

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> .....	8
<i>La produzione industriale</i> .....	18
<i>Il commercio estero</i> .....	20
<i>Occupazione e disoccupazione</i> .....	25
<i>Il clima di fiducia delle famiglie e delle imprese</i> .....	30
<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

«A più di un anno dall'esplosione della crisi sanitaria, possiamo finalmente pensare al futuro con maggiore fiducia: l'economia è ripartita» ha recentemente affermato il Presidente del Consiglio Mario Draghi intervenendo alla cerimonia di chiusura dell'anno accademico dell'Accademia dei Lincei. «Dobbiamo però essere realistici. La pandemia non è finita e, anche quando lo sarà, avremo a lungo a che fare con le sue conseguenze, a partire dal debito pubblico il cui significativo aumento di questi mesi è stato deliberato e soprattutto auspicabile. La crisi economica iniziata lo scorso anno non ha precedenti nella storia recente; si è trattata di una recessione causata in gran parte da decisioni prese consapevolmente dai governi che, per prevenire una diffusione catastrofica del virus, hanno dovuto imporre restrizioni che hanno portato alla chiusura di molti settori dell'economia e intervenire con provvedimenti non previsti che hanno intaccato fortemente il debito. Non vi erano alternative».

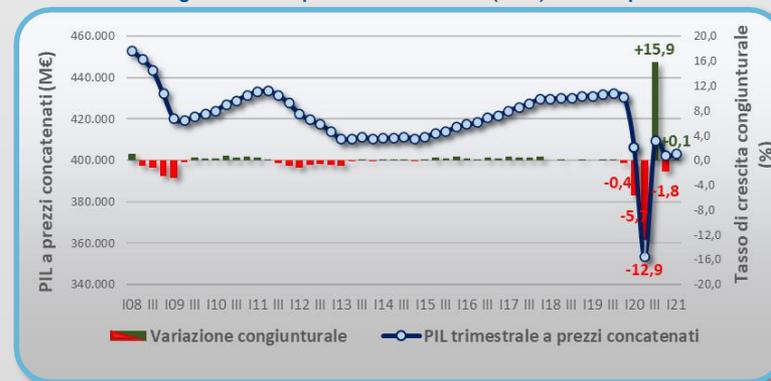
«È molto probabile che, per diverse ragioni, questa fase di crescita del debito, pubblico e privato, non sia ancora terminata. Da una parte dobbiamo fronteggiare l'emergere di nuove e pericolose varianti del virus, restando pronti ad intervenire con convinzione nel caso ci fosse un aggravarsi della pandemia tale da provocare danni all'economia del Paese; dall'altra occorre mantenere una politica di bilancio espansiva per aiutare la crescita dell'economia italiana».

Il discorso del premier dipinge efficacemente l'attuale situazione economica nazionale, finalmente caratterizzata da più rosee prospettive grazie agli oramai evidenti segnali di ripartenza ma ancora fortemente condizionata dalle conseguenze della pandemia nonché dalle pre-esistenti debolezze del Sistema Paese «Questa ripresa non è sufficiente per riparare i danni causati dalla crisi sanitaria» aggiunge infatti Draghi, considerando peraltro che «l'economia italiana ha operato al di sotto del suo potenziale per gran parte degli ultimi dieci anni».

In attesa dei dati sul PIL nel secondo trimestre dell'anno (disponibile a fine luglio), numerosi i «sintomi» della ripresa, a partire dal deciso rialzo della fiducia di consumatori e imprese complici le riaperture e il ripristino delle relazioni sociali dopo mesi di isolamento e lontananza; in pieno rimbalzo anche la produzione industriale, con il relativo indice che supera i livelli registrati prima della pandemia.

Il presidente del Consiglio è convinto che per l'Italia questo sia un momento favorevole. «Le certezze fornite dall'Europa e dalle scelte del governo, la capacità di superare alcune di quelle che erano considerate barriere identitarie, l'abbondanza di mezzi finanziari pubblici e privati sono circostanze eccezionali

**PIL TRIMESTRALE A VALORI CONCATENATI e VARIAZIONE CONGIUNTUALE**  
Valori destagionalizzati a prezzi costanti in M€ (2015)<sup>1</sup> - Valori percentuali



Fonte: Istat

<sup>1</sup> 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).

## 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)
<b>Italia</b>	-1,8%	+0,1%	-6,5%	-0,8%	-8,9%
<b>EU (27 paesi)</b>	-0,4%	-0,1%	-4,6%	-1,7%	-6,1%
<b>Area Euro (19 paesi)</b>	-0,6%	-0,3%	-4,9%	-1,8%	-6,5%
<b>Germania</b>	+0,5	-1,7%	-3,3%	-3,0%	-4,8%
<b>Francia</b>	-1,5%	-0,1%	-4,8%	+1,5%	-7,9%
<b>Spagna</b>	0,0	-0,4%	-8,9%	-4,3%	-10,8%
<b>UK</b>	+1,3%	-1,6%	-7,3%	-6,1%	-9,8%
<b>USA</b>	+1,1%	+1,6%	-2,4%	+0,4%	-3,5%

Fonte: Istat, Eurostat, OCSE

per le imprese e le famiglie. Ma è anche il momento favorevole per coniugare efficienza con equità, crescita con sostenibilità, tecnologia con occupazione. È un momento in cui torna a prevalere il gusto del futuro. Viviamolo appieno, con determinazione e con solidarietà».

In linea con tali affermazioni risultano le dichiarazioni del ministro Franco in occasione del suo intervento all'assemblea di Assolombarda<sup>2</sup>. In tale frangente il titolare del dicastero dell'Economia ha affermato che il **PIL Italiano** potrebbe superare le attese anche grazie alla spinta di un **secondo semestre** dell'anno che «viaggia verso una crescita congiunturale del **2%**, frutto dei risultati positivi della campagna vaccinale» e di una crescita significativa anche nei trimestri successivi. «L'andamento dell'economia si avvia verso una crescita media nel 2021 sopra il 4,5% indicato nel DEF ad aprile, un recupero **sopra o pari al 5%** è raggiungibile» ha asserito, osservando tuttavia che si tratta di un "rimbalzo" dopo un 2020 che ha visto il calo del PIL più profondo dal periodo post-bellico. Analoghe considerazioni sono state fatte dal governatore della Banca d'Italia, Ignazio Visco, secondo cui «nella media dell'anno il PIL potrebbe toccare valori intorno al 5%, consentendo un recupero di oltre metà della caduta del prodotto registrata nel 2020». Un'ultima conferma viene dalle previsioni d'estate della Commissione Europea<sup>3</sup> che ipotizzano per l'Italia un'espansione superiore a quella della media Ue e pari al **+5%** (**+4,2%** la variazione prevista per il **2022**).

Con realismo, il ministro dell'Economia si è soffermato anche sulle sfide che il paese ha davanti, sugli ostacoli che ancora permangono. «I rischi connessi alle nuove varianti vanno gestiti per evitare nuove drastiche misure» avverte Franco secondo cui per il successo del PNRR e per il sostegno alle riforme, dal fisco al lavoro al welfare, «bisognerà utilizzare questa fase per irrobustire l'economia ed aumentare la crescita potenziale. Per l'Italia non ci sono soluzioni facili, non vi sono strumenti che da soli possono portare un paese con 60 milioni di abitanti in progressivo invecchiamento ad accelerare significativamente la crescita, servono impegno e sforzo corale».

<sup>2</sup> Il ministro Franco è intervenuto all'Assemblea Generale di Assolombarda 2021 tenutasi il 1° luglio presso le ex acciaierie Falck a Sesto San Giovanni.

<sup>3</sup> Commissione Europea, «European Economic Forecast – Summer 2021» – 07 luglio 2021.

## La congiuntura economica

Anche il governatore Visco mette in evidenza i rischi legati alla crescita, a cominciare dagli sviluppi della pandemia che mantengono elevata l'incertezza. Ma aggiunge «con il supporto della politica di bilancio, incluse le misure finanziate con i fondi europei, e il mantenimento di condizioni monetarie e finanziarie favorevoli, la fase espansiva dovrebbe consolidarsi, restando sostenuta anche per il prossimo biennio».

Sull'opportunità offerta dal PNRR italiano, approvato a pieni voti dalla Commissione Europea<sup>4</sup>, è intervenuto anche il commissario europeo all'Economia Paolo Gentiloni secondo cui «il Piano arriva al momento giusto perché non è propriamente un piano di risposta all'emergenza, ma cerca di orientare la fase di ritorno a un'economia "di normalità" che è già in atto. Se riusciamo ad indirizzare gli investimenti verso il verde e il digitale diamo un valore aggiunto straordinario». Secondo Gentiloni, sarà fondamentale ma difficile per l'Italia mantenere gli impegni presi con la sottoscrizione del PNRR, definita «un'occasione "da far tremare i polsi" perché molto impegnativa». Il commissario, al contempo, rassicura parzialmente affermando che «ci sono condizioni favorevoli con un'ampia maggioranza parlamentare guidata dall'uomo giusto al momento giusto, e cioè Mario Draghi». Prendendo a prestito una metafora calcistica, Gentiloni afferma che «si potrebbe dire che è una finale, una partita molto importante nella quale in cinque anni ci giochiamo una grande possibilità. Si dice che in ogni crisi c'è un'occasione: questi 192 miliardi in 5 anni, se vengono spesi per investimenti, per riforme, per quel che c'è scritto nel programma presentato dal governo, possono cambiare il volto della nostra economia, rendere la crescita più forte, l'economia più sostenibile, farci uscire da quella condanna a una crescita bassa con tante diseguaglianze che abbiamo avuto negli ultimi 20 anni».

### FOCUS – L'approvazione del PNRR italiano

Il 22 giugno la Commissione Europea ha approvato il **Piano nazionale di ripresa e resilienza** inviato dal Governo Draghi a Bruxelles nel maggio di quest'anno. Il parere positivo, che arriva in parallelo con quello concesso a Germania, Lettonia, Slovacchia ed Austria, costituisce un passaggio fondamentale. L'approvazione della Commissione è infatti la prima condizione chiave per i ventisette per poter accedere al fondo della ripresa che, per l'Italia, significa l'erogazione di 68,9 miliardi di euro in sovvenzioni e di 122,6 miliardi di euro in prestiti nell'ambito del meccanismo RRF. La decisione finale spetta ora al Consiglio che avrà quattro settimane per adottare la proposta della Commissione.

Nelle oltre cento pagine del documento di approvazione del PNRR, la Commissione analizza non solo il piano in tutti i suoi aspetti cioè struttura, obiettivi, attuazione e governance (che promuove così come il sistema di controllo) ma anche i punti di debolezza dell'economia italiana nelle «sfide per una crescita sostenibile, politiche di coesione e resilienza per le prossime generazioni». La Commissione prevede che «un'ampia gamma di riforme pianificate in settori strategici cruciali affronti le strozzature di lunga data e acceleri l'attuazione dei progetti». Secondo la Commissione, il piano «presenta in larga misura una risposta globale e adeguatamente equilibrata alla situazione economica e sociale contribuendo in tal modo a tutti e sei i pilastri» previsti dal regolamento della RRF e «segue un approccio olistico per raggiungere la ripresa ed aumentare la crescita potenziale, rafforzando nel contempo la resilienza socioeconomica e istituzionale». Per la Commissione il piano include misure destinate alla transizione verde in linea con il 37% chiesto da Bruxelles, a dispetto da quanto sostenuto dal Green recovery tracker, il progetto dei think tank Wuppertal Institute ed E3G, che le indicava al 13%. Per Bruxelles il PNRR inoltre «affronta un sottoinsieme significativo delle pertinenti raccomandazioni specifiche per Paese emesse all'Italia sia nel 2019 che nel 2020». Infine, tutte le misure del PNRR sono ritenute «coerenti» nel loro insieme.

Il pre-finanziamento del 13% — per l'Italia 24,9 miliardi (9 miliardi in sovvenzioni e 15,9 in prestiti) — sarà stanziato con il via libera definitivo da parte del Consiglio, atteso entro fine luglio. Con questa prima tranche, oltre alla riforma della Pubblica amministrazione, l'Italia dovrà portare a termine entro dicembre anche la riforma della giustizia, i meccanismi per la gestione delle insolvenze, la riforma degli appalti pubblici, la proroga del Superbonus per l'efficientamento energetico, il rafforzamento del ministero delle Finanze nella spending review e lo sviluppo di un portale digitale che potenzierà l'attuale Italia.it; in ultimo sono previste misure contro l'evasione fiscale.

