazie alle misure di contenimento adottate dal nostro governo», che viene invitato ora a puntare sulle riforme della Pubblica Amministrazione in quanto «necessarie per sostenere una maggiore crescita». Anche l'OCSE pone l'accento sul necessario cambio di passo: «la priorità» afferma ancora l'OCSE «è attuare riforme riguardanti l'investimento pubblico e la giustizia civile, semplificare le formalità amministrative e la fiscalità, rafforzare la concorrenza, come anche accrescere l'efficacia delle politiche relative alla formazione e alla ricerca professionale».

Prospettive di forte rilancio anche quelle delineate dal **Fondo Monetario Internazionale (FMI)** a **+4,3%** nel **2021** e a **+4,0%** nel **2022**. Nel suo rapporto periodico sull'Italia⁹, il FMI plaude per le scelte politiche forti e decisive prese dalle autorità italiane, scelte che hanno attutito l'impatto sociale ed economico della pandemia; dichiara quindi di intravedere una robusta ripresa, sostenuta dalla campagna per le vaccinazioni. Nel medesimo documento l'Istituto internazionale evidenzia al contempo le numerose incertezze ancora all'orizzonte, «dalla velocità



Fonte: Banca d'Italia, UE, OCSE, FMI, Istat

⁷ Commissione Europea, «European Economic Forecast – Spring 2021» – 12 maggio 2021.

⁸ OCSE, «OECD Economic Outlook (Preliminary version) – May 2021» – 31 maggio 2021.

⁹ FMI, «IMF Executive Board Concludes the 2021 Article IV Consultation with Italy» – 03 giugno 2021.

La congiuntura economica

con cui il virus verrà sconfitto alla conservazione di condizioni finanziarie favorevoli nel lungo termine, da una adeguata attuazione del PNRR al mantenimento dello slancio politico verso le riforme strutturali».

Per questo, continua il Fondo, «sarà necessario mantenere politiche di sostegno fino a quando la ripresa non si sarà rafforzata. L'attuazione rapida ed efficace delle riforme strutturali sarà fondamentale per sostenere gli investimenti nell'ambito del piano nazionale di ripresa e resilienza per stimolare la crescita potenziale e promuovere un'economia verde, digitale e più inclusiva». Il FMI raccomanda che «la politica fiscale continui ad attenuare gli effetti economici della pandemia attraverso misure temporanee e mirate, unite a un piano credibile per ridurre significativamente il debito pubblico nel medio termine». L'istituto internazionale, infine, invita l'Italia ad «accrescere l'efficienza e l'equità della spesa pubblica e dei sistemi fiscali e a continuare a sostenere i prestiti bancari, ma con maggiori controlli su chi li contrae». Fra le altre indicazioni, l'invito a «una rapida modernizzazione della pubblica amministrazione e della magistratura, appalti pubblici efficienti, una migliore governance degli investimenti pubblici e una riduzione delle barriere alla concorrenza».

Ultimo per data di pubblicazione è lo scenario elaborato dall'Istituto di Statistica¹⁰ che prevede «un consolidamento del processo di ripresa dell'attività economica con una intensità crescente nei prossimi mesi». Anche l'Istat migliora pertanto le sue precedenti stime prevedendo una sostenuta crescita del **PIL** sia nel **2021 (+4,7%)** sia nel **2022 (+4,4%)**. Lo scenario, si sottolinea nel report, «incorpora gli effetti della progressiva introduzione degli interventi previsti dal Piano nazionale di ripresa e resilienza», con un avvertimento: i rischi associati alla previsione sono piuttosto elevati in quanto legati all'effettiva capacità di realizzazione delle misure programmate e all'evoluzione dell'emergenza sanitaria.

PREVISIONI MACROECONOMICHE

	2020	2021	2022
PIL reale (var annuale reale)	-8,9%		
Commissione Europea		+4,2%	+4,4%
OCSE		+4,5%	+4,4%
FMI		+4,3%	+4,0%
Istat		+4,7%	+4,4%
Consumi privati (var annuale reale)	-10,7%		
Commissione Europea		+3,1%	+4,9%
OCSE		+3,1%	+5,2%
FMI		n.d.	n.d.
Istat		+3,6%	+4,7%
Tasso di disoccupazione (% sulla forza lavoro)	9,2%		
Commissione Europea		10,2%	9,9%
OCSE		9,8%	9,7%
FMI		10,3%	11,6%
Istat		9,8%	9,6%
Debito pubblico (% del PIL)	155,8		
Commissione Europea		159,8	156,6
OCSE		159,6	157,2
FMI		159,9	157,9
Istat		n.d.	n.d.

Fonte: Commissione Europea, OCSE, FMI, Istat

¹⁰ Istat, «Le prospettive per l'economia italiana nel 2021-2022» – 04 giugno 2021.

La congiuntura economica

FOCUS – Osservatorio Confcommercio-Censis su fiducia, prospettive e consumi delle famiglie¹¹

«Il "viaggio" delle famiglie italiane dentro l'emergenza Covid è stato un lungo percorso fatto di ansie, paure e incertezza. Uno stato dell'animo che ha inciso profondamente nelle abitudini e anche nelle scelte di consumo». Il rapporto che Confcommercio ha realizzato in collaborazione con il Censis analizza l'impatto della pandemia sulla fiducia, sulle prospettive e i consumi delle famiglie¹², rilevando un'incertezza ancor forte tra «**perdita del potere d'acquisto, crisi delle imprese e consumi in picchiata**».

Due gli aspetti che vengono evidenziati dal rapporto, già noti: il **crollo dei consumi (1.811 euro pro capite, pari al -10,3%)** e l'**aumento del risparmio (82 miliardi in più nel 2020, di cui 66 miliardi detenuti in forma liquida)** dovuto al clima di forte incertezza e all'oggettiva impossibilità di fare acquisti tra lockdown territoriali e chiusure. Un altro elemento che emerge è che, nonostante l'avvio massiccio della campagna vaccinale, l'oggettivo calo dei contagi e dei ricoveri e quindi una migliore prospettiva per il futuro, i **pessimisti continuano a prevalere sugli ottimisti**: quasi metà delle famiglie (il 47,4%), non ha ad esempio fatto programmi per le vacanze estive per mancanza di risorse economiche ma anche per la paura dei contagi che ancora alimenta una forte instabilità nelle scelte.

- Dall'inizio dell'emergenza Covid, dispositivi hardware (22,8%), abbonamenti a Pay Tv e piattaforme televisive in streaming (18,8%), installazione di connessioni Internet più veloci (18,7%) sono gli **acquisti maggiormente "stimolati"**. Anche nel 2021, gli italiani continueranno a spendere per aumentare il comfort domestico: al primo posto l'acquisto di prodotti tecnologici (32,9%), a seguire elettrodomestici e mobili per la casa (31%) e la ristrutturazione dell'abitazione (28,2%).
- L'aumento degli **acquisti nel settore elettrodomestici e mobili** è trainato anche dalla proroga del **Bonus Mobili**,

L'ITALIA CONVALESCENTE

Rapporto Confcommercio-Censis su consumi, fiducia e prospettive delle famiglie italiane



IMPATTO SUI CONSUMI

tra 2019 e 2020 persi
1.831 euro pro capite

nel 2021 si spenderà per miglior
comfort domestico:

- **32,9%** prodotti tecnologici,
- **31%** mobili ed elettrodomestici,
- **28,2%** ristrutturazione
abitazione



LA PROSSIMA ESTATE

1 italiano su **5** non farà vacanze
estive

quasi la **metà degli italiani**
non ha ancora fatto
programmi



COSA CHIEDONO GLI ITALIANI

ritorno al **lavoro** e
più **fiducia** per il **55,1%**

salute per il **44,9%**

¹¹ Confcommercio-Censis, «Outlook Italia 2021 – L'Italia convalescente» – 17 maggio 2021.

¹² L'indagine è stata realizzata su un campione composto da 1.000 famiglie, stratificato per area geografica e per ampiezza demografica del Comune di residenza, per età del capofamiglia intervistato e per livello socio-economico familiare. Le interviste hanno avuto luogo nella seconda metà del mese di aprile 2021, in concomitanza con le parziali riaperture del 26 aprile (la precedente indagine era stata realizzata tra il 15-30 aprile 2020, a più di un mese dal lockdown e a pochi giorni dalla sua proroga fino al 4 maggio).

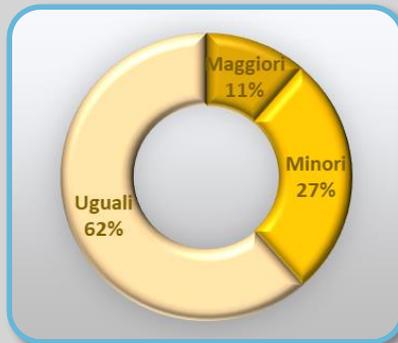


La congiuntura economica

che prevede una detrazione fiscale del 50% per l'acquisto di mobili nuovi e grandi elettrodomestici destinati ad arredare un immobile oggetto di lavori di ristrutturazione.

- La novità riguarda l'importo massimo detraibile: il limite di spesa è passato da 10.000 a 16.000 euro.

AUTO-VALUTAZIONE SULLE RISORSE ECONOMICHE DELLA FAMIGLIA
(% risposte «Ora, rispetto ad aprile 2020, le risorse economiche della sua famiglia sono ...»)



Fonte: Confcommercio-Censis

(% garantiti o non colpiti dalle conseguenze economiche della pandemia)



Fonte: Confcommercio-Censis

INTENZIONI DI ACQUISTO PER IL 2021
(% famiglie che intende effettuare acquisti quest'anno)



- Il 18% delle famiglie ha **modificato le proprie abitudini alimentari** cercando prodotti di maggiore qualità.
- Per l'**estate 2021** il **20%** degli italiani ha già deciso che **non andrà in vacanza**, più per mancanza di risorse economiche che per la paura dei contagi, e quasi la **metà delle famiglie** (47,4%) non ha fatto programmi a causa del perdurare dell'incertezza economica. Per rilanciare il settore turistico, uno dei settori più colpiti dall'emergenza Covid-19, il Ministero del Turismo ha presentato un emendamento al dl Sostegni che contiene alcune modifiche e cambia le modalità di fruizione del Bonus Vacanze. L'agevolazione è stata prorogata fino a giugno 2022 ed è possibile usufruirne più di una volta o cederla.



La congiuntura economica

I consumi delle famiglie italiane

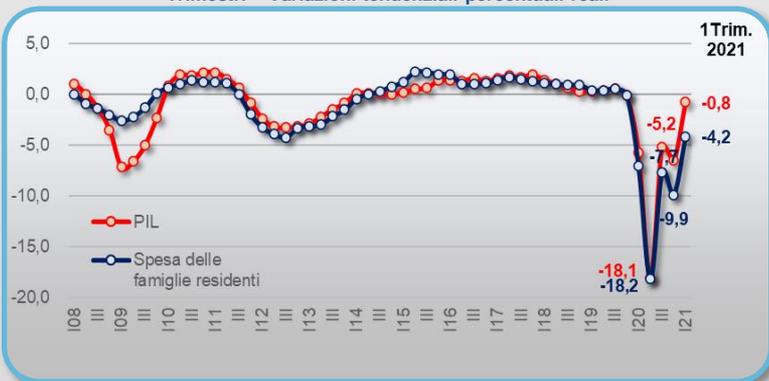
Negativo è il contributo alla – pur modesta – crescita congiunturale del PIL da parte dei **consumi delle famiglie residenti** che registrano, nel **primo trimestre** dell'anno in corso, un decremento trimestrale del **-1,2%** (-4,2% il calo tendenziale).

Consumi delle famiglie residenti	1° trimestre 2020	2° trimestre 2020	3° trimestre 2020	4° trimestre 2020	1° trimestre 2021	Anno 2019	Anno 2020
Var. % reale su scorso anno	-7,1%	-18,2%	-7,7%	-9,9%	-4,2	+0,3%	-10,7%

Fonte: Istat

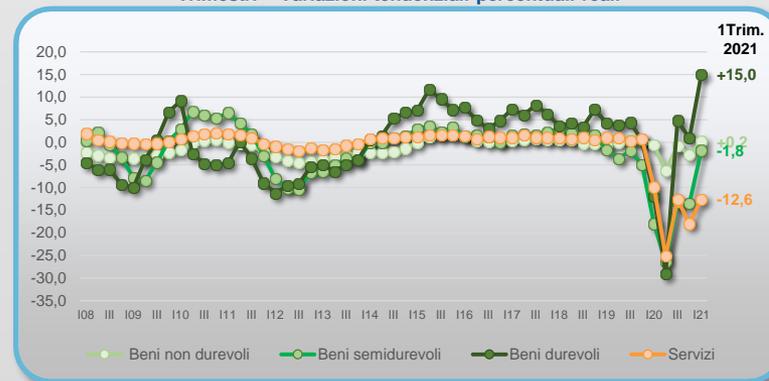
Ancor più negative le variazioni delle **spese delle famiglie sul territorio economico** (-1,8% quella congiunturale, -5,5% quella annua), «deprese» ancora una volta dalle misure di contenimento adottate nei primi tre mesi dell'anno e dalla persistente incertezza dei consumatori sulle proprie disponibilità future. In particolare, gli acquisti di beni durevoli sono diminuiti congiunturalmente del -0,9% (ma cresciuti del +15,0% in termini tendenziali), quelli dei beni semidurevoli del -3,6% (-1,8% la variazione annua) e quelli di servizi del -4,2%, (-12,6%); in controtendenza i beni non durevoli – i meno impattati dalla crisi sanitaria –, cresciuti del +1,9% (positivo anche il confronto con i primi tre mesi dello scorso anno, +0,2%).

PIL E CONSUMI DELLE FAMIGLIE¹³
Trimestri – Variazioni tendenziali percentuali reali



Fonte: Istat

CONSUMI DELLE FAMIGLIE PER TIPOLOGIA DI BENI¹⁴
Trimestri – Variazioni tendenziali percentuali reali



Fonte: Istat

¹³ I dati del grafico si riferiscono alle «Spesa per consumi finali delle famiglie residenti».

¹⁴ I dati del grafico si riferiscono alle «Spesa delle famiglie sul territorio economico»

La congiuntura economica

I diversi tassi di decremento (o incremento) sono l'ennesima dimostrazione della peculiarità di questa crisi rispetto alle altre recessioni, tale da comportare con una ridefinizione finora mai registrata della domanda. Se infatti, in una «normale» crisi le componenti della domanda caratterizzate da contrazioni più ampie sono di solito gli investimenti, soprattutto in macchinari, e i consumi di beni durevoli, nella crisi attuale le misure di restrizione si sono invece concentrate sulle attività che comportano condivisioni degli spazi da parte dei consumatori. Ne è conseguito un decremento molto marcato dei consumi di servizi (-16,4% nell'intero 2020) e una caduta selettiva dei beni, a seconda della tipologia: dopo il crollo del periodo del lockdown, i consumi di durevoli e non durevoli hanno registrato un andamento decisamente migliore rispetto alle recessioni precedenti mentre i semidurevoli hanno mostrato una caduta nettamente superiore. Il calo meno pesante del consumo di beni rispetto a quello di servizi è inoltre il riflesso non solo dei provvedimenti e dei timori di contagio, ma anche del parziale dirottamento di parte del potere d'acquisto delle famiglie normalmente assorbito dalla spesa in servizi e che i consumatori hanno utilizzato per acquisti di beni (solo parziale, perché come noto il tasso di risparmio è cresciuto in maniera considerevole).