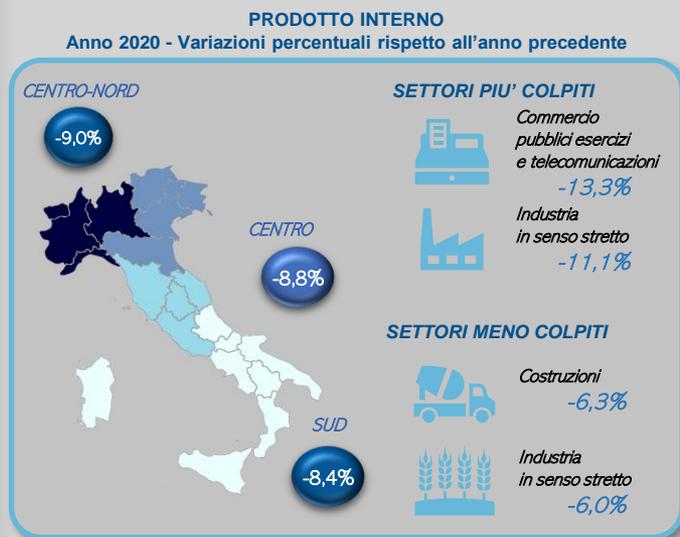
<sup>4</sup> Su 11 capitoli esaminati l'Italia ha ricevuto 10 "A" e una "B" (alla sezione "Costi"), come peraltro i piani degli altri Stati approvati finora.

## La congiuntura economica

### FOCUS – L'impatto del Covid sul sistema economico italiano differenziato per area geografica

Con la pubblicazione da parte dell'Istat<sup>5</sup> delle stime preliminari<sup>6</sup> sul PIL e occupazione per ripartizione territoriale è ora possibile individuare le **differenze dell'impatto economico della pandemia** nelle diverse macroregioni italiane.

Stante quanto emerge dal report dell'Istat, gli effetti della crisi sanitaria da COVID-19 hanno colpito in misura relativamente più accentuata le regioni del Centro-nord rispetto a quelle del Mezzogiorno.

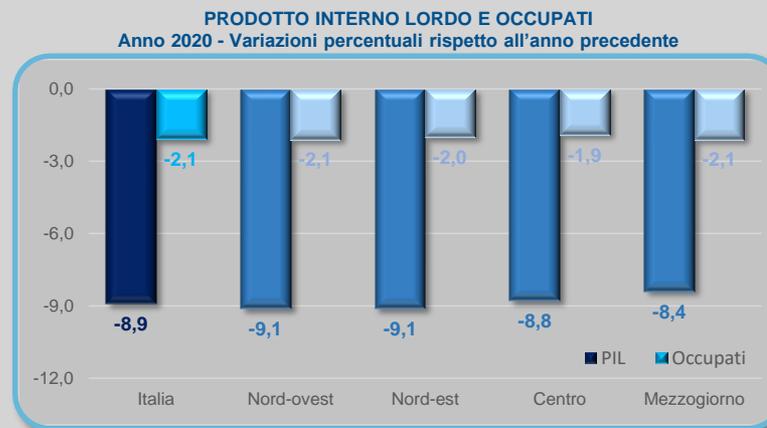


Fonte: Istat

flessione pari alla media nazionale; solo lievemente migliore appare il risultato del Nord-est (-2,0%) e del Centro (-1,9%).

- Il settore più penalizzato dall'emergenza sanitaria è stato quello del Com-

- Le regioni del Nord-est e del Nord-ovest hanno subito una contrazione del **PIL** lievemente superiore rispetto alla media nazionale (con un calo pari al **-9,1%** in entrambe le aree), mentre nelle regioni del Centro la flessione è stata del **-8,8%**. Una riduzione meno marcata rispetto al resto del Paese si riscontra nel Mezzogiorno, dove il calo del Pil è del **-8,4%**.
- Per effetto delle diverse misure governative messe in campo per salvaguardare l'occupazione, decisamente meno significativo è risultato il decremento registrato dal **numero degli occupati**, pari a livello nazionale al **-2,1%**. Nel Nord-ovest e nel Mezzogiorno si osserva una



Fonte: Istat

<sup>5</sup> Istat, «Stima preliminare del PIL e dell'occupazione a livello territoriale» – 02 luglio 2021.

<sup>6</sup> Nella nota di accompagnamento al report, l'Istat avverte che «i risultati scaturiscono da un approccio di stima econometrico basato su indicatori e potrebbero pertanto essere soggetti a revisioni anche ampie».



## La congiuntura economica

mercio, pubblici esercizi, trasporti e telecomunicazioni che al Nord-est e nel Mezzogiorno ha perso il 14,5% del valore aggiunto. Il **Commercio** ha la performance peggiore in tutte le ripartizioni territoriali, ma nel Nord-ovest si segnala anche il calo dell'**Industria** dell'11,9% tale da «far registrare la peggiore performance a livello territoriale». In quest'area, nell'**Agricoltura** la flessione del valore aggiunto è stata del -3,6%, di gran lunga il risultato migliore tra tutte le macro-aree. Rispetto alle altre ripartizioni nel Centro si registrano le diminuzioni più marcate per l'**Agricoltura** (-9,3%) e le **Costruzioni**, (-6,9%). Quanto al Mezzogiorno, «condivide col Nord-est la peggiore performance del settore del **Commercio, pubblici esercizi, trasporti e telecomunicazioni** (-14,5%) mentre l'**Industria** registra in quest'area la contrazione meno marcata (-9,9%). Fanno registrare un andamento meno negativo di quello medio nazionale i settori delle **Costruzioni** (-6,0%), dei **Servizi finanziari, immobiliari e professionali** (-5,1%) e degli **Altri servizi** (-5,2%)».

VALORE AGGIUNTO AI PREZZI BASE\* E OCCUPATI\*\* PER BRANCA E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA  
Variazione Percentuali – Anno 2020

	Nord-ovest	Nord-est	Centro	TOTALE CENTRO NORD	Mezzogiorno	ITALIA
<b>VALORE AGGIUNTO*</b>	<b>-9,1</b>	<b>-9,1</b>	<b>-8,8</b>	<b>-9,0</b>	<b>-8,4</b>	<b>-8,9</b>
Agricoltura, silvicoltura e pesca	-3,6	-6,0	-9,3	-6,2	-5,7	-6,0
Industria in senso stretto	-11,9	-10,5	-11,5	-11,3	-9,9	-11,1
Costruzioni	-6,1	-6,4	-6,9	-6,4	-6,0	-6,3
Commercio, pubblici esercizi, trasporti e telecomunicazioni	-12,2	-14,5	-12,9	-13,0	-14,5	-13,3
Servizi finanziari, immobiliari, professionali e alle imprese	-5,8	-5,1	-5,9	-5,7	-5,1	-5,5
Altri servizi	-5,8	-5,0	-5,0	-5,3	-5,2	-5,3
<b>OCCUPATI**</b>	<b>-2,1</b>	<b>-2,0</b>	<b>-1,9</b>	<b>-2,0</b>	<b>-2,1</b>	<b>-2,1</b>
Agricoltura, silvicoltura e pesca	+1,0	+0,1	+0,4	+0,5	-0,5	+0,0
Industria in senso stretto	-0,9	-0,4	0	-0,5	-0,6	-0,6
Costruzioni	+1,7	+1,0	-0,1	+0,6	+2,4	+1,4
Commercio, pubblici esercizi, trasporti e telecomunicazioni	-4,2	-4,8	-4,2	-4,3	-4,1	-4,3
Servizi finanziari, immobiliari, professionali e alle imprese	-2,5	-0,8	-2,1	-1,9	-1,8	-1,9
Altri servizi	-1,6	-1,8	-1,1	-1,5	-2,3	-1,7

Fonte: istat

occupazione nel **Commercio, pubblici esercizi, trasporti e telecomunicazioni** ha interessato tutte le aree in misura vicina alla media nazionale (-4,3%), con un picco negativo al Nord-est (-4,8%). I **Servizi finanziari, immobiliari e professionali** sono stati particolarmente colpiti al Nord-ovest (-2,5%) e gli **Altri servizi** nel Mezzogiorno (-2,3%).

- Quanto all'occupazione, il settore delle **Costruzioni**, l'unico ad aver registrato un incremento a livello nazionale, ha segnato la crescita maggiore al Sud (+2,4%) e la performance peggiore al Centro, con una lievissima flessione (-0,1%). L'occupazione in **Agricoltura**, a fronte di una tenuta complessiva, evidenzia il migliore risultato al Nordovest (+1,0%) e il peggiore al Sud (-0,5%) mentre l'**Industria** è stata particolarmente penalizzata nel Nord-ovest (-0,9%). La rilevante contrazione dell'oc-



## La congiuntura economica

### I consumi delle famiglie italiane

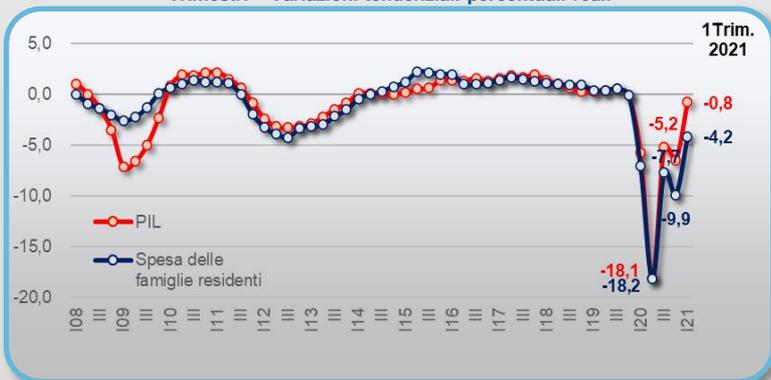
Negativo è il contributo alla – pur modesta – crescita congiunturale del PIL da parte dei **consumi delle famiglie residenti** che registrano, nel **primo trimestre** dell'anno in corso, un decremento trimestrale del **-1,2%** (**-4,2%** il calo tendenziale).

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

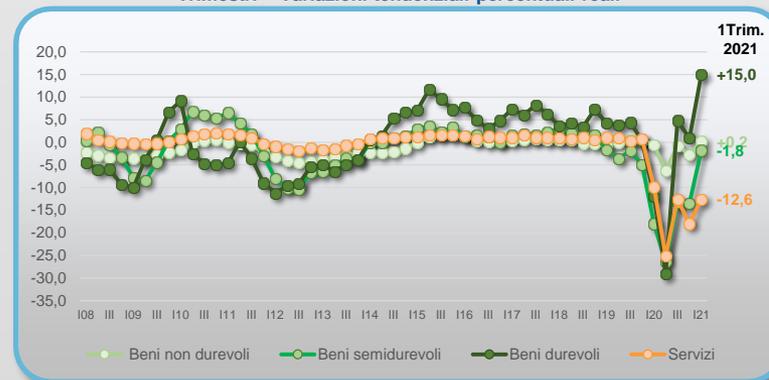
Ancor più negative le variazioni delle **spese delle famiglie sul territorio economico** (**-1,8%** quella congiunturale, **-5,5%** quella annua), «deprese» ancora una volta dalle misure di contenimento adottate nei primi tre mesi dell'anno e dalla persistente incertezza dei consumatori sulle proprie 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 FAMIGLIE<sup>7</sup>**  
Trimestri – Variazioni tendenziali percentuali reali



Fonte: Istat

**CONSUMI DELLE FAMIGLIE PER TIPOLOGIA DI BENI<sup>8</sup>**  
Trimestri – Variazioni tendenziali percentuali reali



Fonte: Istat

<sup>7</sup> I dati del grafico si riferiscono alle «Spesa per consumi finali delle famiglie residenti».

<sup>8</sup> 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).

**PROPENSIONE AL RISPARMIO DELLE FAMIGLIE CONSUMATRICI**  
Trimestri – Quota sul reddito disponibile lordo<sup>10</sup>



Fonte: Istat

**CONSUMI DELLE FAMIGLIE<sup>9</sup>**  
Variazioni tendenziali percentuali reali

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

Fonte: Istat

La ripresa dell'attività economica in corso da maggio ha avviato un graduale rimbalzo della spesa privata: il venir meno dei limiti alla mobilità e le riaperture dei servizi, come detto le più penalizzate, ha portato ad un rialzo dei consumi ancora non quantificato (occorrerà aspettare fine agosto per avere la prima stima sui dati del secondo trimestre). Le attese sull'intero anno 2021 non sono tuttavia altrettanto brillanti come quelle relative al PIL. I previsori sono abbastanza concordi nell'affermare che, una volta allentate le misure di contenimento, la domanda di consumo dappima repressa dovrebbe trovare finalmente adeguato sfogo; i riflessi occupazionali della ripresa, il significativo incremento della quota di famiglie in condizioni di disagio sociale e l'ancor elevata percezione del rischio freneranno tuttavia la ripresa delle spese private che quindi, nel 2021, cresceranno meno del PIL. Il **tasso di risparmio delle famiglie** – ancora alto nel primo trimestre dell'anno, nuovamente in incremento rispetto agli ultimi tre mesi del 2020 – dovrebbe quindi rimanere al di sopra della sua media di lungo periodo nei prossimi due anni.

<sup>9</sup> I dati della tabella si riferiscono alle «Spesa delle famiglie sul territorio economico».

<sup>10</sup> Quota del risparmio lordo sul reddito disponibile lordo delle famiglie consumatrici corretto per tener conto della variazione dei diritti netti delle famiglie sulle riserve tecniche dei fondi pensione.

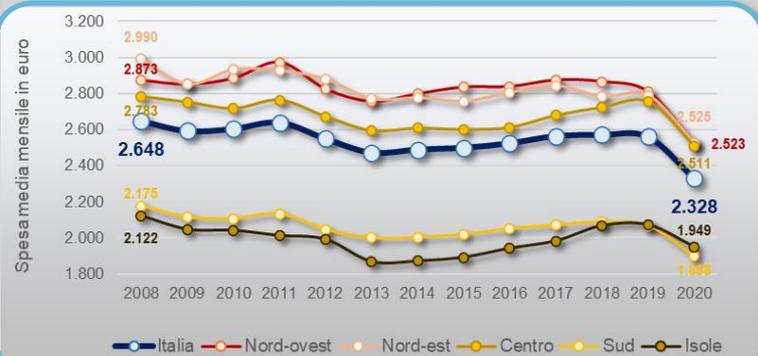
## La congiuntura economica

### FOCUS – Spesa per i consumi delle famiglie nel 2020

Le stime pubblicate dall'Istat sull'andamento nel 2020<sup>11</sup> della **spesa per consumi delle famiglie** aggiungono importanti dettagli al quadro economico dello scorso anno, fortemente influenzato dalla diffusione della pandemia e dalla conseguente crisi.

Tra le evidenze del report l'apparente «democraticità» nel calo dei consumi, causato come noto – ancor prima che dalla riduzione del potere d'acquisto – dallo stop imposto agli spostamenti e alle attività lavorative, tale da contribuire a modificare pesantemente le decisioni di spesa dei nuclei familiari, indipendentemente dalla condizione economica.

**SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE A VALORI CORRENTI**  
Analisi per ripartizione geografica (Valori stimati in euro)



Fonte: Istat

**SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE A VALORI CORRENTI**  
Analisi per ripartizione geografica (Valori stimati in euro – Variazione annuale 2020 vs 2019)



Fonte: Istat

- Nel 2020, la stima della **spesa media mensile delle famiglie residenti** in Italia è di **2.328 euro mensili** in valori correnti (-9,0% rispetto al 2019). Considerata la dinamica inflazionistica (-0,2% la variazione dell'indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale, NIC), il calo in termini reali è appena meno ampio (-8,8%).
- È la contrazione più accentuata dal 1997 (anno di inizio della serie storica), tale da riportare il dato medio al livello del 2000. Nel biennio 2012-2013, quando si registrò la flessione più ampia nel periodo considerato, il calo rispetto al 2011 era stato complessivamente del -6,4%.
- La flessione dei consumi riguarda in misura **diversificata i vari capitoli di spesa**: alcuni non hanno mostrato variazioni, altri hanno registrato diminuzio-

<sup>11</sup> Istat, «Le spese per i consumi delle famiglie – Anno 2020» – 09 giugno 2021.



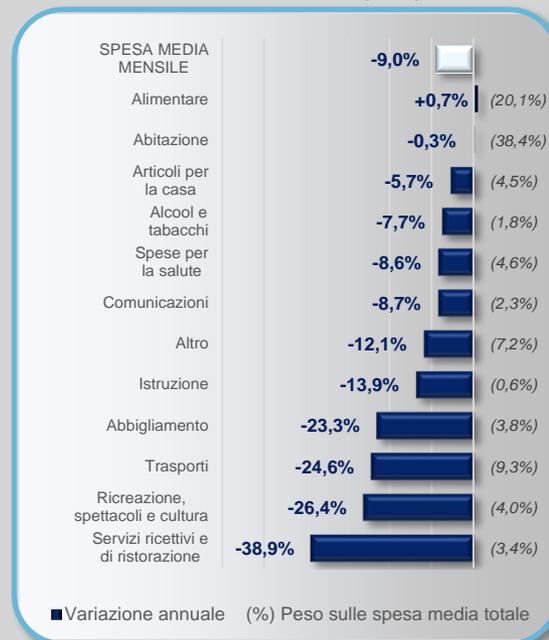
## La congiuntura economica

...

ni molto marcate, risentendo sia delle restrizioni imposte per contrastare la pandemia che del diverso grado di comprimibilità delle spese stesse. Si è così determinata una ricomposizione del peso relativo di ogni capitolo sulla spesa complessiva.

- Nello specifico, rispetto al 2019, rimangono sostanzialmente invariate le spese per «Alimentari e bevande analcoliche» (468 euro al mese) e quella per «Abitazione, acqua, elettricità e altri combustibili, manutenzione ordinaria e straordinaria» (893 euro mensili, di cui 587 euro di affitti figurativi). Si tratta, infatti, di spese difficilmente comprimibili, solo marginalmente toccate dalle restrizioni governative e che, anzi, sono state favorite dalla maggiore permanenza delle famiglie all'interno dell'abitazione.
- La spesa per tutti gli altri capitoli, che nel 2020 vale complessivamente **967 euro al mese**, scende invece del **-19,3%** rispetto ai **1.200 euro del 2019**. Le diminuzioni più drastiche riguardano i capitoli di spesa sui quali le misure di contenimento hanno agito maggiormente e in maniera diretta, cioè i «Servizi ricettivi e di ristorazione» (-38,9%, 79 euro mensili in media nel 2020) e «Ricreazione, spettacoli e cultura» (-26,4%, 93 euro mensili), seguiti da capitoli fortemente penalizzati dalla limitazione alla circolazione e alla socialità, come i «Trasporti» (-24,6%, 217 euro mensili nel 2020) e l'«Abbigliamento e calzature» (-23,3%, 88 euro mensili).
- Conseguentemente, è **variata** anche la **composizione interna della spesa corrente**: passa dal 35,0% al 38,4% la quota di spesa per l'«Abitazione, acqua, elettricità e altri combustibili», che resta la più rilevante, insieme a quella per «Alimentari e bevande analcoliche» (dal 18,1% al 20,1%), al cui aumento contribuiscono principalmente carni (da 3,8% a 4,4%) e latte, formaggi e uova (da 2,3% a 2,7%). Si riducono invece complessivamente di due punti percentuali (dall'81,9% al 79,9%) le quote destinate a beni e servizi non alimentari, in particolare quelle relative a «Trasporti» (da 11,3% a 9,3%), «Servizi ricettivi e di ristorazione» (da 5,1% a 3,4%), «Ricreazione, spettacoli e cultura» (da 5,0% a 4,0%) e «Abbigliamento e calzature» (da 4,5% a 3,8%).
- Il calo è **diffuso su tutto il territorio nazionale**, ma la sua articolazione sembra risentire delle differenze territoriali nella diffusione della pandemia e nelle misure di contrasto adottate a livello locale: la flessione è stata più intensa nel Nord Italia (-10,2% il Nord-ovest e -9,5% il Nord-est), seguito da Centro (-8,8%) e Mezzogiorno (-8,2% il Sud e -5,9% le Isole).
- Di conseguenza, si sono attenuati i noti divari territoriali, dovuti a un insieme di fattori di natura economica e sociale (redditi, livello dei prezzi al consumo, abitudini e comportamenti di spesa).

**SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE  
A VALORI CORRENTI PER TIPOLOGIA DI SPESA**  
Variazione annuale 2020 vs 2019 e peso percentuale



Fonte: Istat

## La congiuntura economica

...

I livelli di spesa più elevati, e superiori alla media nazionale, continuano tuttavia a registrarsi nel Nord-est (2.525 euro), nel Nord-ovest (2.523 euro), e nel Centro (2.511 euro) mentre sono più bassi, e inferiori alla media nazionale, nel Sud (1.898 euro) e nelle Isole (1.949 euro).

- Anche nel 2020, le regioni con la **spesa media mensile più elevata** sono il **Trentino-Alto Adige** (2.742 euro) e la **Lombardia** (2.674 euro) mentre **Puglia** e **Basilicata** hanno la spesa più contenuta, pari rispettivamente a 1.798 e 1.736 euro mensili; la quota più alta per Alimentari e bevande analcoliche si continua a registrare in Calabria, dove si attesta al 29,4%, a fronte del 25,0% osservato nel 2019.

**SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE A VALORI CORRENTI**  
Analisi per condizione professionale della persona di riferimento  
(Valori stimati in euro – Variazione annuale 2020 vs 2019)



Fonte: istat

nazionale).

- Ciononostante, sono ancora queste famiglie a spendere di più (3.471 euro mensili), seguite da quelle che hanno come persona di riferimento un lavoratore dipendente nella posizione di dirigente, quadro o impiegato (2.949 euro). I livelli di spesa più bassi si osservano nelle famiglie caratterizzate da condizioni economiche più precarie, vale a dire quelle con persona di riferimento inattiva ma non ritirata dal lavoro (1.677 euro mensili) o con persona di riferimento in cerca di occupazione (1.776 euro).
- Le famiglie con una spesa più elevata hanno, nel 2020, un livello di spesa equivalente complessiva pari a 4,8 volte quella delle famiglie del primo quinto (5,0 nel 2019; 5,1 nel 2018; 5,2 nel 2017; 5,0 nel 2016; 4,9 sia nel 2015 sia nel 2014; 4,8 nel 2013). Si conferma dunque la leggera diminuzione della disuguaglianza in atto dal 2018, che però nel 2020 è ascrivibile agli effetti delle restrizioni introdotte per contrastare la pandemia.

- La **spesa media mensile aumenta al crescere dell'ampiezza familiare** anche se, per la presenza di economie di scala, **l'incremento è meno che proporzionale rispetto all'aumentare del numero di componenti**. Nel 2020 la spesa media per una famiglia di una sola persona è pari a 1.716 euro, ovvero il 72% circa di quella delle famiglie di due componenti e il 63% circa di quella delle famiglie di tre componenti.
- Anche la **condizione professionale della persona di riferimento** della famiglia, che ne caratterizza fortemente le condizioni economiche e gli stili di vita, influenza la composizione della spesa mensile. In generale, la spesa si è ridotta soprattutto per le famiglie più abbienti: in un quadro di diminuzione generalizzata, spicca il calo (-11,4%) registrato da quelle con persona di riferimento imprenditore o libero professionista, determinato dal fatto che tali famiglie destinano infatti quote maggiori ai comparti merceologici più colpiti dalle restrizioni introdotte per contrastare la pandemia (ricreazione, spettacoli e cultura, 5,4% rispetto al 4,0% della media

## La congiuntura economica

### FOCUS – L’impatto del Covid su consumi, nuove abitudini d’acquisto e stili di vita

Il Paese attraversa una fase di profondo cambiamento, già in corso nel periodo pre-pandemia ed accentuato dalla crisi sanitaria, tale da innescare un radicale mutamento degli stili di vita e delle abitudini d’acquisto e di consumo degli italiani. Questo il punto di partenza dell’Osservatorio “Consumi, nuove abitudini d’acquisto e stili di vita” realizzato da Federdistribuzione e PwC Italia<sup>12</sup>.

L’Osservatorio restituisce una visione d’insieme delle principali tendenze che impattano sull’evoluzione dei consumi nella Distribuzione Moderna, a seguito del consolidamento e dello sviluppo di nuove abitudini d’acquisto e tendenze a cui far fronte anche in considerazione dell’evoluzione demografica e sociale, con diverse generazioni caratterizzate da specifiche esigenze e peculiarità.

Erika Andreetta, Partner PwC Italia, commenta «*La pandemia da COVID-19 ha consolidato e ulteriormente accelerato trend e dinamiche già in atto, che si prevede perdureranno e caratterizzeranno la ripresa dei consumi. Nuove sfide ma anche opportunità per le aziende del Paese, che sono chiamate a adattare i propri modelli di business per rimanere competitive e intercettare le mutate esigenze dei consumatori, all’insegna dello sviluppo del digitale e attenzione a tematiche di sostenibilità*».