La ripresa dell'attività economica in corso da maggio ha avviato una graduale ripresa della spesa privata: il venir meno dei limiti alla mobilità e le riaperture dei servizi, come detto le più penalizzate, dovrebbero portare ad un nuovo spostamento dei consumi verso quelle voci più sfavorite nei mesi precedenti. Si dovrebbe inoltre assistere ad un recupero piuttosto marcato dei flussi turistici internazionali, rimasti sinora su livelli marcatamente depressi; tale recupero sarà tuttavia graduale: difficile prevedere un ritorno a breve sui livelli precedenti alla crisi.

La domanda che si andrà delineando avrà quindi connotazioni diverse da quelle pre-Covid. Oltre al «recupero» di consumi sinora limitati dall'emergenza, REF¹⁶ evidenzia come sussistano altri elementi che potranno giocare un ruolo determinante nell'orientare il tono della domanda.

Il primo fattore individuato da REF è rappresentato dalle spinte al consumo che potranno derivare dall'orientamento delle politiche economiche. Nei mesi scorsi la tenuta dell'economia (globale e nazionale) è stata supportata dalle politiche di bilancio; man mano che la ripresa si andrà consolidando, si dovrebbe assistere ad una graduale attenuazione delle misure a sostegno dei bilanci delle famiglie, attenuazione fortemente suggerita – come riportato in precedenza – dalle istituzioni estere e finalizzata ad un graduale rientro del deficit pubblico.

Il secondo elemento è considerato è connesso ai riflessi occupazionali della ripresa. Proprio per le caratteristiche dei settori coinvolti, il recupero dei prossimi trimestri dovrebbe caratterizzarsi per una elevata intensità occupazionale; tuttavia, non si prevede un completo veloce riassorbimento dei lavoratori che hanno perso il posto durante l'ultimo anno; solo quando verranno meno le misure di sostegno al reddito e i vincoli ai licenziamenti si avrà contezza della

CONSUMI DELLE FAMIGLIE¹⁵
Variazioni tendenziali percentuali reali

	Totale consumi	Servizi	Beni	Beni durevoli	Beni non durevoli	Beni semi-durevoli
QI 2020	-7,9	-9,9	-5,8	-11,9	-0,6	-18,0
QII 2020	-19,8	-25,2	-14,0	-29,0	-6,2	-26,5
QIII 2020	-7,6	-12,6	-2,1	+4,8	-0,8	-13,3
QIV 2020	-11,4	-18,0	-4,0	+0,9	-2,7	-13,5
Anno 2020	-11,7	-16,4	-6,5	-8,7	-2,6	-17,8
QI 2021	-5,5	-12,6	+2,3	+15,0	+0,2	-1,8

Fonte: Istat

¹⁵ I dati della tabella si riferiscono alle «Spesa delle famiglie sul territorio economico».

¹⁶ REF Ricerche, «Congiuturaref. – I consumi si spostano verso i servizi. Il boom dell'industria mondiale durerà ancora pochi mesi» – 14 maggio 2021.

La congiuntura economica

PREVISIONI SUI CONSUMI DELLE FAMIGLIE
(Variazione percentuale annuale)



Fonte: Confindustria¹⁷, DEF 2021¹⁸, REF¹⁹, UE²⁰, OCSE²¹, Istat²²

parte, dalle inchieste congiunturali si scorge come i consumatori abbiano incrementato la percezione dei rischi «in prospettiva», legata soprattutto alle condizioni del mercato del lavoro.

Infine, l'impoverimento di una fascia della popolazione e una maggiore cautela nelle spese – avverte REF – potrebbe modificare la struttura dei consumi portando ad un downgrade delle caratteristiche dei prodotti; ciò potrebbe favorire in particolare formati distributivi più economici, come ad esempio i discount (il cui sviluppo si è già mostrato particolarmente interessante nel 2020) e i prodotti a basso prezzo. Questa tendenza si sovrapporrebbe al cambiamento di natura strutturale che ha caratterizzato le vendite on line.

Spostando l'attenzione ai più recenti scenari di sviluppo, i previsori sono abbastanza concordi nell'affermare che, una volta allentate le misure di contenimento, «la domanda di consumo dapprima repressa dovrebbe trovare finalmente adeguato sfogo» supportando così il rimbalzo dell'economia. L'insieme dei fattori innanzi riportati, tuttavia, frenerà probabilmente la ripresa delle spese private che quindi, nel 2021, cresceranno meno del PIL. Il tasso di risparmio delle famiglie dovrebbe quindi rimanere al di sopra della sua media di lungo periodo alla fine del periodo di previsione.

¹⁷ Centro Studi Confindustria, «Rapporti di previsione – Liberare il potenziale italiano. Riforme, imprese e lavoro per un rilancio sostenibile» – 10 aprile 2021.

¹⁸ MEF, «Documento di Economia e Finanza 2021 – Sezione I – Programma di Stabilità» – 15 aprile 2021.

¹⁹ REF Ricerche, «Congiutureref. – Superare una crisi profonda e diseguale» – 30 aprile 2021.

²⁰ Commissione Europea, «European Economic Forecast – Spring 2021» – 12 maggio 2021.

²¹ OCSE, «OECD Economic Outlook (Preliminary version) – May 2021» – 31 maggio 2021.

²² Istat, «Le prospettive per l'economia italiana nel 2021-2022» – 04 giugno 2021.

La congiuntura economica

FOCUS – «Eurispes-Rapporto Italia 2021»: la fotografia socio-economica del Paese dopo più di un anno di pandemia

Il «Rapporto Italia 2021»²³, realizzato dall'Istituto di Studi Politici, Economici e Sociali (Eurispes), fotografa l'immagine di un Paese «che si sente tradito da un sistema che non riesce più a garantire crescita, stabilità, sicurezza economica e prospettive per il futuro».

Strutturato su sei capitoli organizzati sull'analisi di altrettante dicotomie, il documento è corredato da indagini campionarie²⁴ che sondano sia temi tradizionalmente proposti dall'Eurispes sia altri di recente interesse, tra cui il cambiamento delle abitudini a causa della pandemia, la fiducia nelle Istituzioni, l'opinione su alcune delle misure proposte o introdotte dal Governo, la situazione economica delle famiglie e i consumi, ...

- Secondo le rilevazioni dell'Eurispes, otto italiani su dieci (79,5%) avvertono un **peggioramento** (netto, 54,4%, o in parte, 25,1%) **dell'economia nazionale** negli ultimi dodici mesi. L'11,6% ritiene che la situazione sia rimasta stabile mentre solo il 3,8% indica un leggero (2,9%) o un netto (0,9%) miglioramento. A sottolineare l'eccezionalità della crisi generata dalla pandemia è il confronto con le risposte registrate nei 5 anni precedenti, quando è sempre prevalsa l'idea di una sostanziale stabilità nell'andamento della situazione economica del Paese e le opinioni sul peggioramento coinvolgevano meno della metà degli intervistati.
- Rispetto al **futuro dell'economia del nostro Paese** prevale un **sentimento di pessimismo** con il 53,4% di chi si dice convinto che nei prossimi dodici mesi la situazione è destinata a peggiorare. Nonostante i giudizi negativi espressi sull'andamento dell'economia del Paese, quasi la metà degli intervistati riferisce che la propria situazione economica negli ultimi dodici mesi è rimasta invariata.
- Secondo il 51,2%, dei cittadini sarà possibile **superare la crisi economica solamente con un ruolo più forte dello Stato**. Solamente il 26,7% degli intervistati fa affidamento sull'**iniziativa dei privati**. In molti comunque, ben il 22,1%, non hanno saputo dare una risposta al quesito posto. Un ruolo più incisivo dello Stato nell'economia è invocato a gran voce in particolare dagli elettori di sinistra, con il 62,7% delle indicazioni, e di centro-sinistra, 58,7%.
- Interrogati sulla propria **situazione personale e familiare**, gli italiani affermano nel 42,4% dei casi che la propria situazione negli ultimi dodici mesi è rimasta invariata. In molti hanno visto mutare in peggio la propria condizione, con il 41,1% di chi indica un lieve (26,4%) o un netto (14,7%) peggioramento.
- Rispetto al passato sono diminuite le famiglie che devono **utilizzare i risparmi per arrivare a fine mese** (37,1%, il massimo si è raggiunto proprio lo scorso anno con il 47,7%) e aumentate quelle che dichiarano di arrivare senza grandi difficoltà a fine mese (44,3%, superato solo nel 2017 con il 51,7%) e di riuscire a risparmiare (27,6%): tutti segnali positivi se non ci fosse la tendenza opposta per quanto riguarda l'incremento di quelle che hanno difficoltà a pagare la rata del mutuo (38,2%) e l'affitto (47,7%, superato solo dalle risposte affermative del 2019 che erano il 50% per entrambe le situa-



²³ Eurispes, «33° Rapporto Italia 2021» – 13 maggio 2021.

²⁴ L'indagine campionaria è stata realizzata su un campione probabilistico stratificato in base alla distribuzione della popolazione per sesso, classe d'età ed area geografica risultante dai dati dell'ultimo censimento Istat. I questionari compilati e analizzati sono stati complessivamente 2.063; sono stati somministrati tra novembre 2020 e gennaio 2021.



La congiuntura economica

...

zioni). Aumentano di poco le percentuali di quanti faticano a pagare le spese mediche (24,1%, +1,8 p.p.) e le utenze domestiche (27%, +1,1 p.p.). Questi risultati fanno supporre che, sebbene la crisi abbia messo in difficoltà le famiglie nell'affrontare le spese fisse più consistenti (mutui, affitti e bollette), la chiusura di tutte le attività accessorie a causa dei decreti anti-Covid e la conseguente riduzione dei consumi (palestre, pranzi o cene fuori, attività extra-scolastiche, ecc.) abbiano avuto l'effetto di contenere le spese mensili.

- La **difficoltà economica ha messo in moto diverse reazioni**. Circa un decimo del campione ha messo in atto i seguenti comportamenti: chiedere soldi in prestito a privati (non amici/parenti) non potendo accedere a prestiti bancari (9,4%); tornare a vivere nella casa della famiglia d'origine o dai suoceri (10%); vendere/perdere dei beni (11,4%); ritardare il saldo del conto presso commercianti/artigiani (11,8%). Sono di più invece gli intervistati che hanno pagato le bollette con forte ritardo (22,4%) e che sono stati in arretrato con le rate del condominio (18%).
- Sul fronte dei **servizi alla persona**, fra chi ha figli in età scolare c'è chi ha rinunciato all'istruzione privata (il 41,1%). Nelle situazioni familiari in cui c'era la necessità di una badante, ne ha fatto a meno un italiano su tre (33,4%) mentre in poco più di un caso su cinque sono state rimandate le visite mediche specialistiche (22,4%). Per quanto riguarda i **consumi**, gli italiani hanno rinunciato più spesso all'acquisto di una nuova automobile (37,3%), ma anche alle spese sulla casa (sostituzione di arredi/elettrodomestici per il 34,5% e riparazioni/ristrutturazioni per il 34,2%). Meno frequente il caso in cui è stata rimandata la riparazione del proprio auto/motoveicolo (23,9%).
- Negli ultimi dieci anni, dal 2011 al 2021, il **grado di fiducia nei confronti del sistema delle Istituzioni italiane** è migliorato solo negli ultimi quattro anni, con un apice nel 2019 quando ben un cittadino su cinque mostrava un atteggiamento positivo e un aumento della propria fiducia (20,8%). Concentrandosi invece nel confronto con lo scorso anno, nel 2021 il dato è discendente, dal 14,6% del 2020 al 13,5% di quest'anno. Il numero di quanti riferiscono di aver visto diminuire, nell'ultimo anno, la propria fiducia nei confronti delle Istituzioni del nostro Paese passa dal 24,9% del 2020 al 32,5% del 2021 (-7,6 p.p.). Di senso opposto la fiducia nel **Presidente Mattarella** che raggiunge il miglior risultato da inizio mandato: per il Presidente della Repubblica il consenso si fa più forte (+2,8 p.p.).
- Il rapporto offre una fotografia recente del **rapporto tra gli italiani e l'Unione Europea**. Il grado di sfiducia espressa dagli italiani nei confronti dell'Europa è al 50,7%: sebbene un italiano su tre (33,5%) ritenga l'Europa fondamentale per uscire dalle crisi, la metà dei cittadini (51%) è convinta che l'Italia sia uno Stato marginale all'interno dell'UE e che subisca le decisioni altrui. Non manca chi ritiene che nella pandemia l'Unione Europea abbia dimostrato la sua inutilità: la pensa in tal modo un italiano su quattro (26%). Per più di un terzo degli italiani (33,9%) i fondi del Recovery Fund arriveranno sicuramente, ma gli scettici raggiungono una quota pari a circa il 30%.
- Un ultimo focus sullo **smart-work**, che ha coinvolto il 49% dei lavoratori italiani, per lo più nel sud del Paese (31,8%). Le categorie maggiormente interessate nella nuova modalità di prestazione lavorativa, riporta Eurispes, sono quelle di dirigenti e impiegati, attivi per lo più all'interno degli stessi orari d'ufficio precedentemente conosciuti. Ma sebbene il lavoro agile abbia riscontrato dapprima perplessità nel mondo occupazionale, ad oggi ben il 53% dei lavoratori vorrebbe continuare a operare da remoto.



La congiuntura economica

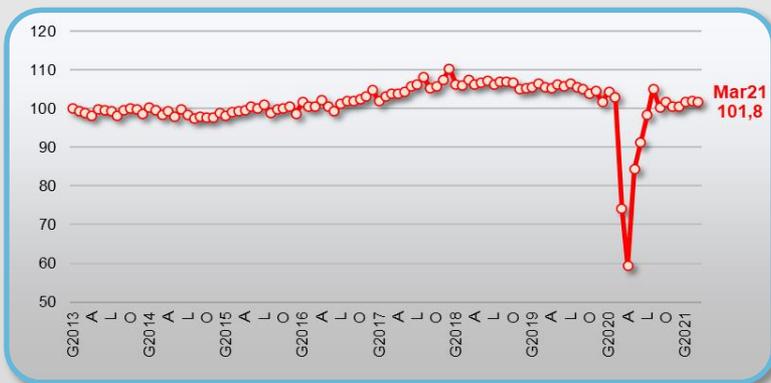
La produzione industriale

Il processo di recupero congiunturale della **produzione industriale** mostra una fase di parziale stasi, in parte connessa alle nuove misure di contenimento: dopo la consistente crescita di gennaio, nei due mesi successivi l'indice destagionalizzato ha registrato una sostanziale stazionarietà (+0,1% la variazione mensile di febbraio, **-0,1%** quella di **marzo**). Il livello dell'indicatore permane così inferiore di **2,5 p.p.** rispetto a quello di inizio 2020, pre-pandemia.

La «stabilità» generale di marzo deriva da un aumento congiunturale marcato per l'energia (+1,8%), più contenuto per i beni intermedi (+0,5%) e ancora più ridotto per i beni strumentali (+0,2%); viceversa, l'indice diminuisce nel comparto dei beni di consumo (-1,5%).