Le fa eco Alberto Frausin, Presidente di Federdistribuzione «*Le aziende della distribuzione sono centrali nel sistema economico italiano e intercettano i segnali del cambiamento sociale ed economico, sviluppando offerte e servizi che rispondono a bisogni sempre nuovi delle persone. È grazie a questo ruolo, capillare sul territorio e a contatto con le comunità, che il sistema delle imprese del commercio moderno può far sì che le direttrici di sviluppo individuate dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza si tramutino in progetti concreti. Occorre dunque favorire le condizioni a sostegno di investimenti che possono contribuire alla ripartenza del Paese*».

Cinque in particolare i fenomeni analizzati

#### 1. ECommerce

Le restrizioni imposte dal Governo in risposta alla pandemia da COVID-19, in particolare durante i due periodi di lockdown, hanno accelerato la crescita del **canale eCommerce**, sia per quanto riguarda i generi alimentari che non. Particolarmente significativo il fenomeno nella DM, che nel 2020 ha registrato un incremento del 120% rispetto al 2019, per un valore di 1.326 Mln €.

#### REDDITO E PROSPETTIVE DEGLI ITALIANI



Fonte: PWC

<sup>12</sup> Federdistribuzione-PwC Italia, «Osservatorio Consumi, nuove abitudini d’acquisto e stili di vita» – 30 giugno 2021.

<sup>13</sup> Percentuale di intervistati che dichiarano una riduzione del reddito familiare, in seguito alla crisi.

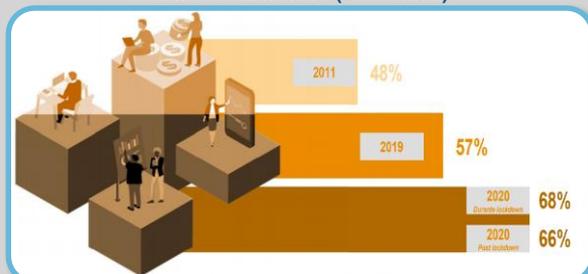
<sup>14</sup> Percentuale di intervistati che si dichiarano preoccupati per le proprie prospettive lavorative, nei mesi a venire.



## La congiuntura economica

Lo sviluppo dell'eCommerce traina la crescita dei **pagamenti elettronici** durante il periodo di lockdown, crescita che sembra confermarsi anche in seguito al periodo di chiusura.

**UTILIZZO DEI PAGAMENTI ELETTRONICI**  
Commercio alimentare (% scontrini)



Fonte: Elaborazione Federdistribuzione

gendo da 'hub' logistico per la gestione degli ordini online e dei servizi logistici ad essi correlati (es. *click and collect*, *home delivery*).

### 2. Sostenibilità

**Considerazioni di natura ambientale, sociale e di governance (ESG)** sono un «must have» per i consumatori ed in cima alle agende di aziende ed istituzioni, compresa l'Unione Europea che ha presentato alla fine del 2019 l'*European Green Deal*.

Il 70% degli italiani è infatti convinto che le aziende che non limiteranno il proprio impatto ambientale saranno penalizzate dai consumatori, mentre il 31% dichiara di preferire con regolarità l'acquisto di prodotti sostenibili, alimentari e non alimentari.

Impegnate su questo fronte anche le aziende di Federdistribuzione che da tempo hanno avviato ed incrementato iniziative legate alle tematiche della sostenibilità, testimoniate nelle diverse edizioni del Bilancio di Sostenibilità promosso dalla Federazione.

Tuttavia, lo sviluppo del canale si dimostra eterogeneo all'interno della Penisola, osservando una maggiore concentrazione di imprese che vendono online e delle piattaforme logistiche nel Nord Italia.

Con la crescita dell'eCommerce, il **ruolo del negozio fisico** rimane comunque centrale: il punto vendita si evolve, dovendo garantire una *customer experience* su misura del consumatore e fun-

**VARIAZIONE NELLE MODALITÀ DI ACQUISTO DI BENI NON ALIMENTARI**



Il **60%** effettua un **numero minore** di acquisti non alimentari **in-store**



Il **43%** effettua un **numero maggiore** di acquisti da **PC**



Il **36%** effettua un **numero maggiore** di acquisti da **smartphone**

Fonte: PWC – Interviste tra maggio e giugno 2020



## La congiuntura economica

### UNA SPESA ALIMENTARE SOSTENIBILE



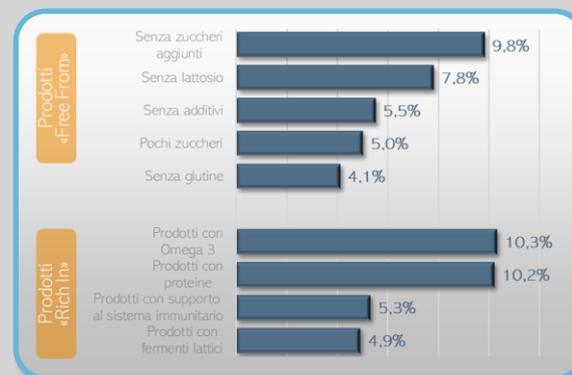
Fonte: PWC

### 3. Salute e Benessere

Le misure di lockdown e le limitazioni agli spostamenti hanno accresciuto l'attenzione verso salute e benessere, sia in termini di benessere fisico che mentale.

In ambito alimentare, gli italiani guardano sempre più alla **composizione dei prodotti**: crescono così le vendite di prodotti "Bio", "Free from" e "Rich in", anche se ultimamente ridimensionate dalla contrazione dei redditi e del potere d'acquisto.

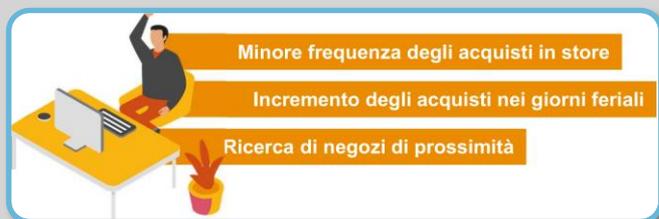
### UNA SPESA ALIMENTARE SOSTENIBILE



Fonte: PWC

### 4. Dimensione Domestica

La situazione legata alla pandemia ha accelerato notevolmente il fenomeno dello **smart working**, con più dell'80% delle imprese italiane con più di 20 addetti ricorse allo smart working nel 2020 e il 68% degli italiani che ritiene che questa modalità diventerà sempre più il modo di lavorare nel prossimo futuro.



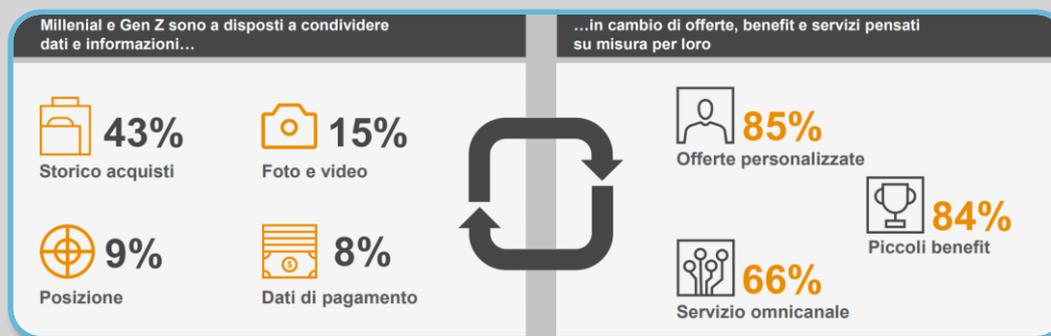
Smart working e limitazione della mobilità hanno portato alla riscoperta delle attività casalinghe, in termini di maggior tempo dedicato alla cucina, cura della casa e hobby, fenomeno che riguarda circa il 30% degli intervistati.

Cresce parallelamente il **desiderio di ritornare alla normalità** con i consumi fuori casa, in particolare per quanto riguarda la propensione a viaggiare, con il 42% dei consumatori intervistati che dichiara che aumenterà la frequenza con cui viaggerà nel 2021 rispetto al 2019.

## La congiuntura economica

### 5. Personalizzazione del Servizio

I consumatori, soprattutto quelli più giovani, sono sempre più disposti a condividere dati e informazioni – quali lo storico degli acquisti, foto e video, la posizione e i dati di pagamento – in cambio di **offerte e servizi fortemente personalizzati** da parte delle aziende.



Fonte: PWC

### Impatto dei cambiamenti demografici

Il report pone infine in evidenza le conseguenze dei **cambiamenti demografici** in atto.

L'analisi parte dalla constatazione che la popolazione del nostro Paese sta progressivamente invecchiando, fenomeno dovuto principalmente ad un significativo calo delle nascite (1,29 il numero medio di figli per donna nel 2019) e ad un aumento della prospettiva di vita (83,3 anni l'aspettativa di vita alla nascita nel 2019), elementi che comportano un aumento del peso della componente anziana (33,3% la percentuale di over 65 stimata al 2065 sul totale della popolazione) e un'ulteriore decrescita della popolazione. Le conseguenze dell'invecchiamento della popolazione nel medio e lungo termine sono molteplici e diverse, partendo dall'impatto sui conti pubblici e comportando anche una riduzione dei consumi, eccezion fatta per le spese sanitarie.

Tra le cause che contribuiscono al declino demografico, ancora più acute dallo stato emergenziale in corso, si evidenziano:

- la **disparità di genere**, che nel nostro Paese si traduce principalmente in disparità del mercato del lavoro, con l'Italia al 114° posto del mondo nella dimensione di partecipazione economica delle donne;
- le **limitate opportunità ai giovani**, che – principalmente per motivi di studio ed economici – ritardano l'uscita di casa e la creazione di una famiglia propria, con quasi il 70% dei giovani tra i 18 e 34 anni che vive con almeno un genitore.



## La congiuntura economica

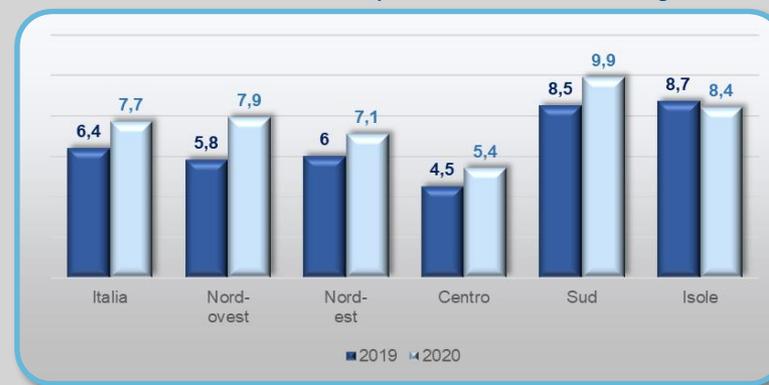
### FOCUS – Impatto del Covid sul livello di povertà

Nonostante le misure emergenziali messe in campo dal governo, nel **2020** la **povertà assoluta** ha raggiunto il livello più elevato dal 2005 (inizio delle serie storiche): una condizione in cui si trovano poco più di **due milioni di famiglie (7,7%** del totale) e oltre **5,6 milioni di individui (9,4%)**, in significativo aumento rispetto al 2019 quando l'incidenza era pari, rispettivamente, al 6,4% e al 7,7%.

Il rapporto pubblicato a giugno dall'Istituto Nazionale di Statistica<sup>15</sup> ribadisce così il quadro delineato dalle stime preliminari di marzo: dopo i miglioramento del 2019, nell'anno della pandemia sono stati toccati valori record.