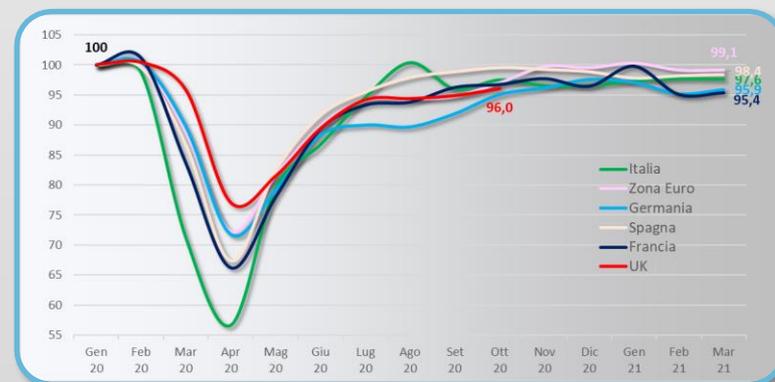
Poco significativi i dati tendenziali: il «fortissimo» incremento – come lo stesso Istat lo definisce – è un «effetto ottico» ampiamente previsto derivante dal confronto con i livelli molto bassi di marzo 2020, mese in cui furono adottate le prime misure restrittive dovute alla pandemia. Corretto per gli effetti di calendario, a **marzo 2021** l'indice complessivo aumenta in termini tendenziali del **+37,7%** (i giorni lavorativi di calendario sono stati 23 contro i 22 di marzo 2020). Incrementi tendenziali molto elevati caratterizzano tutti i comparti: +58,1% per i beni strumentali, +40,8% per i beni intermedi e +28,1% per i beni di consumo; più contenuta è la crescita per l'energia (+6,9%).

INDICE DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE
Valori destagionalizzati – 2015=100



Fonte: Istat

INDICE DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE
Valori destagionalizzati – Numero indice gennaio 2020=100



Fonte: Eurostat

La congiuntura economica

PRODUZIONE INDUSTRIALE

Variazioni congiunturali e tendenziali percentuali, per raggruppamento di industrie

	Variazioni congiunturali (%) <i>(Dati destagionalizzati)</i>		Variazioni tendenziali (%) <i>(Dati corretti per gli effetti di calendario)</i>	
	Mar21 vs feb21	Mar21 vs mar20	YTDmar21 vs YTDmar20	
Beni di consumo <i>durevoli</i>	-1,5	+28,1	+4,6	
<i>non durevoli</i>	-1,8	+109,0	+29,1	
Beni strumentali	+0,2	+58,1	+12,8	
Beni intermedi	+0,5	+40,8	+13,5	
Energia	+1,8	+6,9	-0,4	
Totale	-0,1	+37,7	+9,7	

Fonte: Istat

PRODUZIONE INDUSTRIALE

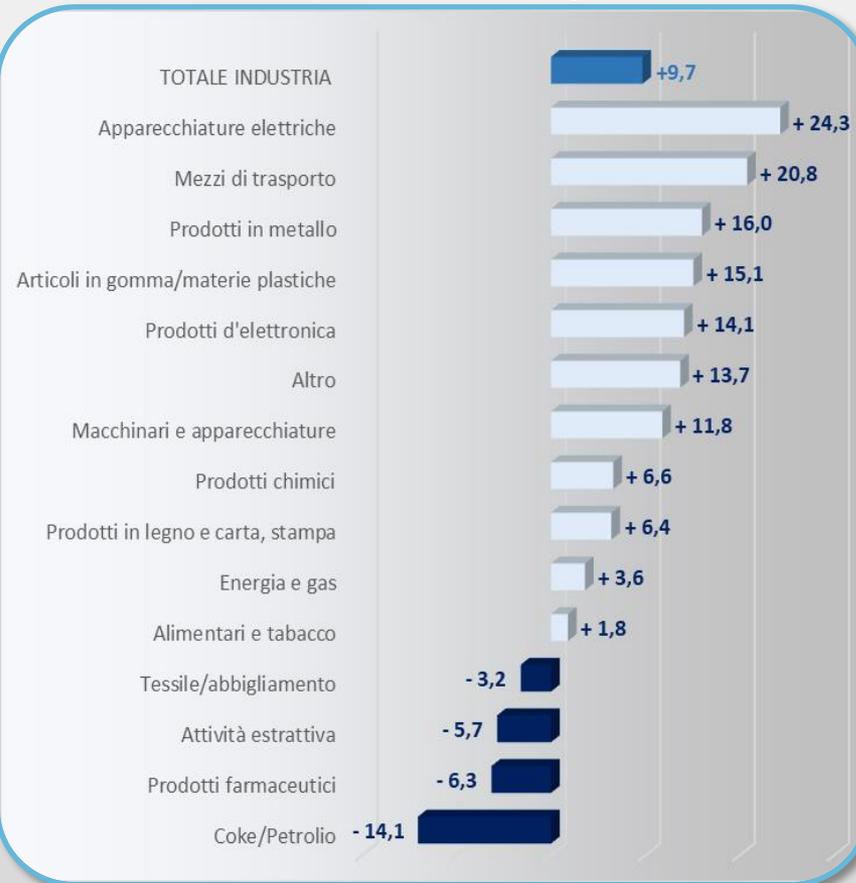
Variazione tendenziale percentuale su dati corretti per gli effetti di calendario



Fonte: Istat

PRODUZIONE INDUSTRIALE

Variazioni tendenziali, per settore economico – Progressivo marzo 2021



Fonte: Istat

La congiuntura economica

FOCUS – La ripresa dei livelli di attività manifatturieri

Il 99° numero del «Rapporto Analisi dei Settori Industriali», realizzato dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo e Prometeia²⁵, si focalizza sulla ripresa dei livelli di attività manifatturieri nel 2021, dal punto di minimo toccato lo scorso anno, e delinea gli scenari di trasformazione dell'industria al 2025, ponendo l'accento sulla transizione digitale.

- Stante al rapporto, il **comparto manifatturiero italiano** archivia il **2020 con un calo inferiore alle attese** (-9,3% la flessione del fatturato a prezzi costanti; dopo la grande crisi finanziaria nel 2009 la contrazione fu pari al -16%), grazie a forti spinte di recupero nel secondo semestre, sul fronte interno ed internazionale, dove l'export italiano ha mostrato migliore capacità di tenuta rispetto a Germania e Francia. La recrudescenza dell'ondata pandemica nei mesi autunnali ha sottoposto il manifatturiero a nuove pressioni senza però intaccare il sentiero di recupero.
- Il **2021** si è aperto con **prospettive di rafforzamento** dei livelli di attività. La reattività nell'agganciare la ripresa è in parte frutto di un intenso **processo di rafforzamento competitivo dell'industria italiana** avviatosi nell'ultimo decennio e che probabilmente si intensificherà nei prossimi anni, grazie a una poderosa iniezione di **fondi europei a supporto di digitalizzazione, automazione, innovazione, transizione green e nuove infrastrutture**.
- Gli indicatori anticipatori sono concordi nel tracciare un **sentiero di risalita degli ordini**, più intensa nella seconda parte dell'anno: a partire dal terzo trimestre potranno dispiegarsi con maggior forza gli effetti della campagna vaccinale, favorendo la normalizzazione dell'attività interna e mondiale. Quest'ultima sconta ancora spinte di ripresa asimmetriche, con Asia e Stati Uniti che guidano il recupero e paesi europei in ritardo sul ciclo economico e con una intensità della ripresa meno vigorosa.
- La **spinta inflattiva**, che riflette i recenti rincari sul fronte delle quotazioni delle materie prime industriali, comporterà, a fine anno, un completo assorbimento del gap accumulato sui livelli di fatturato pre-Covid, a prezzi correnti, e il sorpasso della soglia di 1000 miliardi di euro nel 2022 (oltre 70 miliardi in più del 2019), cui contribuiranno anche l'accelerazione della ripresa interna e un ritrovato dinamismo degli scambi mondiali.
- A prezzi costanti, invece, il **recupero 2021 sarà ancora parziale** (-1,7%), fatta eccezione per alcuni settori meno intaccati dalla crisi (Farmaceutica, Alimentare e bevande) o in recupero più intenso della media (Prodotti e materiali da costruzione, Elettrodomestici).
- Secondo gli analisti di Intesa Sanpaolo, il **ciclo degli investimenti** avrà un ruolo cruciale nell'accelerare la ripresa dell'industria italiana, grazie al supporto dei fondi del **Next Generation EU** e al loro impiego attraverso le linee guida dettate dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, esercitando un effetto traino sul fatturato manifatturiero lungo l'intero orizzonte al 2025 (+2,6% in media d'anno nel 2023-25, a prezzi costanti).



²⁵ Intesa Sanpaolo-Prometeia, «Rapporto Analisi dei Settori Industriali» – 11 maggio 2021.

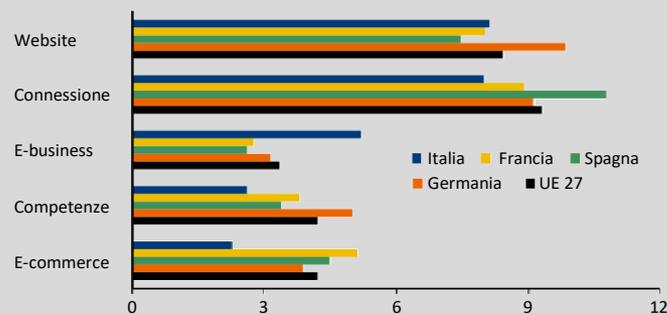


La congiuntura economica

...

- Gli **investimenti pubblici**, in particolare nelle costruzioni, dove l'Italia ha accumulato il gap più ampio nei confronti dei concorrenti europei, potranno tornare protagonisti accanto agli **investimenti privati**, dove il divario accumulato è minore, grazie all'azione mirata del sistema incentivante introdotto nel 2016 (Piano Industria 4.0, più volte rimodulato), sostenendo la transizione del manifatturiero italiano verso gli obiettivi sfidanti di una maggiore innovazione, della trasformazione digitale e della transizione ambientale.
- Dalle survey europee, che fotografano l'evoluzione più recente delle imprese sul fronte degli **investimenti digitali**, emerge l'immagine di un **manifatturiero italiano pre-Covid ben posizionato nella digitalizzazione dei processi produttivi** (es. cloud, simulazione, robotica, IoT, intelligenza artificiale), in tutti i settori, in particolare nell'Elettronica, nella Meccanica/Elettrotecnica e nella filiera dei metalli, ma anche nelle specializzazioni più tradizionali del *Made in Italy*, come l'Alimentare e bevande.
- Resta un **gap da colmare nella digitalizzazione dei servizi di vendita** (e-commerce, utilizzo di website strutturati), negli **aspetti infrastrutturali** (fibra ottica, 5G) e nelle **competenze ICT interne alle aziende**, che in parte potrebbe essere stato assorbito durante la crisi, per far fronte a un mercato sempre meno fisico e più on-line.

LA DIGITALIZZAZIONE DEL MANIFATTURIERO, PAESI EUROPEI A CONFRONTO
(Dettaglio componenti)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo-Prometeia su dati Eurostat, survey ICT nelle imprese 2020

- Anche in questo frangente, nuovi impulsi potranno giungere dal **PNRR**, nel rimuovere alcuni ostacoli all'investimento incontrati in passato, soprattutto dalle piccole e medie imprese, ad oggi più in ritardo nell'abbracciare le soluzioni digitali di frontiera.
- Secondo gli analisti, i **settori che potranno avvantaggiarsi di tassi di crescita più dinamici** nel quinquennio 2021-25 sono l'Elettronica (+6,6% in media d'anno, in termini di fatturato a prezzi costanti), la Meccanica (+6%), gli Autoveicoli e moto (+6%) e l'Elettrotecnica (+5,8%) ovvero le specializzazioni produttive più direttamente interessate dalla prevista accelerazione del ciclo degli investimenti, con effetti a cascata sui settori posizionati a monte della catena del valore (Prodotti in metallo +5%, Metallurgia +3,9%), che beneficeranno, al contempo, del traino del ciclo edilizio.
- Il sostegno delle costruzioni sarà visibile anche sui Prodotti e materiali da costruzione (+4,2% in media d'anno nel 2021-25) e sui Mobili (+4%), sommandosi, nel caso di questi ultimi, a un contributo determinante del

La congiuntura economica

...

canale estero e dei consumi interni legati al comfort domestico, che potranno divenire un trend strutturale anche post pandemia, agevolati dagli incentivi legati alle ristrutturazioni edilizie. Gli Elettrodomestici, invece, in recupero nel periodo di crisi, torneranno a registrare tassi di crescita più moderati lungo l'orizzonte di previsione (+1,9%).

- Sopra la media l'evoluzione stimata per il Sistema moda (+5,1%), che vede la crescita del 2021-22 accelerata dal rimbalzo statistico dai minimi toccati nel 2020, a fronte di condizioni di domanda ancora fragili, soprattutto sul mercato interno, che favoriranno un aumento dell'import penetration.
- Un buon dinamismo caratterizzerà anche il Largo consumo (+3,1% in media d'anno nel 2021-25), che potrà beneficiare di una ripresa della cosmesi (anche sui mercati esteri), penalizzata dal crollo imposto dalla pandemia (in particolare nella cosmetica professionale), oltre che da una domanda di prodotti per la detergenza che resterà trainante anche col superamento dell'emergenza sanitaria.
- Gli Altri intermedi (+2,9%) e gli Intermedi chimici (+2,6%), invece, potranno gradualmente tornare a crescere in linea con le medie di lungo periodo, da qui al 2025, esaurito il sostegno del processo di ricostituzione delle scorte nei settori a valle della filiera.
- Nella parte bassa della graduatoria 2021-25 si posizionano, infine, i settori meno colpiti dalla crisi 2020, quali Farmaceutica e Alimentare e bevande che, pur accelerando, mostreranno ritmi di crescita attorno al 2% in media d'anno.
- Sul **fronte finanziario**, la ripresa dell'attività industriale, i provvedimenti a sostegno della liquidità e la maggiore solidità patrimoniale raggiunta negli ultimi anni, dovrebbero aver **calmierato l'impatto della crisi sui bilanci aziendali 2020**, contenendo le situazioni di squilibrio economico-finanziario rispetto a quanto avvenuto nel periodo 2009-13.
- Secondo i risultati delle analisi realizzate da Intesa Sanpaolo-Prometeia, si ipotizza per il 2020 un **moderato calo stimato per i margini 2020** (-0,7%, verso un Mol dell'8,3%) e una **perdita di redditività più che proporzionale alla discesa dei margini** (con un Roi al 5,1%, circa due punti sotto il livello 2019), derivante anche da una **minore efficienza nello sfruttamento del capitale investito**. Tali decrementi saranno gradualmente riassorbiti nell'orizzonte al 2025, consentendo alle imprese di disporre delle risorse finanziarie necessarie a sostenere gli intensi piani di investimento previsti.
- Contestualmente, si assisterà a una **situazione di progressivo ritorno delle imprese all'equilibrio finanziario**, dopo l'aumento del grado di indebitamento legato alla fase più critica dell'emergenza Covid, che unito al recupero di migliori condizioni di autofinanziamento, costituirà un importante stimolo alla realizzazione dei piani di investimento.



La congiuntura economica

INDICE DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE
Variazioni tendenziali su valori corretti per gli effetti di calendario

Indice produzione industriale (corretto effetti calendario)	1° trimestre 2020	2° trimestre 2020	3° trimestre 2020	4° trimestre 2020	1° trimestre 2021	Anno 2019	Anno 2020
Var. % reale su scorso anno	-11,5%	-25,5%	-5,2%	-2,5%	+9,7%	-1,1%	-11,4%

Fonte: Istat

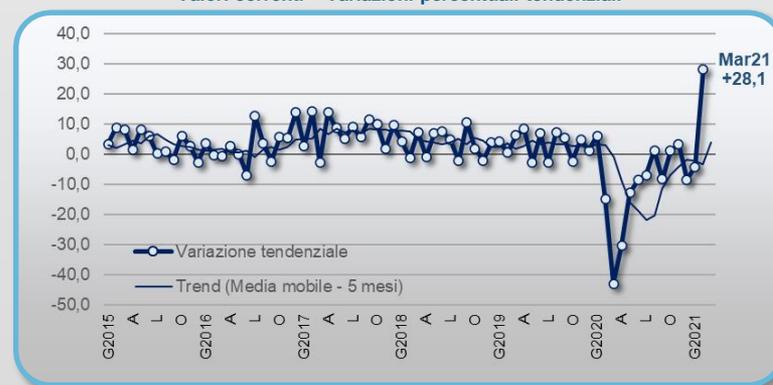
Il commercio estero

I segnali di ripresa di cui si è parlato nel capitolo iniziale risultano particolarmente evidenti dall'analisi delle statistiche di **marzo** sul **commercio estero**: lo scatto del *Made in Italy* risulta ben superiore al mero rimbalzo statistico, atteso tenendo conto del confronto con un periodo affossato dalla pandemia. Le **esportazioni** risultano infatti in forte recupero annuo **(+28,1%**, ben superiore al calo registrato un anno prima, pari al -14,8%) ma anche in crescita congiunturale **(+3,2%)**.

Il recupero è corale, con punte massime in Cina (primo paese a subire gli effetti del lockdown) ma robuste anche in Europa, a partire dai primi mercati di sbocco del *Made in Italy*, Germania e Francia, in entrambi i casi in crescita tendenziale di oltre il 30%. Da segnalare, per ciò che concerne i comparti, il robusto incremento per gli articoli di abbigliamento (+57,4%). Solo le vendite di «Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici» sono in calo (-9,3%).

Particolarmente brillanti anche gli incrementi tendenziale e congiunturale delle **importazioni**, rispettivamente pari a **+35,1%** e **+6,0%**. La stima del **saldo commerciale** a **marzo 2021** è pari a **+5.190 milioni di euro** (era +5.701 a marzo 2020).

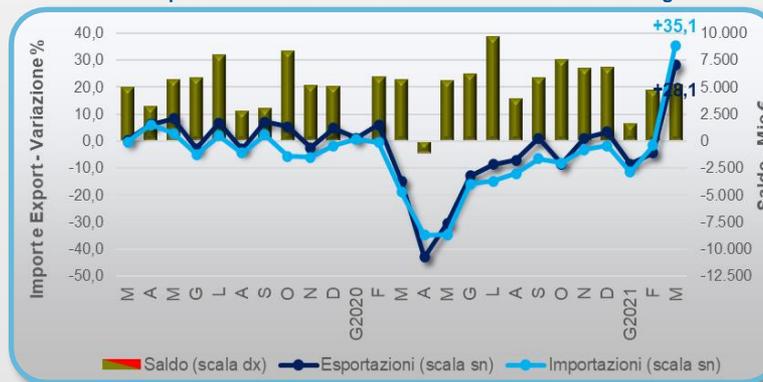
ESPORTAZIONI
Valori correnti – Variazioni percentuali tendenziali



Fonte: Istat

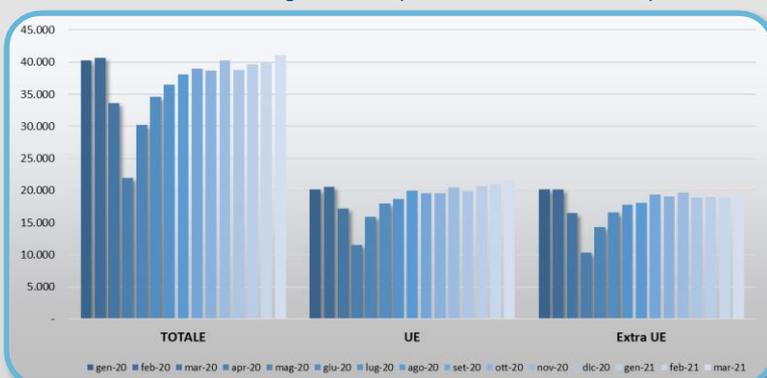
La congiuntura economica

FLUSSI COMMERCIALI CON L'ESTERO
 Variazioni percentuali tendenziali e valori in milioni di euro – Dati grezzi



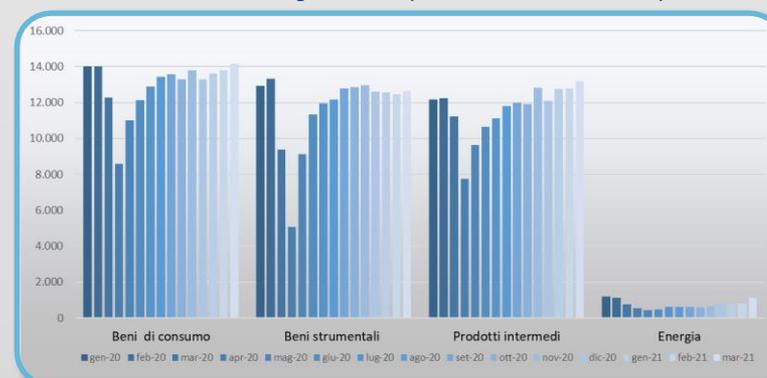
Fonte: Istat

ESPORTAZIONI PER PAESE DI DESTINAZIONE
 Dati mensili destagionalizzati (valori FOB – milioni di euro)



Fonte: Istat

ESPORTAZIONI PER TIPOLOGIA DI BENI
 Dati mensili destagionalizzati (valori FOB – milioni di euro)



Fonte: Istat

La congiuntura economica

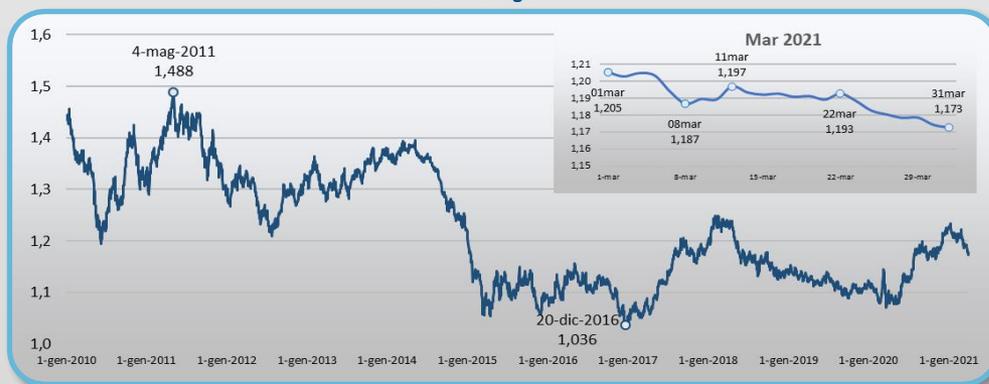
	ESPORTAZIONI			IMPORTAZIONI		
	Variazioni congiunturali (%) (Dati destagionalizzati)		Variazioni tendenziali (%) (Dati grezzi)	Variazioni congiunturali (%) (Dati destagionalizzati)		Variazioni tendenziali (%) (Dati grezzi)
	Mar21 vs feb21	Mar21 vs mar20	YTDmar21 vs YTDmar20	Mar21 vs feb21	Mar21 vs mar20	YTDmar21 vs YTDmar20
Paesi UE27	+3,7	+32,6	+8,1	+5,4	+35,2	+8,8
Paesi extra UE27	+2,6	+23,2	+0,7	+6,8	+35,1	+1,9
Beni di consumo	+2,5	+21,8	+2,7	+5,7	+22,5	+0,5
durevoli	+0,5	+61,0	+19,3	+2,4	+85,3	+22,5
non durevoli	+2,9	+15,6	-0,3	+6,2	+16,5	-2,2
Beni strumentali	+1,4	+41,0	+6,0	+1,4	+44,6	+9,9
Beni intermedi	+3,3	+22,7	+6,7	+5,2	+37,8	+12,3
Energia	+42,2	+48,3	-10,9	+23,6	+41,9	-9,0
Totale	+3,2	+28,1	+4,6	+6,0	+35,1	+5,8

Fonte: Istat

Come già anticipato nella precedente release, il **tasso di cambio euro/dollaro** risulta influenzato dall'anticipata ripresa dell'economia statunitense rispetto a quella europea: sulla scia del rafforzamento del recupero americano nei primi mesi dell'anno – sospinto dal pacchetto di stimoli da 1,8 trilioni di dollari varato da Biden – il dollaro ha continuato il lento ma costante processo di apprezzamento già rilevato a febbraio. Il massimo relativo è stato così registrato il primo del mese (1,205) mentre il minimo l'ultimo (a 1,173).

Il **tasso medio di cambio euro/dollaro a marzo** è risultato pari a **1,190**, in lieve diminuzione rispetto a febbraio (quando era pari a **1,210**).

TASSO DI CAMBIO EURO/DOLLARO
Valori medi giornalieri



Fonte: Banca d'Italia

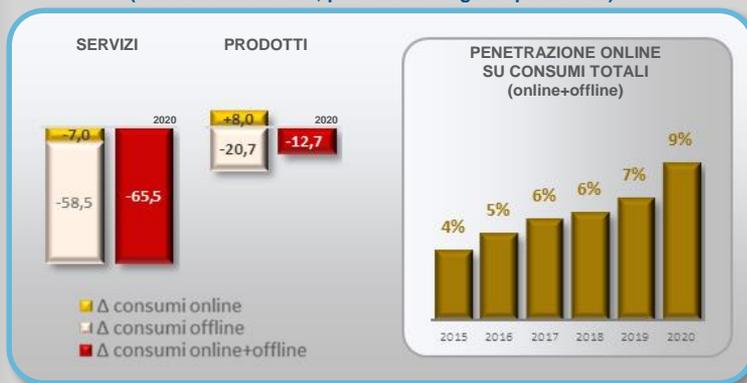
La congiuntura economica

FOCUS – L'eCommerce in Italia²⁶

I dati aggiornati dell'Osservatorio del Politecnico di Milano sul **mercato eCommerce B2c** in Italia riportano per il 2020 una **crescita degli acquisti online** degli italiani del **+3,4%** e tale da portarli a quota **32,4 miliardi di euro**. Una dinamica caratterizzata fortemente dagli effetti della pandemia che hanno generato un andamento opposto tra i comparti di **prodotto** – cresciuti del +45%, pari a **25,9 miliardi di euro** – e quelli di **servizio**, calati al contrario del -52%, per un valore degli acquisti online ridotto a **6,5 miliardi di euro**.

Rispetto alle prime stime negative, l'eCommerce B2c italiano ha chiuso così il 2020 con un saldo positivo: il brusco calo registrato dai servizi, in primis dal comparto turismo e trasporti, è stato infatti più che compensato dalla straordinaria crescita dei prodotti, spinti dal nuovo lockdown introdotto negli ultimi due mesi dell'anno. «*La pandemia ha avuto un duplice impatto*» afferma Riccardo Mangiaracina, responsabile scientifico dell'Osservatorio. «*Da un lato, contrariamente a quanto si possa pensare, ha frenato la crescita del mercato eCommerce B2c in Italia, che certamente sarebbe stata più elevata senza l'emergenza*

IL RUOLO DELL'ONLINE NEI CONSUMI DEGLI ITALIANI (Valori in mld di euro, percentuale sugli acquisti retail)



Fonte: Osservatorio eCommerce B2c

GLI ACQUISTI ECOMMERCE B2C IN ITALIA (Valori in mld di euro)



Fonte: Osservatorio eCommerce B2c

sanitaria, con l'eccezione di alcuni settori merceologici come il food&grocery in cui ha provocato un'accelerazione del mercato online. Dall'altro ha anche **modificato gli equilibri tra online e offline** forzando l'offerta a soddisfare le mutate esigenze di consumo e ad accelerare il suo processo di digitalizzazione e spingendo i consumatori a un utilizzo più frequente dei canali online. Questi cambiamenti sono segno di una **generale maturazione** che permetterà all'eCommerce B2c italiano di **continuare a crescere anche nel 2021**. In particolare, ci aspettiamo un ulteriore aumento degli acquisti online trainato da un consolidamento nei comparti di prodotto e da una leggera ma significativa ripresa dei servizi».

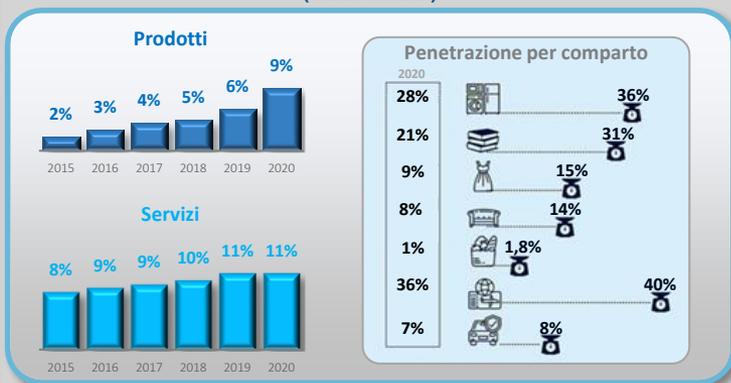


La congiuntura economica

L'incremento degli acquisti online di prodotto, in valore assoluto, è stato di **8 miliardi di euro** rispetto al **2019**, trainati dall'informatica ed elettronica di consumo (+1,9 miliardi di euro), dal food&grocery (+1,3 miliardi di euro) e arredamento e home living (+1,1 miliardi di euro). Nei servizi è il comparto turismo e trasporti a generare il drastico calo degli acquisti eCommerce B2c con una riduzione rispetto al 2019 di circa **7 miliardi di euro**.

La **penetrazione dell'online sul totale acquisti retail**, complice il crollo dei consumi offline a causa delle restrizioni al commercio fisico dovute alla pandemia, registra un significativo balzo in avanti e passa dal **7% del 2019 al 9% del 2020**.

PENETRAZIONE DELL'ONLINE SUI CONSUMI TOTALI
(online+offline)



Fonte: Osservatorio eCommerce B2c

Seconda una ricerca di **Netcomm** condotta da **The European House-Ambrosetti**, già nel 2019, prima dell'avvento della pandemia, l'eCommerce era stato uno **dei settori che maggiormente aveva incrementato il proprio peso relativo sul fatturato complessivo**, incidendo profondamente sulla crescita sia del fatturato del totale delle attività economiche (+19,2%), sia sulla crescita dell'occupazione delle imprese italiane (6,7% sul totale). **Nel 2020 gli operatori che si sono affidati in parte o del tutto alla rete di vendita digitale hanno visto crescere in maniera importante i ricavi delle vendite e delle attività legate all'eCommerce**: durante il lockdown, infatti il 50% dei Merchant e Brand Owner ha aumentato il proprio fatturato di vendita online di oltre il 100%, mentre per il 50% dei Business partner questa crescita si è attestata tra +21% e +75%.

Da una ricerca realizzata in collaborazione con **MagNews** sulla trasformazione dei percorsi di acquisto dei consumatori tra il 2020 e il 2021 nei settori Fashion, Food e Personal Care sono state individuate **cinque nuove tipologie di consumatore (Consumatore Contemporaneo** – acquista sia online che offline

senza preferenze –, **Fast Shopper** – acquista anche online con importi medio bassi –, **Offline Buyer** – preferisce acquistare in store –, **Omnichannel Shopper** e **Digital First**). Il principale trend rilevato è un consistente trasferimento del comportamento d'acquisto da un approccio prevalentemente fisico o omnicanale (acquisti sia online che offline) a favore di uno **Digital First** (acquisti principalmente online). Secondo la ricerca, rispetto al 2020 nella categoria dei "Consumatori digitali" si è registrata una crescita rilevante degli acquisti online in tutti e tre gli ambiti considerati: da 2% a 12,9% negli acquisti di ambito Fashion, da 2% a 9,9% negli acquisti di ambito Food, da 2% a 12,8% negli acquisti di ambito Personal Care. Dalla ricerca emerge inoltre che i **digital wallet** e le **recensioni online** sono i **touchpoint** più rilevanti nell'abilitazione degli acquisti via web. Il momento del pagamento non conclude solo l'esperienza d'acquisto ma è anche un fattore strategico di marketing per le aziende della filiera. Le review online d'altro canto sono oramai uno strumento fondamentale per i consumatori che dovrà essere posto al centro delle riflessioni delle insegne e dei brand, non solo per gestirle con attenzione, ma anche per intercettare i bisogni e le necessità di acquirenti più consapevoli e alla ricerca di esperienze d'acquisto sempre più personalizzate.