- Nel 2020, l'**incidenza delle famiglie** in povertà assoluta si conferma più alta nel **Mezzogiorno** (9,4%, da 8,6%) ma la crescita più ampia si registra nel **Nord** dove la povertà familiare sale al 7,6% dal 5,8% del 2019. Tale dinamica fa sì che, se nel 2019 le famiglie povere del nostro Paese erano distribuite quasi in egual misura al Nord (43,4%) e nel Mezzogiorno (42,2%), nel 2020 arrivano al 47% al Nord contro il 38,6% del Mezzogiorno, con una differenza in valore assoluto di 167 mila famiglie.
- Anche in termini di **individui** è il **Nord** a registrare il peggioramento più marcato, con l'incidenza di povertà assoluta che passa dal 6,8% al 9,3% (10,1% nel Nord-ovest, 8,2% nel Nord-est). Sono così oltre 2,5 milioni i poveri assoluti residenti nelle regioni del Nord (45,6% del totale, distribuiti nel 63% al Nord-ovest e nel 37% nel Nord-est) contro 2,3 milioni nel **Mezzogiorno** (40,3% del totale, di cui il 72% al Sud e il 28% nelle Isole).
- Per **classe di età**, l'incidenza di povertà assoluta raggiunge l'11,3% (oltre 1 milione 127 mila individui) fra i giovani (18-34 anni); rimane su un livello elevato, al 9,2%, anche per la classe di età 35-64 anni (oltre 2 milioni 394 mila individui) mentre si mantiene su valori inferiori alla media nazionale per gli over 65 (5,4%, oltre 742 mila persone).
- La povertà assoluta nel 2020 ha riguardato oltre 1,3 milioni di **minori** con una percentuale del 13,5% a fronte del 9,4% degli individui in generale a livello nazionale. L'Istat sottolinea che, per i bambini e i ragazzi, il tasso di povertà assoluta è cresciuto di oltre due punti rispetto al 2019 (11,4%).

INCIDENZA DELLA POVERTÀ ASSOLUTA FAMILIARE  
Anni 2019-2020 – Valori percentuali sul totale delle famiglie



Fonte: Istat

<sup>15</sup> Istat, «Le statistiche dell'Istat sulla povertà – Anno 2020» – 16 giugno 2021.

## La congiuntura economica

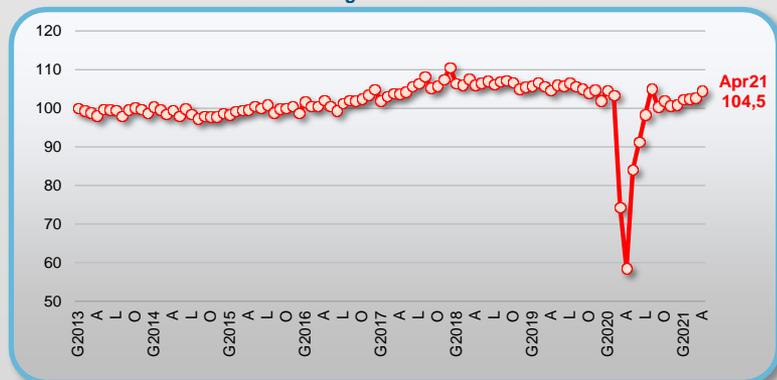
### La produzione industriale

Dopo la fase di stasi mostrata a febbraio e marzo e connessa alle nuove limitazioni introdotte dal Governo, ad **aprile** il processo di recupero congiunturale della **produzione industriale** sembra aver ripreso vigore: con un incremento congiunturale del **+1,8%**, l'indice destagionalizzato supera i livelli pre-pandemici di febbraio 2020.

L'indice depurato dagli effetti stagionali mostra aumenti mensili in tutti i raggruppamenti principali del macro-comparto industriale: variazioni positive caratterizzano infatti i beni strumentali (+3,1%), l'energia (+2,4%), i beni intermedi (+1,1%); salgono anche se in misura meno rilevante, anche i beni di consumo (+0,5%).

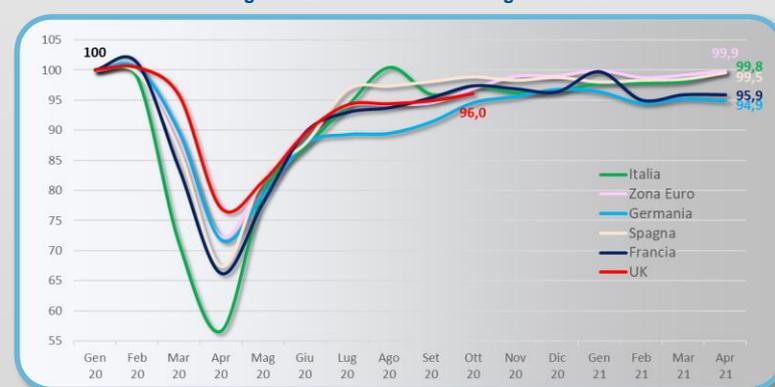
A livello tendenziale la produzione registra un incremento straordinariamente ampio (+79,5%), «*dovuto ai livelli produttivi particolarmente bassi dell'aprile dello scorso anno, quando ebbero luogo le maggiori restrizioni all'attività produttiva per il contenimento dell'epidemia di COVID-19*». La variazione è meno pronunciata per l'energia (+14,2%) mentre risulta particolarmente elevata per i beni strumentali (+119,5%), i beni intermedi (+98,1%) e quelli di consumo (+62,2%). Tutti i principali settori di attività economica registrano aumenti su base annua, ad esclusione dei prodotti farmaceutici (-3,2%); la crescita più ampia caratterizza i settori delle «Industrie tessili, abbigliamento, pelli e accessori» (+363,2%) e della «Fabbricazione di mezzi di trasporto» (+327,3%), delle «Altre industrie» (+160,9%), della «Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche» (+149,3%) e della «Metallurgia e fabbricazione di prodotti in metallo» (+132,8%).

**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

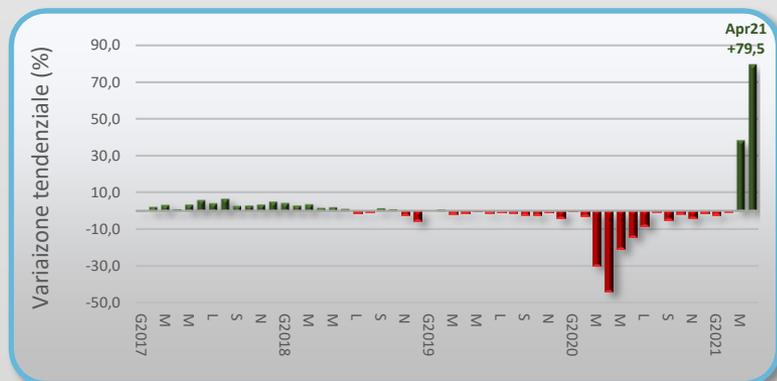
Variazioni congiunturali e tendenziali percentuali, per raggruppamento di industrie

	Variazioni congiunturali (%) <i>(Dati destagionalizzati)</i>		Variazioni tendenziali (%) <i>(Dati corretti per gli effetti di calendario)</i>	
	Apr21 vs mar21	Apr21 vs apr20	YTDapr21 vs YTDapr20	
Beni di consumo <i>durevoli</i>	+0,5	+62,2	+14,3	
<i>non durevoli</i>	+1,7	+780,9	+64,9	
Beni strumentali	+0,2	+35,4	+6,9	
Beni intermedi	+3,1	+119,5	+28,8	
Beni intermedi	+1,1	+98,1	+27,4	
Energia	+2,4	+14,2	+3,3	
<b>Totale</b>	<b>+1,8</b>	<b>+79,5</b>	<b>+21,6</b>	

Fonte: Istat

### PRODUZIONE INDUSTRIALE

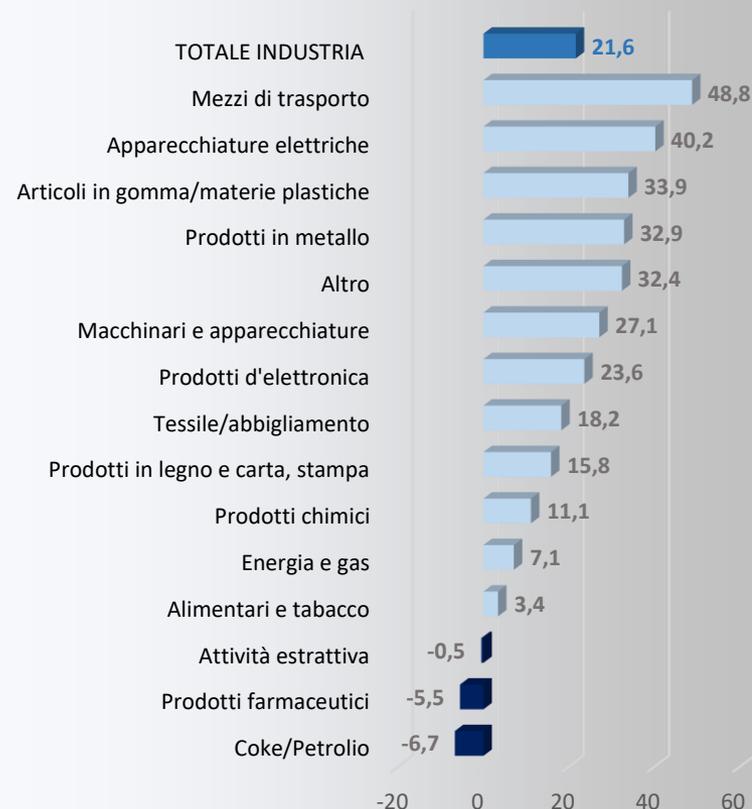
Variazione tendenziale percentuale su dati corretti per gli effetti di calendario



Fonte: Istat

### PRODUZIONE INDUSTRIALE

Variazioni tendenziali, per settore economico – Progressivo aprile 2021



Fonte: Istat

## 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%	-25,6%	-5,2%	-2,5%	+9,9%	-1,1%	-11,4%

Fonte: Istat

### Il commercio estero

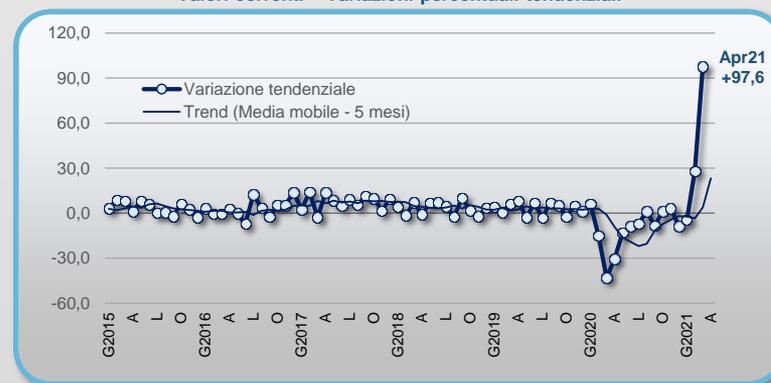
Nuovo incremento congiunturale ad **aprile** per entrambi i flussi commerciali con l'estero, più intenso per le **esportazioni (+3,4%)**, più tenue per le **importazioni (+1,9%)**, ennesimo segnale di nuova vivacità del Sistema Italia.

La crescita su base mensile dell'**export** è dovuta all'aumento delle vendite verso i mercati extra Ue (+7,4%) dal momento che quelle verso l'area Ue registrano un calo contenuto (-0,2%); è inoltre determinata in particolare dall'aumento delle esportazioni di beni strumentali.

Su base annua, i **flussi verso l'estero** registrano una crescita di dimensioni anomale (**+97,6%**), in ragione del livello particolarmente basso registrato ad aprile 2020 a seguito della chiusura degli impianti produttivi di molte industrie e della forte contrazione del commercio mondiale connessa all'emergenza sanitaria. L'incremento riguarda tutti i settori, con l'unica eccezione della farmaceutica, e tutti i principali paesi partner.

Anche per l'**import** l'ampiezza anomala della crescita tendenziale (+62,8%) è dovuta al confronto con il dato di aprile 2020 e risulta generalizzata ad esclusione degli acquisti di prodotti tessili e farmaceutici.