La congiuntura economica

Esportazioni (Valori correnti)	1° trimestre 2020	2° trimestre 2020	3° trimestre 2020	4° trimestre 2020	1° trimestre 2021	Anno 2019	Anno 2020
Var. % su scorso anno	-3,0%	-28,5%	-4,9%	-1,8%	+4,6%	+3,2%	-9,7%

Fonte: Istat

Occupazione e disoccupazione²⁷

Avanza ad **aprile** il processo di lento ritorno del **mercato del lavoro** verso una situazione di normalità: prosegue infatti la crescita dell'occupazione già registrata nei due mesi precedenti, con un incremento di **123 mila occupati** rispetto a gennaio 2021. Allargando lo sguardo, la situazione rimane tuttavia complessa: rispetto a febbraio 2020, gli **occupati** segnano un decremento di oltre **800 mila unità** e il **tasso di occupazione** risulta inferiore di quasi **2 punti percentuali**.

La crescita mensile dell'**occupazione** segna ad **aprile** un **+0,1% (+20 mila unità)** e coinvolge donne, dipendenti a termine e under35; diminuiscono, invece, gli uomini, i dipendenti permanenti, gli autonomi e gli over35. Il **tasso di occupazione** sale nel complesso al **56,9%** (+0,1 punti). Nella pur difficile situazione del Paese un segnale di vitalità del mercato arriva dai dati sui disoccupati: le **persone in cerca di lavoro** ad **aprile 2021**, rispetto a marzo, risultano in aumento di **88 mila unità (+3,4%)**, segnale di un recupero della fiducia nel poterlo trovare. Tra marzo e aprile cala, viceversa, il numero di **inattivi** tra i 15-64 anni (-1,0%, pari a **-138 mila unità**), con un decremento diffuso sia per sesso sia per età.

Dopo il rallentamento registrato a marzo riprende così la crescita della **disoccupazione** (ora al **10,7%** ossia 3 decimi di p.p in più rispetto al mese precedente) e prosegue il calo dell'**inattività** (al **36,2%**, -0,3 punti): i tassi risultano rispettivamente di 1 e 1,3 punti superiori a quelli registrati prima della pandemia.

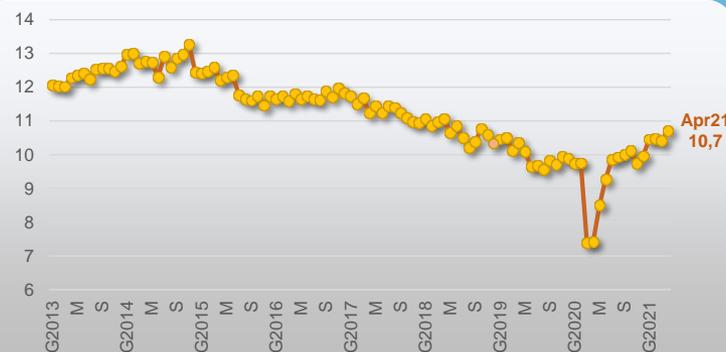
Rispetto ad un anno fa, le **persone in cerca di lavoro** risultano in forte crescita (+48,3%, pari a **+870 mila unità**), a causa dell'eccezionale crollo della disoccupazione che aveva caratterizzato l'inizio dell'emergenza sanitaria; d'altra parte, diminuiscono gli **inattivi** tra i 15 e i 64 anni (-6,3%, pari a **-932 mila**), che ad aprile 2020 avevano registrato, invece, un forte aumento.

²⁷ Dal 1° gennaio 2021 è stata avviata la nuova rilevazione sulle Forze di lavoro che recepisce quanto stabilito dal Regolamento (UE) 2019/1700. Le serie storiche degli aggregati diffusi sono state ricostruite in modalità provvisoria, per il periodo compreso tra gennaio 2004 e dicembre 2020.

La congiuntura economica

TOTALE	Tasso di disoccupazione			Tasso di inattività		
	Apr21	Mar21	Apr20	Apr21	Mar21	Apr20
15-24 anni	33,7	33,8	26,2	75,3	75,9	77,9
25-34 anni	15,8	15,5	10,8	28,4	28,9	34,2
35-49 anni	9,0	8,8	6,0	21,3	21,6	23,4
50 e più anni	6,3	5,9	4,6	65,9	66,0	66,4

TASSO DI DISOCCUPAZIONE
Dati destagionalizzati - % della forza lavoro



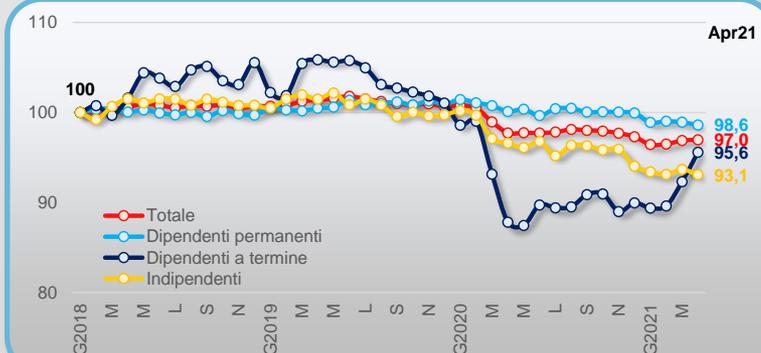
Fonte: Istat

NUMERO DI OCCUPATI
Dati destagionalizzati - Migliaia



Fonte: Istat

NUMERO DI OCCUPATI PER TIPOLOGIA DELL'OCCUPAZIONE
Dati destagionalizzati - Numero indice Gennaio 2018=100



Fonte: Istat

La congiuntura economica

EVOLUZIONE DELL'OCCUPAZIONE
Dati destagionalizzati – Aprile 2021

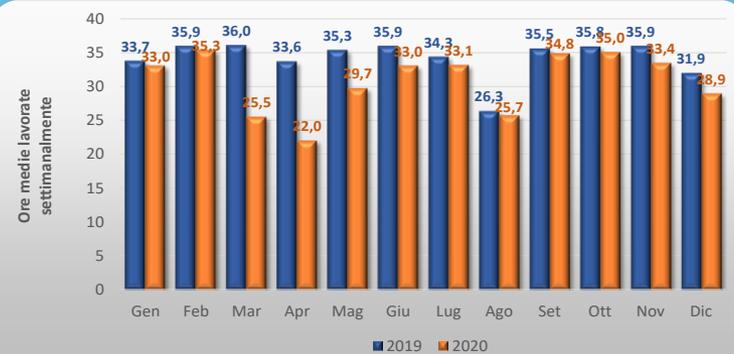
	Valori assoluti (migliaia di unità)	Variazione congiunturale		Variazione tendenziale	
		(abs)	(%)	(abs)	(%)
OCCUPATI	22.344	+20	+0,1	-177	-0,8
Dipendenti	17.455	+50	+0,3	+7	0,0
<i>Permanenti</i>	14.637	-47	-0,3	-222	-1,5
<i>A termine</i>	2.818	+96	+3,5	+229	+8,9
Indipendenti	4.890	-30	-0,6	-184	-3,6
Uomini	12.924	-35	-0,3	-183	-1,4
Donne	9.420	+55	+0,6	+6	+0,1
15-24 anni	961	+24	+2,6	-1	-0,1
25-34 anni	3.845	+10	+0,3	+43	+1,1
35-49 anni	8.813	-5	-0,1	-277	-3,0
50 e più anni	8.725	-10	-0,1	+57	+0,7

NUMERO DI DISOCCUPATI
Dati destagionalizzati – Migliaia



Fonte: Istat

NUMERO ORE SETTIMANALI EFFETTIVAMENTE LAVORATE PRO CAPITE
Dati non destagionalizzati – Occupati totali



Fonte: Istat

La congiuntura economica

EVOLUZIONE DELLA DISOCCUPAZIONE
Dati destagionalizzati – Aprile 2021

	Valori assoluti (migliaia di unità)	Variazione congiunturale		Variazione tendenziale	
		(abs)	(%)	(abs)	(%)
DISOCCUPATI	2.670	+88	+3,4	+870	+48,3
Uomini	1.395	+46	+3,4	+408	+41,3
Donne	1.275	+42	+3,4	+462	+56,8

Fonte: Istat

EVOLUZIONE DELL'INATTIVITÀ (15-64 ANNI)
Dati destagionalizzati – Aprile 2021

	Valori assoluti (migliaia di unità)	Variazione congiunturale		Variazione tendenziale	
		(abs)	(%)	(abs)	(%)
INATTIVI	13.758	-138	-1,0	-932	-6,3
Uomini	5.148	-27	-0,5	-333	-6,1
Donne	8.610	-111	-1,3	-599	-6,5

Fonte: Istat

Il clima di fiducia delle famiglie e delle imprese

La riapertura delle attività economiche e la progressiva fine delle limitazioni legate al Covid, assieme alle vaccinazioni che ora procedono spedite, hanno spinto a **maggio** il recupero della **fiducia** sia dei **consumatori** che delle **imprese**, recupero reputato essenziale per la ripresa dei consumi delle famiglie, attualmente ancora deboli in molti comparti, ma soprattutto per un incremento della propensione dei cittadini alle partenze nel periodo estivo e alla spesa per vacanze.

Dopo il deterioramento registrato nel mese di marzo, l'**indice di fiducia dei consumatori** risulta in risalita per il secondo mese consecutivo. Con l'ultimo marcato incremento (a 102,3 a 110,6), l'indicatore si avvicina al livello di febbraio 2020 (110,8), segnalando di fatto un recupero completo rispetto alla caduta dovuta all'emergenza sanitaria.

La crescita è diffusa a tutte le componenti dell'indice. In particolare, i sintomi di ripresa hanno spinto il clima economico che ha registrato un «balzo» di quasi 25

CLIMA DI FIDUCIA DELLE FAMIGLIE
Dati destagionalizzati – Indice 2010=100



Fonte: Istat

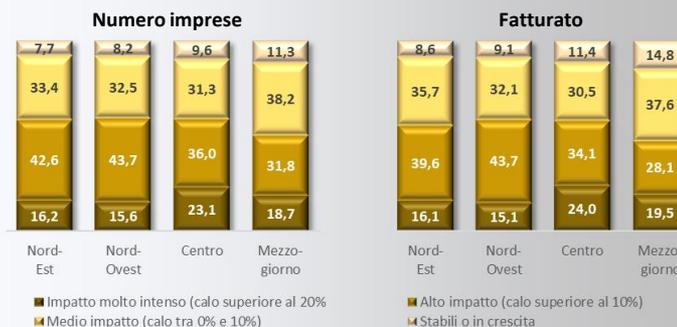
La congiuntura economica

FOCUS – Gli effetti della pandemia sulle PMI

Nel tratteggiare una fotografia sullo stato di salute delle PMI italiane, il «Rapporto Regionale PMI 2021»²⁸, realizzato da Confindustria e Cerved in collaborazione con Intesa Sanpaolo, fornisce una stima degli impatti della pandemia sulle principali variabili di bilancio e offre una quantificazione dell'occupazione e dei volumi di investimento che rischiano di essere persi nei prossimi mesi al termine delle misure emergenziali.

- La **perdita di posti di lavoro per il complesso delle imprese italiane** (non solo le PMI, ma anche micro e grandi imprese), tra dicembre 2019 e la fine del 2021 è stimata pari a circa **1,3 milioni di unità**, pari all'8,2% del totale dei 16 milioni di addetti nelle imprese prima dell'emergenza, la gran parte dei quali impiegati nel settore dei servizi. A livello territoriale, le stime evidenziano perdite assolute più consistenti nel Nord-Ovest (399 mila addetti, -7,8%) rispetto a Nord-Est (322 mila, -8,2%) mentre, in termini relativi, gli effetti sarebbero maggiori nel Mezzogiorno (320 mila, -8,4%) e nel centro Italia (289 mila, -8,9%). La «*probabile uscita dal mercato di un numero rilevante di imprese e il ridimensionamento del giro d'affari di molte altre avranno inevitabili ripercussioni anche sul livello degli investimenti*» si afferma nel report.
- Secondo le analisi condotte, le società italiane considerate nel loro complesso potrebbero perdere, a causa del Covid, **43 miliardi di euro di capitale nel biennio 2020-2021** (-4,8% rispetto ai circa 900 miliardi complessivi di fine 2019).
- Concentrandosi sul focus del rapporto (ossia le **PMI**)²⁹, in base alle stime un numero molto consistente di PMI (28 mila, pari al 17,9%) ha subito nel 2020 un **calo dei ricavi superiore al 20%** (il 17,7% considerando la distribuzione del fatturato). Un terzo delle società analizzate (53 mila) ha fatto registrare un calo dei ricavi più basso, ma comunque significativo (tra -10% e -20%). Circa 63 mila PMI hanno contratto le vendite con tassi a una cifra e solo per le restanti 14 mila società (9,0%) si stima un fatturato in crescita o sui livelli del 2019.
- Il Centro risulta l'area geografica con la quota maggiore di imprese operanti nei settori più colpiti dal Covid (23,1% in termini di numerosità e il 24,0% in termini di fatturato), seguito dal Mezzogiorno (18,7% e 19,5%), che però fa registrare anche le percentuali più alte di imprese stabili o in crescita (14,8% in termini di fatturato) oppure con un calo contenuto (37,6%). In ogni caso, anche Nord-Est e Nord-Ovest presentano incidenze molto elevate nei settori colpiti dalla crisi pandemi-

DISTRIBUZIONE DELLE PMI PER CLASSE DI IMPATTO COVID
% sul numero e sul fatturato delle imprese complessivo per macroarea



Fonte: Confindustria-Cerved

²⁸ Confindustria-Cerved, «Rapporto Regionale PMI 2021» – 28 maggio 2021.

²⁹ Il rapporto analizza le performance economico-finanziarie delle circa 160 mila società di capitale italiane che – impiegando tra 10 e 249 addetti e con un giro d'affari compreso tra 2 e 50 milioni di euro - rientrano nella definizione europea di PMI.

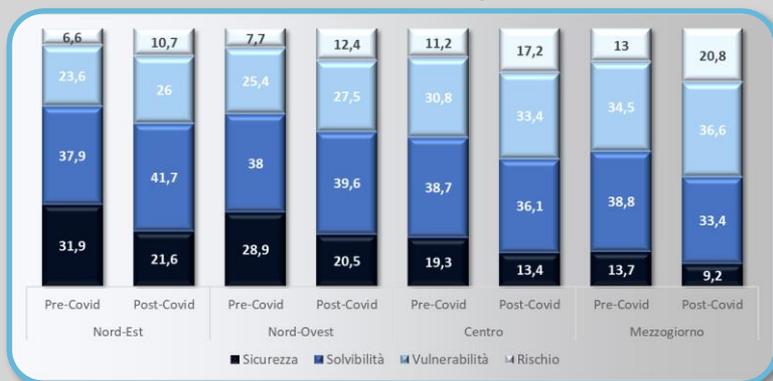
La congiuntura economica

...

ca, con una contrazione delle vendite inferiore al 20%.

- In media, il **fatturato delle PMI è valutato in calo del -10,6% tra 2019 e 2020**. A causa di una specializzazione produttiva caratterizzata da una maggiore esposizione allo shock Covid, gli effetti della pandemia risultano più severi tra le PMI del Centro, con un calo dei ricavi pari al -11,6%. Si registrano cali superiori alla media nazionale anche nel Nord-Est (-10,7%) e lievemente inferiori nel Nord-Ovest (-10,5%) mentre nel Mezzogiorno si registra una flessione più contenuta (-9,4%).

IMPATTI DEL COVID SUL RISCHIO DI DEFAULT DELLE PMI
Analisi realizzata in base al Cerved Group Score – Valori in %



Fonte: Confindustria-Cerved

- «Nonostante impatti consistenti, il sistema delle PMI sembra finora aver sostanzialmente tenuto» si afferma nel rapporto «in parte anche grazie al lungo processo di rafforzamento patrimoniale e finanziario osservato in tutta la Penisola nel precedente decennio, ma soprattutto per via del massiccio impiego di misure emergenziali adottate dal Governo, che hanno mitigato lo shock della pandemia sulle PMI».
- I dati sulle abitudini di pagamento delle imprese italiane indicano che durante la fase del lockdown i **mancati pagamenti delle PMI** sono esplosi in tutta la Penisola sebbene poi, con la ripresa dell'attività economica e con la progressiva operatività del Decreto Liquidità, siano tornati sostanzialmente alla normalità. Nella fase più acuta, a maggio, le PMI meridionali non hanno saldato il 55% del valore delle fatture in scadenza o già scadute, un dato in forte crescita rispetto al 42% di dicembre 2019. Anche nel resto del Paese l'indicatore si è impennato, passando dal 38% al 51% nel Centro, dal 31% al 41% nel Nord-Ovest e dal 27% al 36% nel Nord-Est. Alla fine dell'anno il volume dei mancati pagamenti è invece ritornato su livelli simili a quelli dell'anno precedente.

- Se a livello complessivo il sistema di PMI, benché più esposto a situazioni di rischio, sembra aver tenuto, nei settori più colpiti dalla pandemia gli effetti sono molto più intensi. Queste situazioni di forti difficoltà si riflettono sui profili di rischio: la quota di PMI rischiose (ossia con un'alta probabilità di default a dodici mesi) sale al 28% nei settori maggiormente colpiti dal Covid (il doppio rispetto alla media nazionale), con quote pari al 36,5% nel Mezzogiorno, al 29,4% nel Centro, al 26,9% nel Nord-Ovest e al 20% nel Nord-Est.
- In particolare, la presenza di PMI con un concreto rischio di default nei prossimi dodici mesi supera i due terzi **tra le società che organizzano fiere e convegni**, con percentuali ovunque superiori al 65% mentre il **40% dei ristoranti è ad alta probabilità di fallimento** (17,3% prima del Covid) ma, in questo caso, con ampi divari tra quelli del Nord-Est e quelli del Mezzogiorno (il 50,9%). Risultano a rischio **un terzo degli alberghi**, anche in questo caso con evidenti gap tra il Nord-Est (20,7%) e le altre aree, con valori massimi al 46,6% nel Mezzogiorno.

La congiuntura economica

punti (da 91,6 a 116,2); particolarmente marcato anche l'incremento del clima futuro (da 109,6 a 122,5) mentre più contenuti sono gli aumenti registrati dal clima personale e quello corrente (da 105,9 a 108,7 e da 97,4 a 102,6, rispettivamente).

Un'analisi più dettagliata delle singole componenti evidenzia come la crescita generale risulti trainata dalle aspettative sulla situazione economica del paese (l'indice corrispondente guadagna ben 36 punti) e, parallelamente, positivamente impattata dal calo delle attese relative alla disoccupazione (in diminuzione di 37 punti).

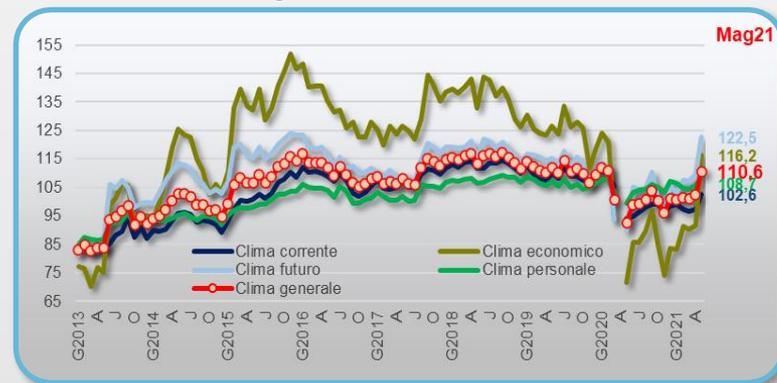
Significativo anche l'incremento registrato dal **sentiment** delle **imprese** (da 97,9 a 106,7), in ulteriore accelerazione rispetto alla tendenza positiva in atto da dicembre 2020; con l'ultimo «balzo» non solo recupera i livelli pre-pandemia ma raggiunge il livello più elevato da febbraio 2018.

CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE
Dati destagionalizzati – Indice 2010=100



Fonte: Istat

CLIMA DI FIDUCIA DELLE FAMIGLIE
Dati destagionalizzati – Indice 2010=100



Fonte: Istat

Il miglioramento della fiducia è diffuso a tutti i comparti osservati. In particolare, nell'industria manifatturiera l'indice sale da 106,0 a 110,2 e nelle costruzioni da 148,5 a 153,9. Nei servizi di mercato l'indice sale da 87,6 a 98,4 mentre nel commercio al dettaglio il **sentiment** passa da 96,0 a 99,3.

Nell'industria **manifatturiera** e in quella delle **costruzioni** migliorano tutte le componenti dell'indice di fiducia. Si segnala, in particolare, una netta crescita della fiducia nei settori dei beni strumentali e dei beni di consumo nel primo comparto; per quanto attiene alle **costruzioni**, il miglioramento della fiducia è più spiccato nel settore dei lavori di costruzione specializzati.

Con riferimento ai **servizi di mercato**, i saldi di tutte le componenti dell'indice sono in decisa risalita. La fiducia migliora in modo rilevante nel settore

La congiuntura economica

del turismo e in quello del trasporto e magazzinaggio. Nel **commercio al dettaglio** migliorano sia i giudizi sia le aspettative sulle vendite mentre le scorte sono giudicate in accumulo. Per quanto riguarda i circuiti distributivi, il miglioramento della fiducia è diffuso ad entrambe le componenti ma con intensità diverse: nella grande distribuzione l'aumento è moderato (l'indice sale da 101,4 a 102,6) mentre nella distribuzione tradizionale è pronunciato (l'indice passa da 83,1 a 92,1).

Significativo ma meno marcato il guadagno del **sentiment economico europeo (ESI)³⁰**: la variazione di **maggio** su aprile risulta pari +4,0 punti sia per la zona euro che per l'intera Eu. Rispettivamente ora a quota **114,5** punti e **113,9** punti, gli indici si trovano attualmente al di sopra della media di lungo termine e del livello pre-pandemia

Tra i principali stati europei, emerge l'ottima performance italiana: l'incremento dell'indice ESI registrato a maggio (+11,0 punti) è stato nettamente superiore a quello degli altri principali Paesi (in Polonia è stato di 5,1 punti, in Francia 5,0, in Olanda 3,2, in Germania 2,8 e in Spagna 2,3).

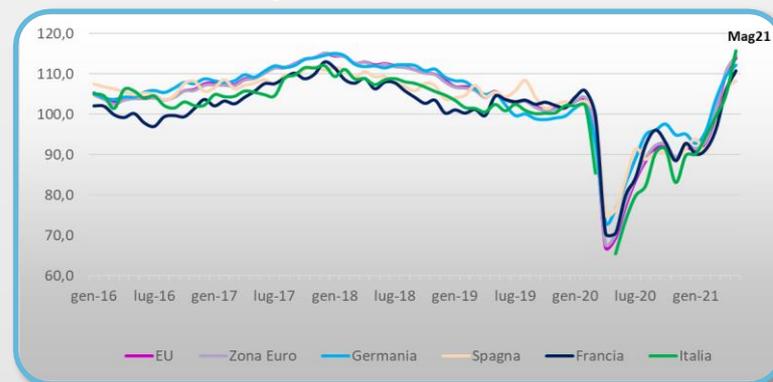
Prezzi al consumo e alla produzione

L'**inflazione**, negativa negli ultimi mesi del 2020, è tornata positiva nel **primo trimestre** dell'anno in corso principalmente a causa dei prodotti energetici che segnano marcati rialzi tendenziali, dovuti al confronto con i primi mesi del 2020, quando i prezzi di tali prodotti subirono drastiche diminuzioni.

Nello specifico del mese di **marzo**, i prezzi dei beni energetici non regolamentati tornano a crescere su base annua, comportando di conseguenza un'ulteriore accelerazione dell'inflazione che, pur rimanendo al di sotto di un punto percentuale, torna ai livelli di maggio 2019 (a **marzo** è pari a **+0,8%** da

³⁰ L'*Economic Sentiment Indicator*, abbreviato in ESI, viene calcolato e diffuso mensilmente dalla Commissione Europea. E' calcolato considerando il livello di fiducia di 5 diversi settori (l'industria, con un peso del 40%, i servizi - 30% -, il retail - 5% -, le costruzioni - 5% - e i consumatori - 20%).

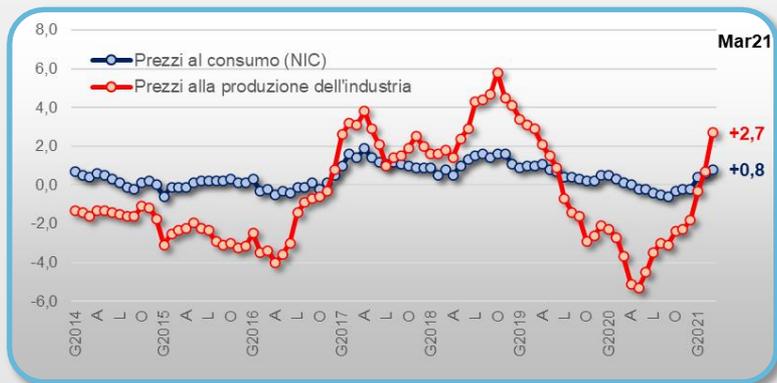
ECONOMIC SENTIMENT INDICATOR (ESI)
Dati destagionalizzati - Indice Gennaio 2010=100



Fonte: Eurostat

La congiuntura economica

PREZZI ALLA PRODUZIONE E AL CONSUMO
Variazioni percentuali tendenziali



Fonte: Istat

rentemente dai mesi precedenti ma analogamente all'Italia, la componente energetica è stata quella a più rapida crescita (+4,3% rispetto al -1,7% di febbraio), seguita dai servizi (+1,3%), alimentari, alcolici e tabacchi (+1,1%).

Ancor più significativo l'incremento nell'intera **Unione Europea** (+1,7%) così come più spedito risulta il passo dell'**inflazione americana**, la cui crescita a **marzo** è risultata pari al **+2,6%** (era +1,6% a febbraio, toccherà quota +4,2% ad aprile).

Dopo aver registrato la prima variazione tendenziale positiva dopo oltre un anno e mezzo di «segni meno», a **marzo** si rafforza anche l'intonazione positiva dei **prezzi alla produzione dei prodotti industriali** (era +0,7% a febbraio, diviene pari a +2,7% il mese successivo). Positiva anche la variazio-

+0,6% di febbraio). All'incremento del tasso incidono, seppur in misura minore, anche i prezzi dei servizi relativi ai trasporti (da +1,0% a +2,2%).

Per contro, i prezzi del cosiddetto **carrello della spesa** registrano una variazione tendenziale negativa, seppur contenuta (-0,1%, era +0,2% a febbraio): non accadeva da febbraio 2018 quando registrarono un calo del -0,6%.

L'**inflazione acquisita** per il **2021** dall'indice generale risulta pari a **+0,9%** e a +0,5% quella della componente di fondo.

Uno scatto in avanti dell'**inflazione** è stato registrato anche in **area euro** ove, secondo i dati diffusi dall'Istituto statistico europeo (Eurostat), il dato tendenziale segna a **marzo** un **+1,3%** rispetto al +0,9% del mese precedente. Diffe-

IPCA – INDICE DEI PREZZI ARMONIZZATI AL CONSUMO – AREA EURO
Variazioni percentuali tendenziali



Fonte: Eurostat

La congiuntura economica

ne congiunturale (+0,9%). La spinta su base annua deriva principalmente dalle dinamiche positive di energia e beni intermedi: in un quadro di incrementi diffusi a quasi tutte le attività manifatturiere, sono in particolare i settori del «Coke e prodotti petroliferi raffinati» e della «Metallurgia e fabbricazione dei prodotti in metallo» a fornire il maggior impulso alla crescita.

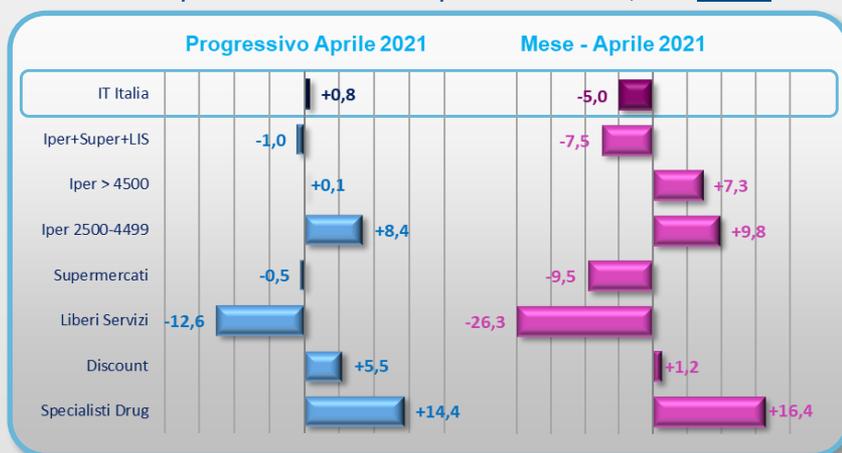
Sul mercato interno, i prezzi alla produzione dell'industria aumentano del +1,0% rispetto a febbraio e del +3,0% su base annua. Al netto del comparto energetico, i prezzi registrano un incremento congiunturale del +0,8% e crescono del +1,9% in termini tendenziali.

Sul mercato estero i prezzi aumentano del +0,6% su base mensile (+0,6% in area euro, +0,5% in area non euro) e segnano un incremento su base annua del +1,6% (+1,6% in area euro, +1,5% in area non euro).