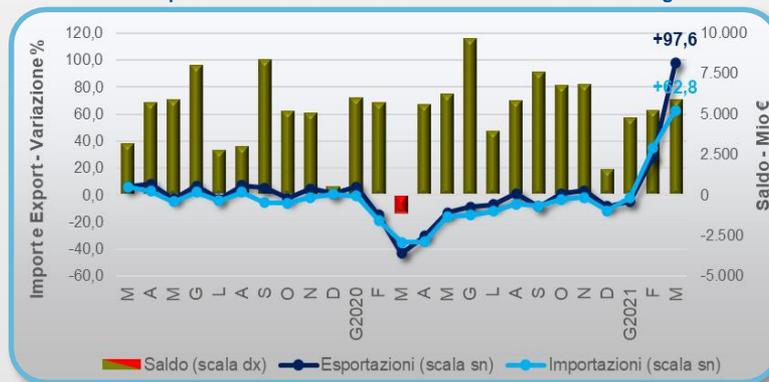
ESPORTAZIONI  
Valori correnti – Variazioni percentuali tendenziali



Fonte: Istat

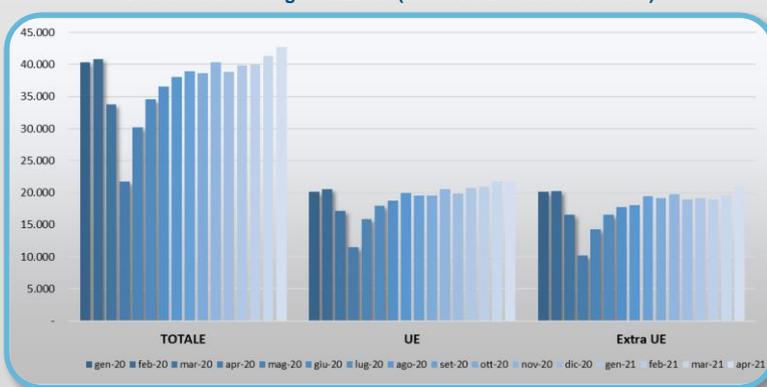
## La congiuntura economica

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



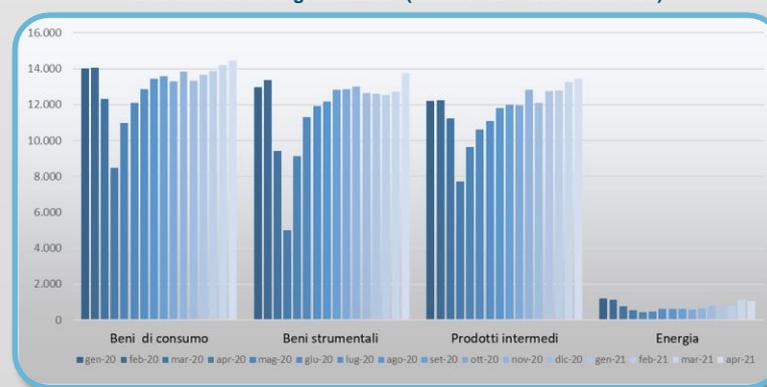
Fonte: Istat

**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

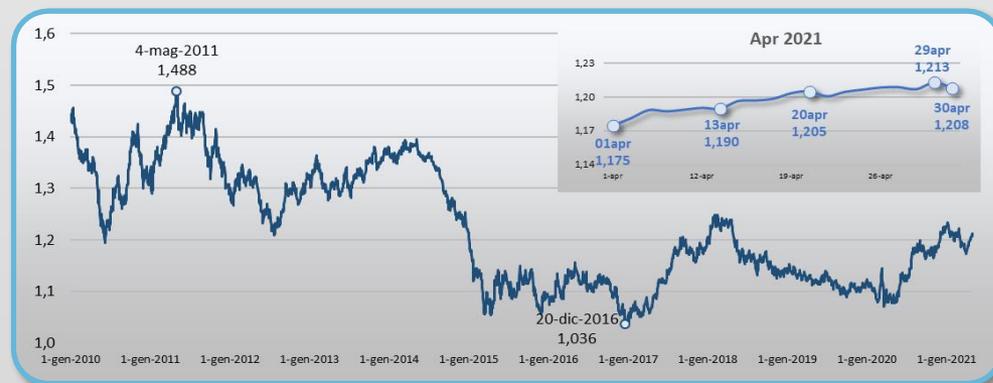
	ESPORTAZIONI			IMPORTAZIONI		
	Variazioni congiunturali (%) (Dati destagionalizzati)	Variazioni tendenziali (%) (Dati grezzi)		Variazioni congiunturali (%) (Dati destagionalizzati)	Variazioni tendenziali (%) (Dati grezzi)	
	Apr21 vs mar21	Apr21 vs apr20	YTDapr21 vs YTDapr20	Apr21 vs mar21	Apr21 vs apr20	YTDapr21 vs YTDapr20
Paesi Ue27	-0,2	+91,5	+22,0	-0,3	+69,2	+19,7
Paesi extra Ue27	+7,4	+104,6	+17,5	+5,0	+54,9	+12,3
Beni di consumo	+1,7	+71,2	+14,3	-1,9	+22,9	+5,2
durevoli	+5,6	+427,0	+51,6	+2,8	+162,2	+42,1
non durevoli	+0,8	+47,0	+8,5	-2,6	+12,9	+1,2
Beni strumentali	+8,3	+175,9	+28,4	+1,5	+102,7	+24,0
Beni intermedi	+1,5	+74,4	+19,3	+5,3	+68,0	+23,7
Energia	-7,1	+92,9	+5,0	+1,9	+117,1	+8,7
<b>Totale</b>	<b>+3,4</b>	<b>+97,6</b>	<b>+19,8</b>	<b>+1,9</b>	<b>+62,8</b>	<b>+16,5</b>

Fonte: Istat

Sembra essersi già arrestato il pur lento processo di apprezzamento del dollaro americano nei confronti dell'euro rilevato a febbraio e marzo e giustificato in parte dall'anticipata ripresa dell'economia statunitense rispetto a quella europea. Ad **aprile**, infatti, il **tasso** ha invertito la tendenza, recuperando un'intonazione positiva fin dai primi giorni del mese e mantenendola nel proseguo.

Il **tasso medio di cambio euro/dollaro** a **aprile** è risultato pari a **1,198**, in lieve aumento rispetto a marzo (quando era pari a **1,190**).

TASSO DI CAMBIO EURO/DOLLARO  
Valori medi giornalieri



Fonte: Banca d'Italia

## La congiuntura economica

### FOCUS - Come cambia la tavola dopo un anno di pandemia<sup>16</sup>

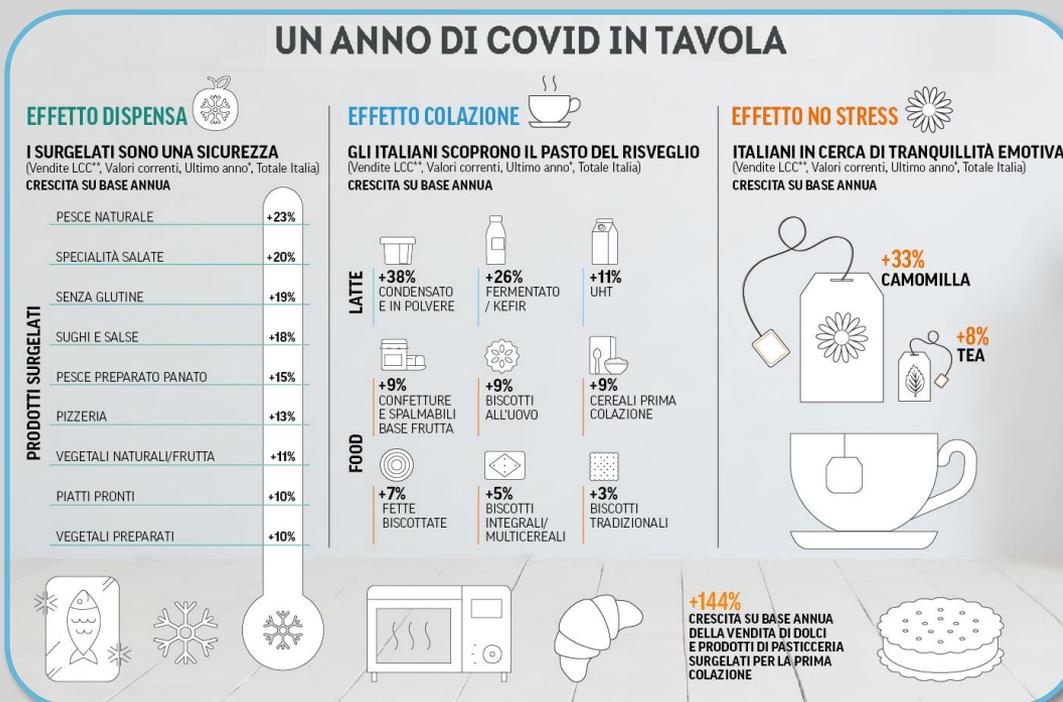
Chiusi in casa per settimane, gli italiani hanno acquisito **nuove abitudini** e **scoperto nuove dimensioni** anche a tavola, da sempre il primo banco di prova di tutti i cambiamenti.

L'analisi dell'Ufficio Studi Coop sui dati forniti da Nielsen per le vendite del largo consumo confezionato tra febbraio 2020 e febbraio 2021 rendono evidenza delle variazioni dei nostri stili di vita e di consumo.

Primo tra tutti vi è il più volte citato **effetto dispensa**, rilevato in particolare sugli acquisti di pasta, scatolame e passate di pomodoro, avvenuti in stile accaparramento tra marzo e aprile 2020. La tendenza con i mesi sembra essere divenuta una prevedente abitudine: in tutto l'anno infatti sono cresciute le vendite di **surgelati** (pesce, sughi e salse, vegetali preparati e perfino le specialità salate come per esempio i pancakes).

Svegli forse anche di primo mattino e con una giornata da riempire davanti, o comunque senza la necessità di uscire al volo, gli italiani hanno anche riscoperto la **prima colazione**. Nell'arco di tempo compreso tra i due mesi di febbraio, sono cresciute le vendite di latte, cereali, biscotti, confetture, fette biscottate. I dolci e i prodotti di pasticceria surgelati per la prima colazione hanno registrato un incremento del +144%.

La tensione generata dalla pandemia e dalle



<sup>16</sup> Ufficio Studi Coop, «Come cambia la tavola dopo un anno di pandemia».

## La congiuntura economica

### COVID, CRESCE IL DRINK@HOME



#### UN BICCHIERE SEMPRE PIÙ PIENO

(Vendite Vino / Champagne / Spumante, Valori correnti, LCC\*\*, Totale Italia)



\* periodo di riferimento: febbraio 2020 - febbraio 2021  
LCC (Largo Consumo Confezionato)  
Fonte: Ufficio Studi Coop su dati Nielsen



**6 MILIONI**  
ITALIANI CHE COLTIVANO L'HOBBY  
DELLA DEGUSTAZIONE DI VINI



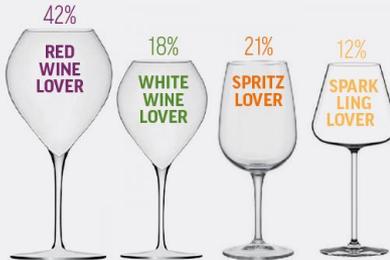
IL PRIMATO TRA GLI ALCOLICI  
NON È IN DISCUSSIONE  
(Vendite bevande alcoliche, Ultimo anno\*, LCC\*\*, Totale Italia)



\* periodo di riferimento: febbraio 2020 - febbraio 2021  
comprendono birre, liquori e aperitivi  
\*\* LCC (Largo Consumo Confezionato)  
Fonte: Ufficio Studi Coop su dati Nielsen

#### A CIASCUNO IL SUO COLORE

(Enc-profilati degli italiani, valori percentuali\*)



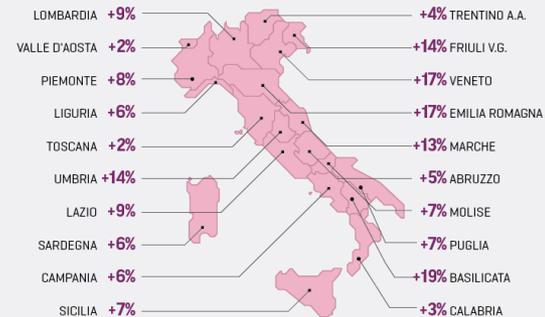
\* più profili associati allo stesso individuo  
Fonte: Ufficio Studi Coop su dati Nomisma - Osservatorio Wine Monitor

conseguenti misure restrittive ha generato un terzo fenomeno, l'**effetto no stress**. Nei dodici mesi sono cresciute le vendite di camomilla e tè, quest'ultimo probabilmente per sostituire il caffè (che comunque registra un incremento del +10% su base annua, probabilmente come sostegno per le ore trascorse davanti al pc o come intercalare per spezzare la noia).

Ma le ore di chiusura forzata in casa ci hanno anche spinto a cercare piccole soddisfazioni determinando l'**effetto comfort drink**. Chiusi in casa gli italiani hanno iniziato a coccolarsi facendo aperitivi *home made* e accompagnando i pasti con un buon bicchiere. Le vendite di vino, champagne e spumanti hanno registrato il +10%, per un totale di 2,7 miliardi di euro. Quasi la metà degli alcolici venduti nella GDO (47%) sono appunto vino, champagne e spumante. Per lo più vino ros-

### COVID, CRESCE IL DRINK@HOME

NELLA CLASSIFICA DELLA CRESCITA BASILICATA E NORD EST AL TOP  
(Vendite Vino / Champagne / Spumante, Valori correnti, Iper+Super, Totale Italia)



Fonte: Ufficio Studi Coop su dati Nielsen

so e con sensibili differenze regionali. La crescita maggiore di quel 47% per esempio si registra in Basilicata (forse anche per il south working, il ritorno a casa per smartworking di persone di solito residenti in altre zone del Paese). Crescono le vendite anche nel Nord Est del Paese e nel centro (Umbria e Marche).



## 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 disoccupazione<sup>17</sup>

In attesa di conoscere gli effetti del venire meno agli inizi di luglio del blocco dei licenziamenti, il quadro sul **mercato del lavoro** delineabile con gli ultimi dati disponibili, datati **maggio**, risulta non dissimile da quello tracciato nella scorsa release. Continua infatti il lento miglioramento dell'**occupazione**, iniziato a febbraio e che nell'ultimo mese considerato incorpora un ulteriore incremento di **36 mila unità** (+0,2%). Da febbraio in avanti il numero di occupati è aumentato di **180 mila unità**, coinvolgendo entrambe le componenti di genere, tutte le classi di età (ad eccezione dei 35-49enni), ma solo i dipendenti a termine.

Rispetto a febbraio 2020 ossia rispetto al periodo pre-crisi, annota però lo stesso Istat, «*il **numero di occupati** è ancora inferiore di oltre 700 mila unità e il tasso di occupazione è più basso di 1,5 punti percentuali. Nonostante il calo della disoccupazione e il proseguimento della contrazione dell'inattività, i tassi rimangono superiori, rispettivamente di 0,7 e 1,2 punti, a quelli registrati prima della pandemia*».

Sul fronte delle **persone in cerca di lavoro** si segnala una diminuzione congiunturale (-1,4%, pari a **-36 mila unità**) che riguarda le donne e tutte le classi d'età ad eccezione dei 25-34enni. Il **tasso di disoccupazione generale** scende al **10,5%** (-0,1 punti) e a **31,7%** tra i **giovani** (-1,1 punti). Positivo anche il miglioramento del numero di **inattivi**, che cala di **30 mila unità**.

Il confronto con gli analoghi indicatori rilevati un anno fa risulta fortemente condizionato dall'eccezionale crollo della disoccupazione rilevato all'inizio dell'emergenza sanitaria: rispetto a maggio 2020, le **persone in cerca di lavoro** risultano in forte crescita (+25,1%, pari a **+525 mila unità**) mentre in significativa diminuzione appaiono gli **inattivi** tra i 15 e i 64 anni (-5,1%, pari a **-730 mila**).

<sup>17</sup> 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		
	Mag21	Apr21	Mag20	Mag21	Apr21	Mag20
15-24 anni	31,7	32,8	29,1	74,0	74,8	77,6
25-34 anni	15,8	15,8	12,5	27,7	28,1	34,2
35-49 anni	8,8	8,9	7,1	21,4	21,3	22,6
50 e più anni	6,1	6,3	5,2	66,1	66,0	66,3

**TASSO DI DISOCCUPAZIONE**  
Dati destagionalizzati - % della forza lavoro



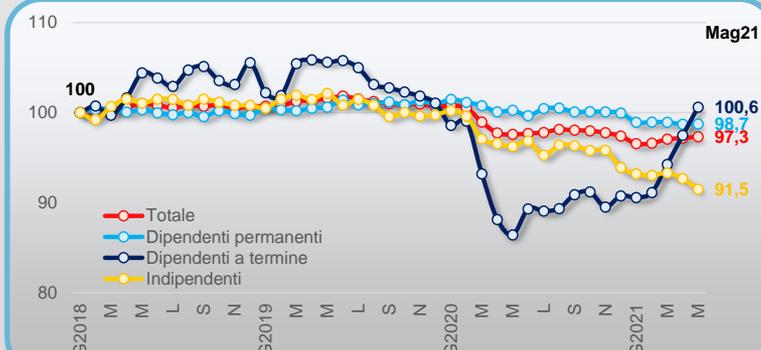
Fonte: Istat

**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 – Maggio 2021

	Valori assoluti (migliaia di unità)	Variazione congiunturale		Variazione tendenziale	
		(abs)	(%)	(abs)	(%)
<b>OCCUPATI</b>	<b>22.427</b>	<b>+36</b>	<b>+0,2</b>	<b>-57</b>	<b>-0,3</b>
Dipendenti	17.622	+99	+0,6	+193	+1,1
<i>Permanenti</i>	14.656	+6	0,0	-225	-1,5
<i>A termine</i>	2.966	+93	+3,2	+418	+16,4
Indipendenti	4.805	-63	-1,3	-250	-4,9
Uomini	13.034	+64	+0,5	0	0,0
Donne	9.393	-28	-0,3	-57	-0,6
15-24 anni	1.039	+46	+4,7	+105	+11,3
25-34 anni	3.880	+20	+0,5	+52	+1,4
35-49 anni	8.815	-16	-0,2	-245	-2,7
50 e più anni	8.693	-15	-0,2	+31	+0,4

**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

### FOCUS – I programmi occupazionali delle imprese<sup>18</sup>

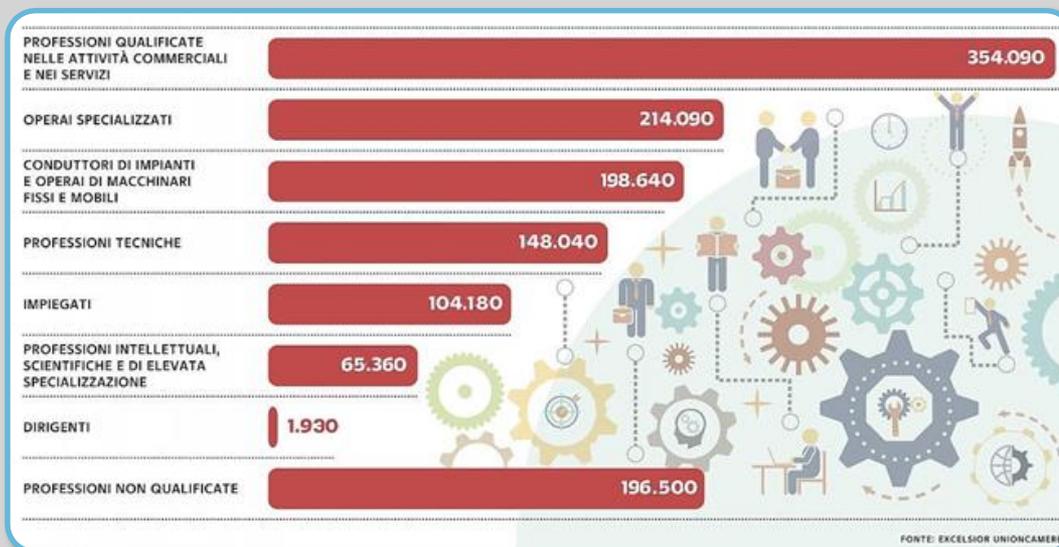
Stante quanto riportato nel **Bollettino mensile del Sistema informativo Excelsior**, realizzato da Unioncamere e Anpal, sebbene con dinamiche eterogenee a livello settoriale e territoriale, le imprese starebbero provando a ripartire, tanto che la loro ricerca di personale dovrebbe aver superato a giugno quella registrata a giugno 2019, cioè in epoca pre-Covid. Sarebbero infatti oltre **560 mila** le opportunità di lavoro offerte dalle imprese a **giugno** che salgono a quasi **1,3 milioni** avendo come orizzonte previsionale l'intero **trimestre giugno-agosto**<sup>19</sup>.

In recupero il settore dei servizi – per effetto soprattutto alla ripresa del settore dell'ospitalità per merito della campagna vaccinale e dell'arrivo della stagione estiva – ma a trainare la ripresa è la manifattura grazie alle nuove tecnologie che stanno stravolgendo ruoli, professioni, organizzazione interna delle aziende.

Oltre a ridisegnare l'industria italiana, la digitalizzazione sta infatti modificando anche il mondo del lavoro. Tra il milione 300 mila nuovi contratti attesi di qui ad agosto, sono infatti in crescita le figure professionali per cui vengono richieste competenze specifiche. «*Si cercano figure sempre più specialistiche – conferma Gaetano Fausto Esposito, direttore del centro studi Unioncamere, l'Istituto Guglielmo Tagliacarne – sia in alto, tra i profili tecnici, sia in basso, dove la specializzazione si chiama personalizzazione ed esperienza*».

«*Per esempio, tra i profili più bassi aumenta la domanda dalle imprese dei "servizi alla persona", che richiedono chiaramente competenze relazionali e di comunicazione e ascolto, che si possono sviluppare anche con l'esperienza. Questo vuol dire che a tutti i livelli c'è bisogno di maggiore preparazione. Non a caso a soffrire di più sono tutti i profili intermedi, amministrativi, ge-*

#### LE ENTRATE PREVISTE NEL PERIODO GIUGNO-AGOSTO 2021

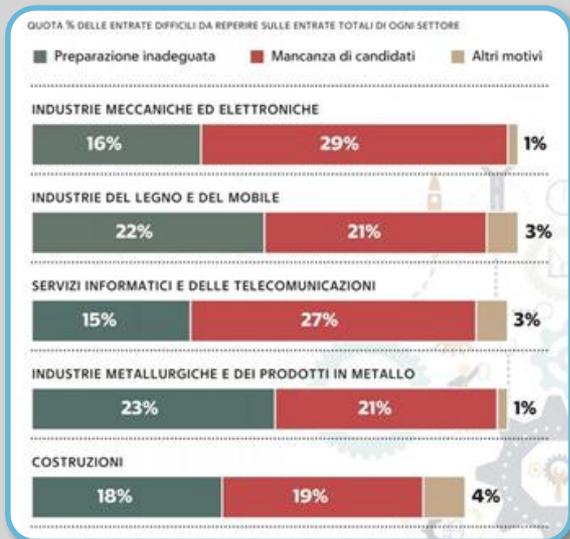


<sup>18</sup> Excelsior Unioncamere, «Riparte la domanda di lavoro delle imprese: a giugno previsioni di assunzione più elevate che nel 2019» – 8 giugno 2021.

<sup>19</sup> Le previsioni del mese di giugno si basano sulle interviste realizzate su un campione di 115.000 imprese. Le interviste sono state raccolte nel periodo 21 aprile - 6 maggio 2021.

## La congiuntura economica

### LE DIFFICOLTÀ DI REPERIMENTO



fronte del 13,1% che invece si attende una flessione, con un saldo positivo pari a 6,7 punti percentuali.

Questo quadro favorisce un **cambio di passo nei programmi di assunzione** che, come anticipato, arrivano a superare i livelli pre-Covid: rispetto a giugno 2019 sono 87 mila le entrate complessive programmate in più (pari a +18,4%). Fanno però eccezione le imprese del turismo che formulano previsioni ancora lontane dai livelli occupazionali pre-crisi (-26 mila ingressi a giugno e -77 mila nel trimestre giugno-agosto) e quelle della comunicazione (-2 mila assunzioni a giugno e -6 mila nel trimestre).

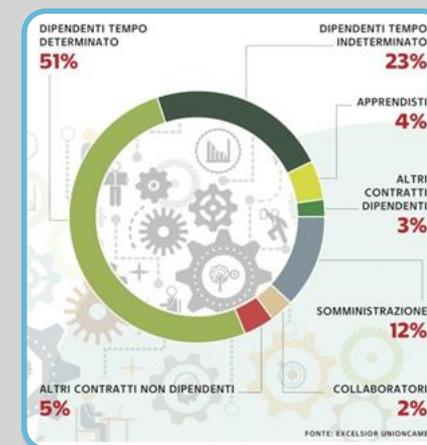
stionali nel senso di addetti alle procedure più routinarie».

E questo infine spiega perché al crescere delle competenze richieste cresce anche il timore da parte delle imprese di non essere in grado di coprire tutte le posizioni offerte, o di trovare comunque una crescente difficoltà a reperire candidati adatti.

«Finché il sistema scolastico e della formazione non cambierà, a fornire agli addetti le nuove competenze necessarie – spiega Esposito – sono le imprese stesse». Questo porta con sé che l'unico modo per un'impresa di trovare le nuove risorse che le sono necessarie sarà quello di sottrarle ad altre imprese che le avranno già formate al loro interno. «Ciò spiega anche perché – conclude Esposito – le differenze retributive si stanno divaricando parecchio anche all'interno dello stesso settore: non è più il settore a contare, ma il grado di specializzazione di ciascuno».