Il trend della DM – Le vendite

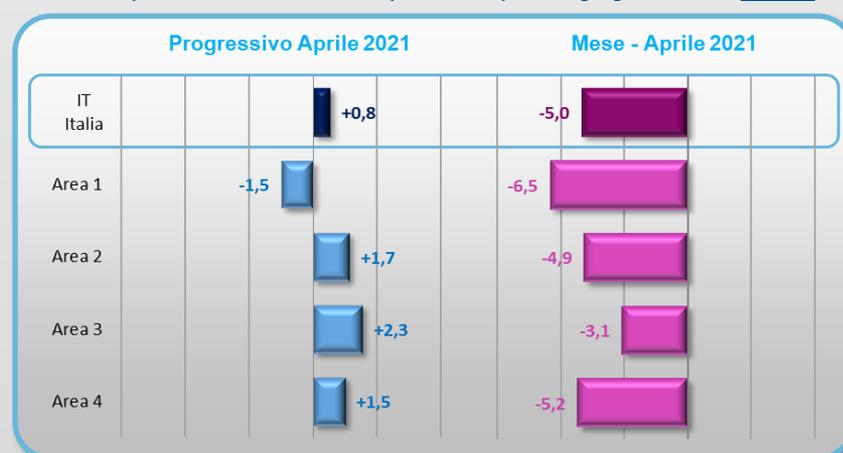
Fatturati della distribuzione – Rete corrente

I TREND – TOTALE FATTURATO
Variazioni percentuali a valore vs anno precedente nei canali, a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio

I TREND – TOTALE FATTURATO
Variazioni percentuali a valore vs anno precedente, per area geografica, a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio

Il trend della DM – Le vendite

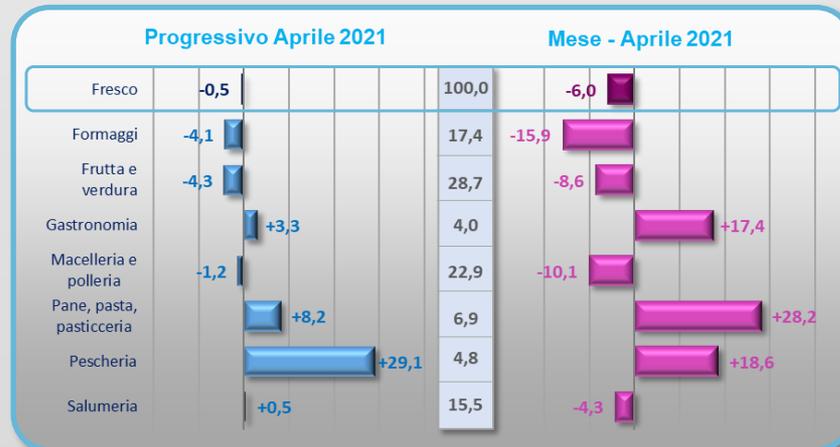
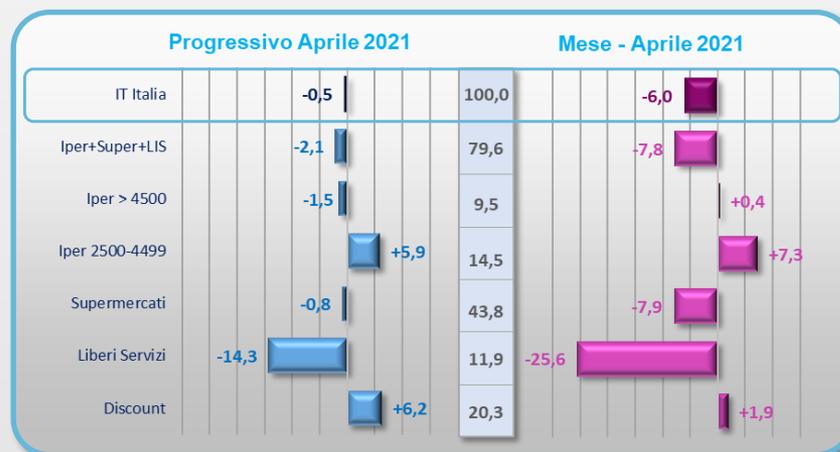
Fatturati della distribuzione – Rete corrente

I TREND – TOTALE FATTURATO
Variazioni percentuali vs anno precedente e incidenza a valore, a rete corrente



Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio e Grocery a Totale Italia

I TREND – TOTALE FATTURATO – FRESCHISSIMO³¹ (PI+PV)
Variazioni percentuali vs anno precedente e incidenza a valore, a rete corrente



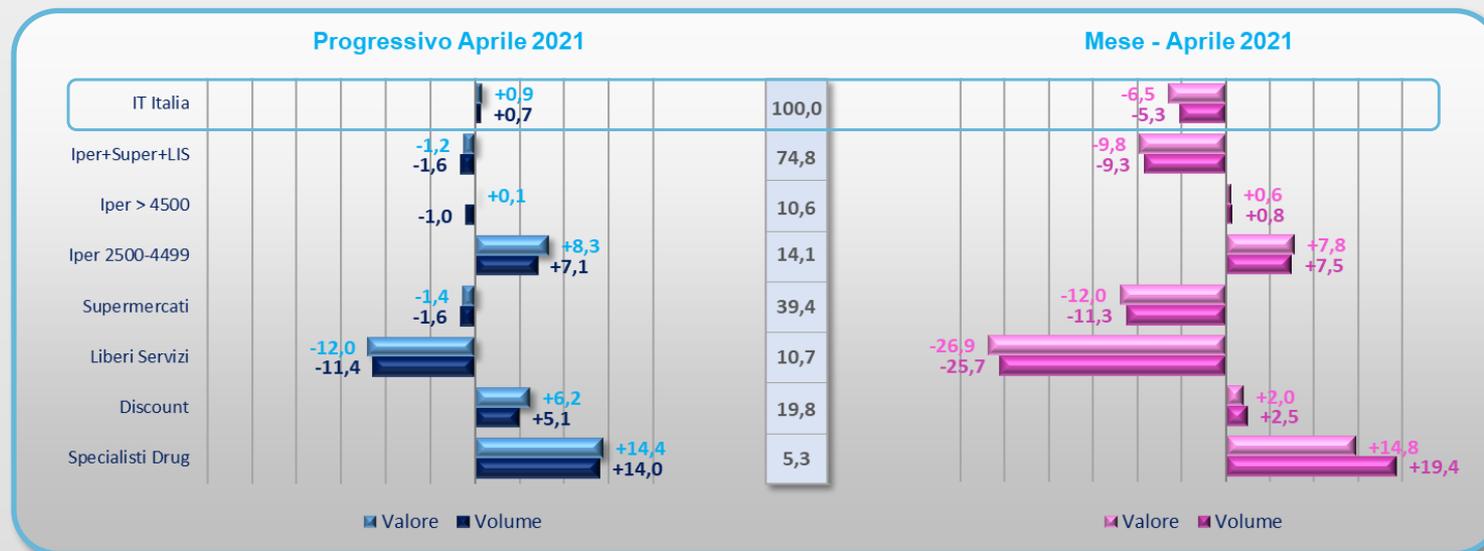
Fonte: Nielsen Trade*Mis Totale Negozio – Totale Italia

³¹ FRESCHISSIMO = Peso Imposto + Peso Variabile dei Comparti FRUTTA & VERDURA, MACELLERIA & POLLERIA, FORMAGGI, SALUMERIA, PANE & PASTICCERIA & PASTA, PESCHERIA e GASTRONOMIA.

Il trend della DM – Le vendite

Fatturati della distribuzione – Rete corrente

I TREND – TOTALE FATTURATO – GROCERY
 Variazioni percentuali a valore e a volume* vs anno precedente nei canali, a rete corrente



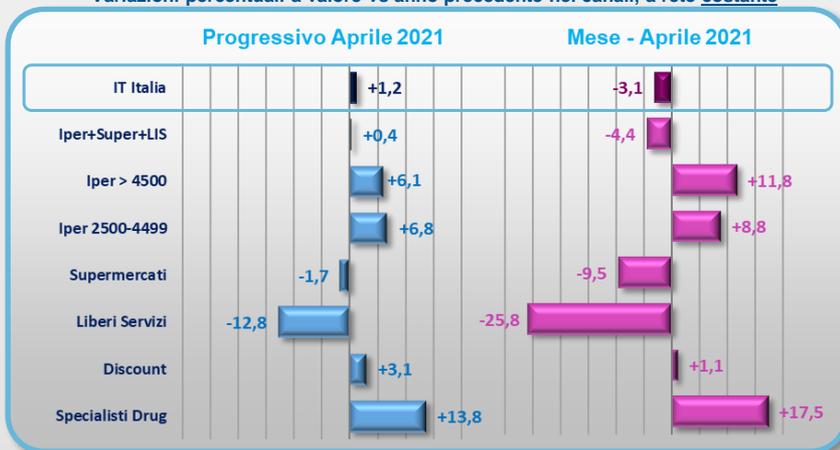
Fonte: Nielsen Trade*Mis – Market Track

* Trend Vendite a PREZZI COSTANTI

Il trend della DM – Le vendite

Fatturati della distribuzione – Rete costante

I TREND – TOTALE FATTURATO
Variazioni percentuali a valore vs anno precedente nei canali, a rete costante



Fonte: Nielsen Like4Like 10000

I TREND – TOTALE FATTURATO
Variazioni percentuali a valore vs anno precedente, per area geografica, a rete costante



Fonte: Nielsen Like4Like 10000

Il trend della DM – Le vendite

Fatturati della distribuzione – Rete costante

I TREND – TOTALE FATTURATO
Variazioni percentuali a valore vs anno precedente, per gruppo, a rete costante

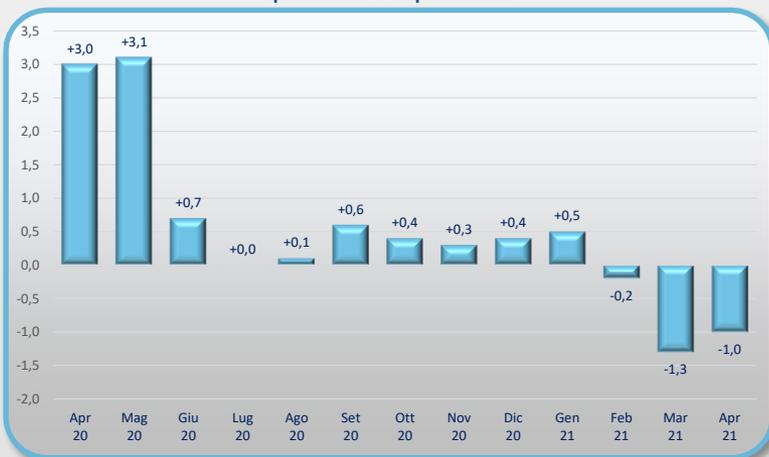


Fonte: Nielsen Like4Like 10000

Il trend della DM – I prezzi

Il carrello della spesa – Indice tendenziale (%)

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE
Ipermercati + Supermercati



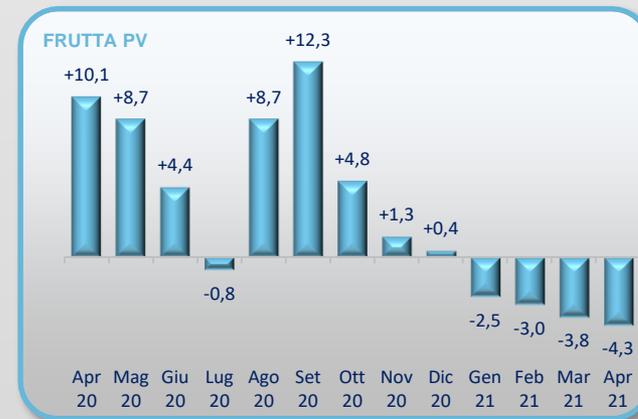
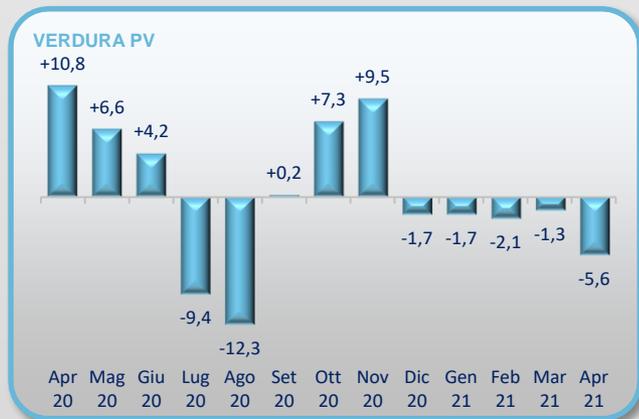
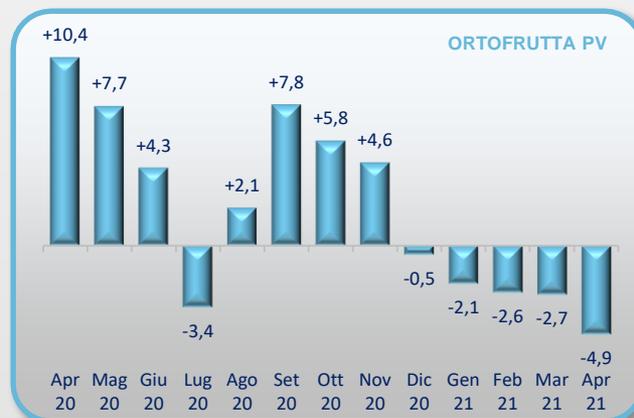
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE
Ipermercati + Supermercati



Il trend della DM – I prezzi

Il carrello della spesa – Indice tendenziale (%)

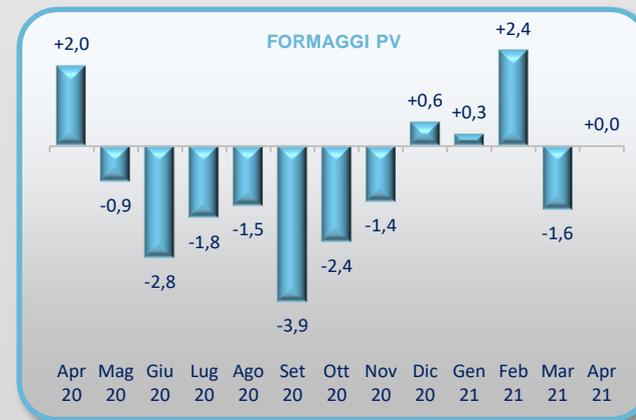
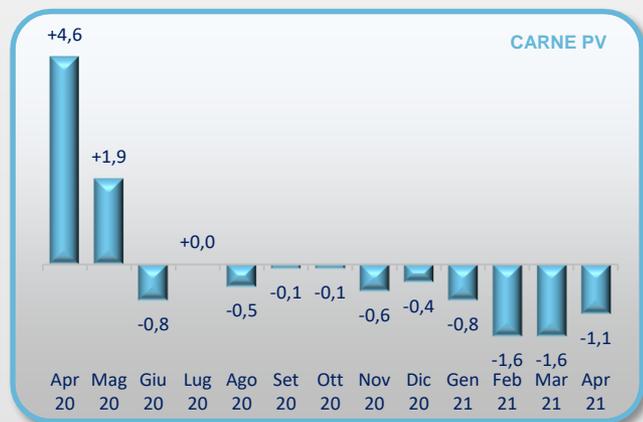
PRODOTTI A PESO VARIABILE
Ipermercati + Supermercati



Il trend della DM – I prezzi

Il carrello della spesa – Indice tendenziale (%)

PRODOTTI A PESO VARIABILE Ipermercati + Supermercati



Il trend della DM – I prezzi

Il carrello della spesa negli ipermercati – Indice tendenziale (%)

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE
Ipermercati



PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE
Ipermercati



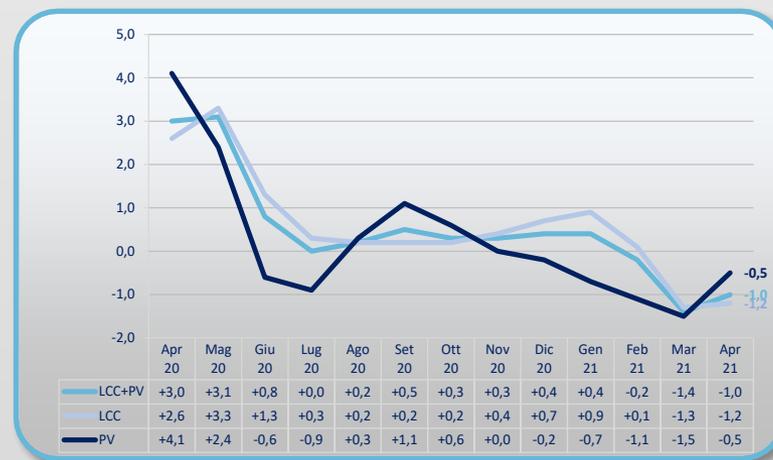
Il trend della DM – I prezzi

Il carrello della spesa nei supermercati – Indice tendenziale (%)

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE
Supermercati



PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE
Supermercati



Il trend della DM – I prezzi

Osservatorio Prezzi: analisi a parità assortimentale – Indice tendenziale (%)

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO
Ipermercati + Supermercati + Superette



VARIAZIONE DEI PREZZI DI VENDITA
Ipermercati + Supermercati - LCC

Comparti	Apr21 vs Apr20
Drogheria alimentare	-0,6%
Bevande	-2,3%
Freddo	-3,2%
Fresco	-3,3%
Cura casa	-3,4%
Ortofrutta	-3,7%
Petfood + Petcare	-3,9%
Cura persona	-4,7%

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO
Federdistribuzione IS vs Ipermercati + Supermercati



Il trend della DM – Le promozioni

Evoluzione della Leva Promozionale Iper + Super

EVOLUZIONE DELLA LEVA PROMOZIONALE (IPER + SUPER)
Totale Grocery – Incidenza percentuale e variazioni punti vs anno precedente



	Dic19	Gen20	Feb20	Mar20	Apr20
Iper > 4.500 mq.	34,4	33,7	34,7	28,5	25,8
Iper e super 400 – 4.499 mq.	30,1	28,0	28,6	24,0	22,0

	Dic20	Gen21	Feb21	Mar21	Apr21
Iper > 4.500 mq.	33,8	32,2	34,4	33,7	32,5
Iper e super 400 – 4.499 mq.	29,1	26,8	28,8	28,5	27,5

EVOLUZIONE DELLA LEVA PROMOZIONALE DI PREZZO (IPER + SUPER)
Totale Grocery – Incidenza percentuale

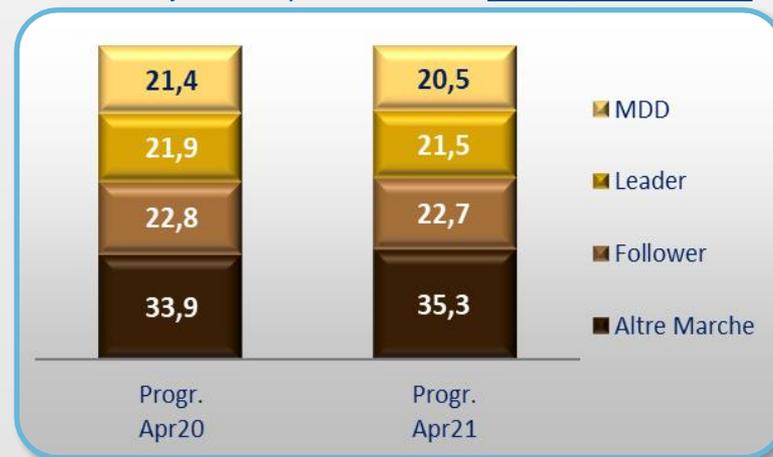
	Dic20	Gen21	Feb21	Mar21	Apr21
Iper e Super	21,2	20,1	22,0	21,3	20,4
Iper > 4.500 mq.	23,6	22,8	25,4	24,2	23,3
Iper e super 400 – 4.499 mq.	20,6	19,5	21,3	20,7	19,9

Il trend della DM – Le marche del distributore

ANDAMENTO DELLE VENDITE PER TIPOLOGIA DI MARCA
Totale Grocery - Incidenza percentuale a valore - **Totale Italia**



ANDAMENTO DELLE VENDITE PER TIPOLOGIA DI MARCA
Totale Grocery - Incidenza percentuale a valore - **Iper + Super + Libero Servizio**



ANDAMENTO DELLE MARCHE DEL DISTRIBUTORE
Totale Grocery - Incidenza percentuale a valore



Il trend della DM – I mercati NO FOOD

Il mercato del tessile-abbigliamento

TREND CONSUMI NO FOOD – TESSILE ABBIGLIAMENTO
Variazione percentuale tendenziale – Totale Mercato



TREND CONSUMI NO FOOD – TESSILE ABBIGLIAMENTO
Variazione percentuale – Iper e Super, Grandi magazzini, Catene specializzate



Il trend della DM – I mercati NO FOOD

Il mercato del tessile-abbigliamento

TREND CONSUMI NO FOOD – TESSILE ABBIGLIAMENTO
 Variazione percentuale tendenziale delle vendite a valore – Totale Mercato



TREND CONSUMI NO FOOD – TESSILE ABBIGLIAMENTO
 Variazione percentuale tendenziale delle vendite a valore
Iper e Super, Grandi magazzini, Catene specializzate



Il trend della DM – I mercati NO FOOD

I mercati NO FOOD

I dati sulle **vendite al dettaglio** a **marzo 2021** evidenziano ancora una volta un andamento dei consumi piuttosto debole: le **vendite non alimentari** registrano infatti un nuovo calo congiunturale del **-1,6%** cui si contrappone un fortissimo incremento tendenziale (**+49,7%**) che riflette i livelli particolarmente depressi registrati un anno prima (marzo 2020), primo mese di chiusura forzata di molte attività commerciali a causa dell'emergenza sanitaria, in particolare nei settori non considerati essenziali. La debolezza dei consumi è confermata dal livello dell'indice destagionalizzato, ancora ben al di sotto dei valori pre-pandemia.

«Per le aziende del commercio non alimentare, già duramente provate da molti mesi di chiusura, continua il trend negativo – afferma Carlo Alberto Buttarelli, Direttore Relazioni con la Filiera e Ufficio Studi di Federdistribuzione -. I punti vendita devono poter operare a pieno regime per invertire la rotta e ritrovare la strada della crescita. Per assicurare la tenuta delle imprese, l'occupazione dei propri dipendenti e il supporto alle molte filiere collegate è necessario tornare alla piena operatività».

Come anticipato, il confronto tendenziale mostra una variazione positiva eccezionalmente ampia, con tassi di crescita mai osservati in precedenza per quasi tutti i prodotti. Si distinguono in particolare i tassi a tripla cifra dei «Giochi, giocattoli, sport e campeggio» (+110,7%) e della «Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali» (109,2%); di poco inferiori quelli delle «Calzature, articoli in cuoio e da viaggio» (+94,2%) e dell'«Abbigliamento e pellicceria» (93,9%). Le crescite di minor entità sono associate ai «Prodotti farmaceutici» (+0,7%), ai «Generi casalinghi durevoli e non durevoli» (+18,6%) e ai «Prodotti di profumeria, cura della persona» (+40,1%).

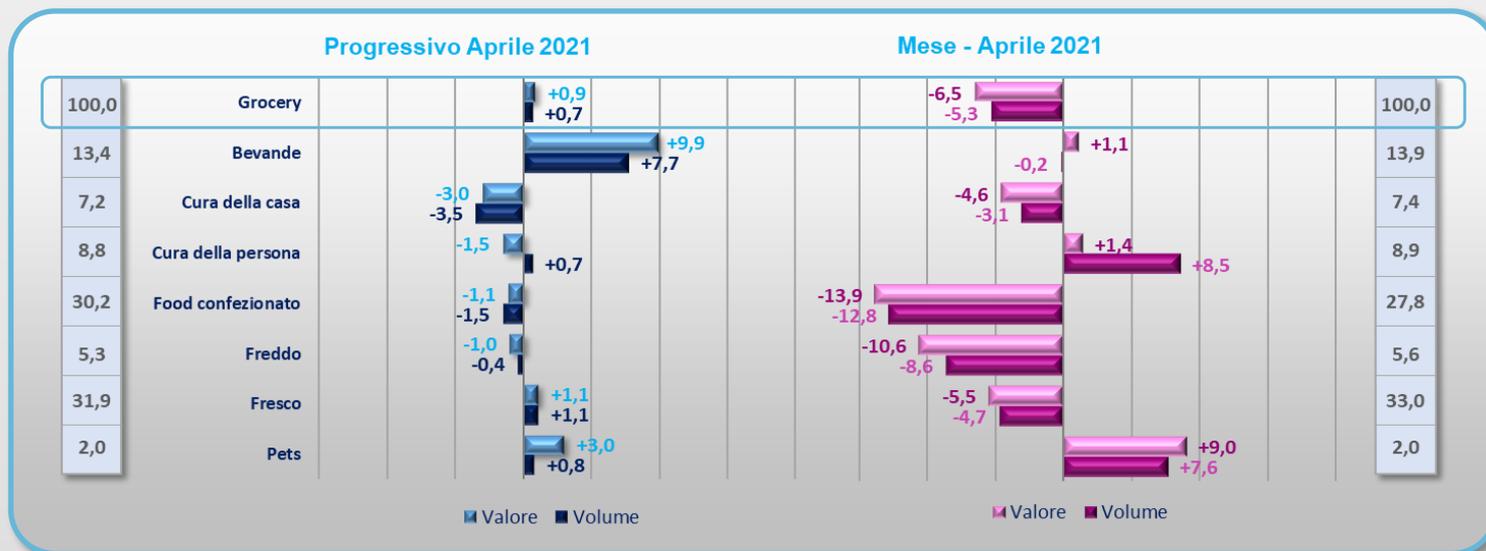
TREND CONSUMI NO FOOD
Variazione percentuale tendenziale – Valori a prezzi correnti



APPENDICE

I prodotti Grocery

INCIDENZA E TREND DELLE AREE MERCEOLOGICHE – TOTALE GROCERY
 Variazioni percentuali a rete corrente - Valori e volumi* vs anno precedente



Fonte: Nielsen Trade*Mis – Totale Italia

* Trend Vendite a PREZZI COSTANTI

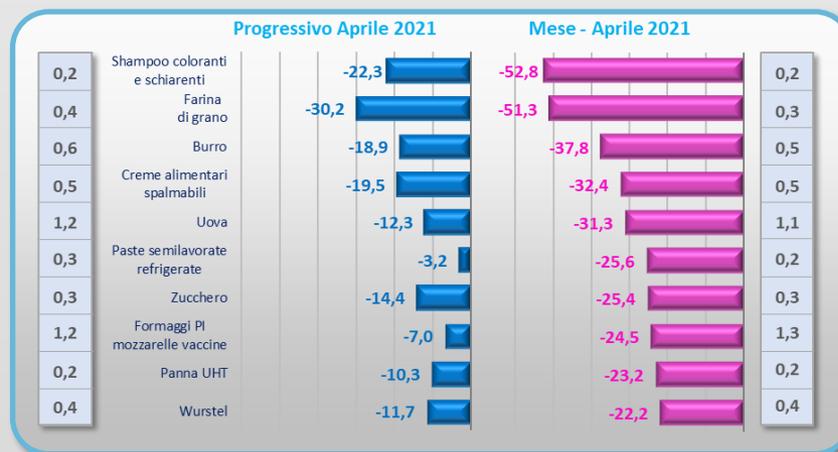
APPENDICE

I prodotti Grocery

INCIDENZA* E TREND PER CATEGORIA – TOP TEN DEL MESE
 Variazioni percentuali a valore vs anno precedente, a rete corrente



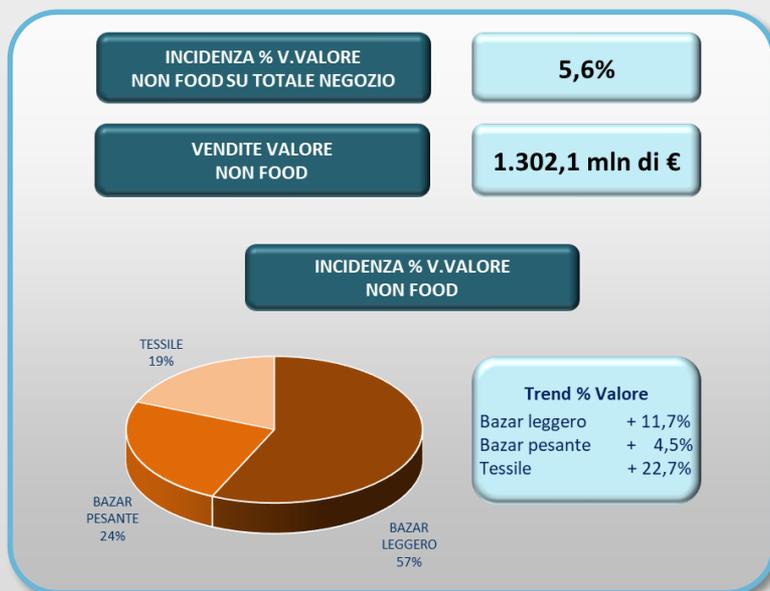
INCIDENZA* E TREND PER CATEGORIA – BOTTOM TEN DEL MESE
 Variazioni percentuali a valore vs anno precedente, a rete corrente



APPENDICE

Analisi vendite per area, comparto e famiglia*

ANALISI AREA – COMPARTO – FAMIGLIA
Iper + Super – Progressivo ad aprile 2021



	Progressivo Anno Corrente		
	V.Valore in Euro	Trend % Valore	Peso % comparto
TOTALE NEGOZIO	23.105.955.200,0	1,4	100,0
FOOD FRESCO E PRODOTTO CONFEZIONATO	21.526.119.424,0	0,9	93,2
NO FOOD	1.302.063.376,0	11,7	5,6
BAZAR LEGGERO	740.242.744,0	11,7	3,2
CASALINGHI	221.672.312,0	7,8	1,0
GIOCHI E TEMPO LIBERO	81.074.944,8	4,7	0,4
GIARDINAGGIO	137.276.111,8	52,7	0,6
LIBRI E GIORNALI	56.818.217,5	9,6	0,2
CANCELLERIA	58.196.290,0	-1,9	0,3
FAI DA TE	70.361.540,5	-9,7	0,3
SPORT E TEMPO LIBERO	77.686.687,0	23,9	0,3
VEICOLI A MOTORE	27.226.634,1	-1,9	0,1
GIOIELLERIA - BIGIOTTERIA	6.069.835,5	30,5	0,0
ASCOLTO E VISIONE	2.634.776,9	-31,4	0,0
PUERICULTURA ACCESSORI	1.225.395,9	-19,9	0,0
BAZAR PESANTE	316.846.355,0	4,5	1,4
TELEFONIA	106.937.652,0	-2,7	0,5
ELETTR.BRUNI	82.226.592,8	0,9	0,4
PICCOLI ELETTRODOMESTICI	50.685.095,5	9,5	0,2
ELETTR.BIANCHI	26.500.857,0	8,6	0,1
ARREDAMENTO E ARTICOLI PER LA CASA	29.080.267,8	28,9	0,1
FOTOGRAFIA E OTTICA	20.254.986,1	14,9	0,1
UFFICIO-CASA	1.045.697,0	27,6	0,0
ELETRONICA	115.206,1	-34,9	0,0
TESSILE	244.974.276,0	22,7	1,1
ABBIGLIAMENTO	152.164.694,5	19,1	0,7
TESSILE CASA	60.843.870,1	29,2	0,3
CALZATURE PELLETERIA	31.965.713,0	28,9	0,1
ALTRO	277.772.151,0	-5,7	1,2