Le previsioni sul recupero dell'economia italiana e le tendenze positive in consolidamento dei mercati internazionali sono del resto confermate anche dalle valutazioni fornite dalle imprese che hanno risposto ai questionari Excelsior: il 19,8% prevede un **aumento della produzione** nel trimestre **giugno-agosto** rispetto al trimestre precedente a

### I CONTRATTI PROPOSTI



## La congiuntura economica

EVOLUZIONE DELLA DISOCCUPAZIONE  
Dati destagionalizzati – Maggio 2021

	Valori assoluti (migliaia di unità)	Variazione congiunturale		Variazione tendenziale	
		(abs)	(%)	(abs)	(%)
<b>DISOCCUPATI</b>	<b>2.620</b>	<b>-36</b>	<b>-1,4</b>	<b>+525</b>	<b>+25,1</b>
Uomini	1.402	+12	+0,9	+299	+27,1
Donne	1.218	-49	-3,8	+227	+22,9

Fonte: Istat

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

	Valori assoluti (migliaia di unità)	Variazione congiunturale		Variazione tendenziale	
		(abs)	(%)	(abs)	(%)
<b>INATTIVI</b>	<b>13.682</b>	<b>-30</b>	<b>-0,2</b>	<b>-730</b>	<b>-5,1</b>
Uomini	5.014	-88	-1,7	-400	-7,4
Donne	8.667	+58	+0,7	-330	-3,7

Fonte: Istat

### Il clima di fiducia delle famiglie e delle imprese

L'Italia oramai completamente «bianca» e le prospettive per un'estate con meno vincoli, effetto anche dell'avanzamento della campagna vaccinale e della sensibile remissione dei contagi, hanno comportato un ulteriore balzo in avanti del **clima di fiducia di consumatori e imprese**. L'incremento registrato a giugno consolida la tendenza positiva in atto da diversi mesi e porta il livello degli indici al di sopra dei valori pre-crisi.

Secondo le ultime rilevazioni dell'Istat il clima di **fiducia dei consumatori** cresce a **115,1** dal precedente 110,6 mentre **l'indice composito del clima di fiducia delle imprese** raggiunge **112,8** da 107,3.

L'**indice di fiducia dei consumatori** risulta in risalita per il terzo mese consecutivo; con l'ultimo recupero, supera il livello di febbraio 2020 e registra un massimo da ottobre 2018.

La crescita è diffusa a tutte le componenti monitorate sebbene si caratterizzi per intensità diverse: il clima economico e quello corrente registrano gli incrementi

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



Fonte: Istat

## La congiuntura economica

più decisi (rispettivamente da 116,2 a 126,9 e da 102,6 a 108,1); più contenuta la dinamica del clima personale e di quello futuro (il primo passa da 108,7 a 111,1 e il secondo da 122,5 a 125,5).

Un'analisi più dettagliata delle singole componenti evidenzia come la crescita risulti trainata soprattutto dal deciso miglioramento tanto delle opinioni sulla situazione economica del Paese quanto dei giudizi sull'opportunità attuale all'acquisto di beni durevoli.

Significativo anche l'aumento registrato a giugno dal **clima di fiducia delle imprese** che consolida in questo modo la tendenza positiva in atto da dicembre 2020.

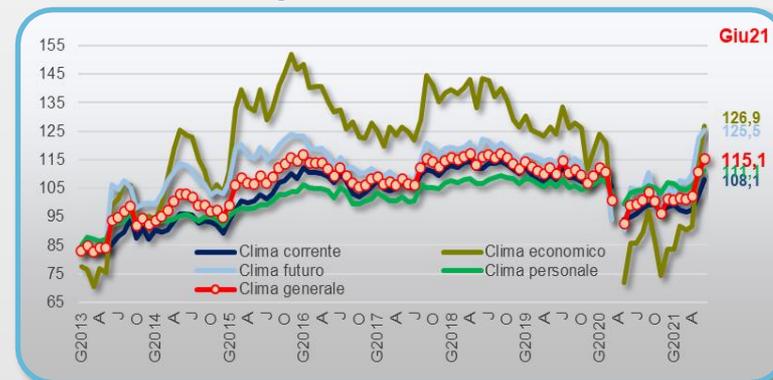
Si stima in particolare un miglioramento della fiducia nella manifattura – dove l'indice sale da 110,9 a 114,8 – e, soprattutto, nei servizi di mercato, in aumento

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



Fonte: Istat

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



Fonte: Istat

da 99,1 a 106,7: con tali incrementi il livello degli indici supera marcatamente quelli precedenti la crisi. Per il commercio al dettaglio l'indice (ora pari a 106,7 da 99,9 di maggio) si attesta leggermente al di sotto del valore registrato a febbraio 2020. Solo nelle costruzioni l'indice di fiducia diminuisce lievemente rispetto a maggio, passando da 153,9 a 153,6.

Nell'industria **manifatturiera** migliorano i giudizi sugli ordini e le aspettative sulla produzione; le scorte sono giudicate in leggero accumulo rispetto al mese scorso. Si segnala una netta crescita della fiducia nel settore dei beni intermedi.

Per quanto attiene alle **costruzioni**, i giudizi sul livello degli ordini sono in miglioramento mentre si registra un calo delle attese sull'occupazione presso l'azienda; tra i settori emerge un calo marcato dell'indice di fiducia nel settore dell'ingegneria civile.

## La congiuntura economica

Con riferimento ai **servizi di mercato**, i saldi di tutte le componenti dell'indice sono in decisa risalita. La fiducia migliora in tutti i settori salvo che nei servizi di informazione e comunicazione.

Nel **commercio al dettaglio**, la risalita dell'indice è trainata dal miglioramento dei giudizi sia sulle vendite sia sulle scorte; le attese sulle vendite diminuiscono. Per quanto riguarda i circuiti distributivi, si evidenzia uno spiccato miglioramento della fiducia nella distribuzione tradizionale (l'indice passa da 92,7 a 101,5); nella grande distribuzione la dinamica, seppur positiva, è più contenuta (l'indice sale da 103,0 a 108,6).

A giugno l'indice **ESI**<sup>20</sup> della Commissione europea è aumentato nell'area euro di 3,4 punti rispetto a maggio portandosi a quota 117,9 punti; nella Ue considerata nel suo complesso, l'incremento è stato di 3 punti (ora l'indice è a 117 punti). Per entrambe le zone l'ESI supera ora di gran lunga la sua media di lungo termine e il livello pre-pandemia, raggiungendo il massimo da 21 anni.

L'analisi per singolo Paese mostra un picco assoluto per la Germania (+5,0) e un incremento per l'Italia (+2,1), i Paesi Bassi (+1,9), la Francia (+1,3) e la Polonia (+0,2). Dei principali 6 Paesi, solo la Spagna registra un decremento (-1,1).

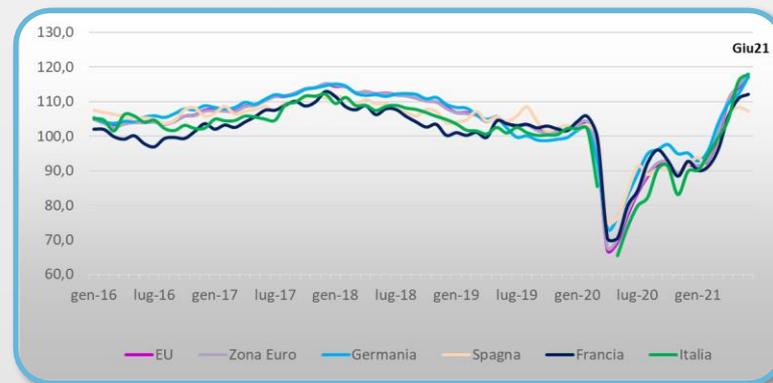
### Prezzi al consumo e alla produzione

Seguendo un trend globale generato per lo più dai prezzi dei beni energetici, in **aprile l'inflazione** si conferma in ulteriore accelerazione: l'Istat certifica un incremento dei prezzi al consumo su base annua del **+1,1%** con un'impennata del **+0,4%** rispetto al mese precedente (il tasso più alto dal settembre 2008).

Come già riportato nelle precedenti release e come ben evidenziato dallo stesso Istat nel comunicato stampa che accompagna la pubblicazione, «ad aprile, è l'accelerazione dei prezzi dei Beni energetici (da +0,4% di marzo a +9,8% di aprile) a trainare l'ulteriore crescita dell'inflazione. Questa accelerazione è do-

<sup>20</sup> 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%).

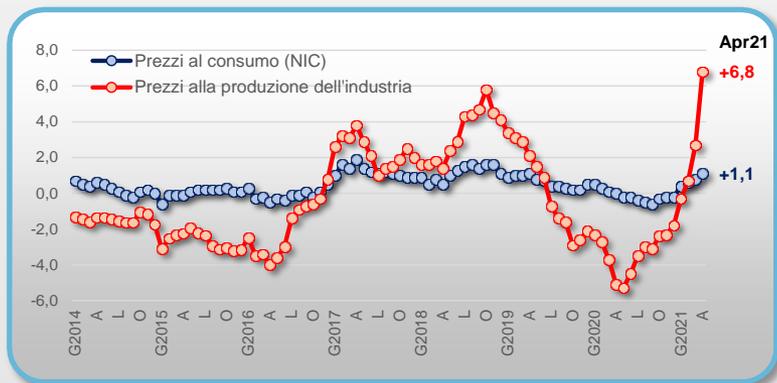
**ECONOMIC SENTIMENT INDICATOR (ESI)**  
Dati destagionalizzati - Indice Gennaio 2010=100



Fonte: Eurostat

## La congiuntura economica

PREZZI ALLA PRODUZIONE E AL CONSUMO  
Variazioni percentuali tendenziali



Fonte: Istat

in **zona euro** mostra infatti analoghe tendenze: ad **aprile l'indice armonizzato** mostra un incremento annuale del **+1,6%**, dopo il +1,3% del mese precedente, con la componente energetica a più rapida crescita (+10,4% rispetto ad aprile 2020). Tra i diversi paesi che compongono l'area si distinguono il Lussemburgo (+3,3%) e la Norvegia (+3,2%) e, agli estremi opposti, la Grecia (-1,1%) e il Portogallo (-0,1%).

Ad **aprile**, negli **Stati Uniti** il **rialzo tendenziale dei prezzi** è stato pari a **+4,9%**.

Dopo aver registrato a febbraio la prima variazione tendenziale positiva dopo oltre un anno e mezzo di «segni meno», ad **aprile** l'indice dei **prezzi alla produzione dei prodotti industriali** spicca un deciso balzo verso l'alto, facendo rilevare un aumento del **+1,3%** su base mensile e del **+6,8%** su base

vuta, però, in buona misura, al confronto con aprile 2020, quando i prezzi di questa tipologia di prodotti, anche a causa dell'emergenza sanitaria, avevano subito una diminuzione marcata rispetto al mese precedente». Lo conferma il dato dell'inflazione al netto degli energetici che scende a +0,3%, valore prossimo a quello di settembre 2020 (+0,2%, ma con un'inflazione generale negativa e pari a -0,6%).

Nello stesso tempo, i prezzi del cosiddetto **carrello della spesa** ampliano la loro flessione (**-0,7%**), portandosi a livelli che non si registravano da agosto 1997 (quando diminuirono su base annua del -0,8%).

L'**inflazione acquisita** per il **2021** dall'indice generale risulta pari a **+1,2%** e a **+0,6%** quella della **componente di fondo**.

Come già anticipato, il rialzo dell'inflazione non è un fenomeno isolato all'Italia ma è generalizzato ai principali paesi sviluppati. L'analisi dell'indice dei prezzi

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



Fonte: Eurostat

## La congiuntura economica

annua.

Ancora una volta, a determinare la dinamica tendenziale dei prezzi sono principalmente i prodotti energetici che segnano marcati rialzi annuali sul mercato interno e nell'area non euro, dovuti al confronto con aprile 2020, quando i prezzi di tali prodotti subirono drastiche diminuzioni. Un contributo alla risalita deriva, inoltre, dai prezzi dei prodotti della metallurgia e prodotti in metallo.

Nel **trimestre febbraio-aprile 2021**, rispetto ai tre mesi precedenti, i **prezzi alla produzione dell'industria** crescono del **+2,6%**. La dinamica congiunturale è più sostenuta sul mercato interno (+2,9%) rispetto a quello estero (+1,9%).

## 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 – FRESCHISSIMO<sup>21</sup> (PI+PV)  
Variazioni percentuali vs anno precedente e incidenza a valore, a rete corrente



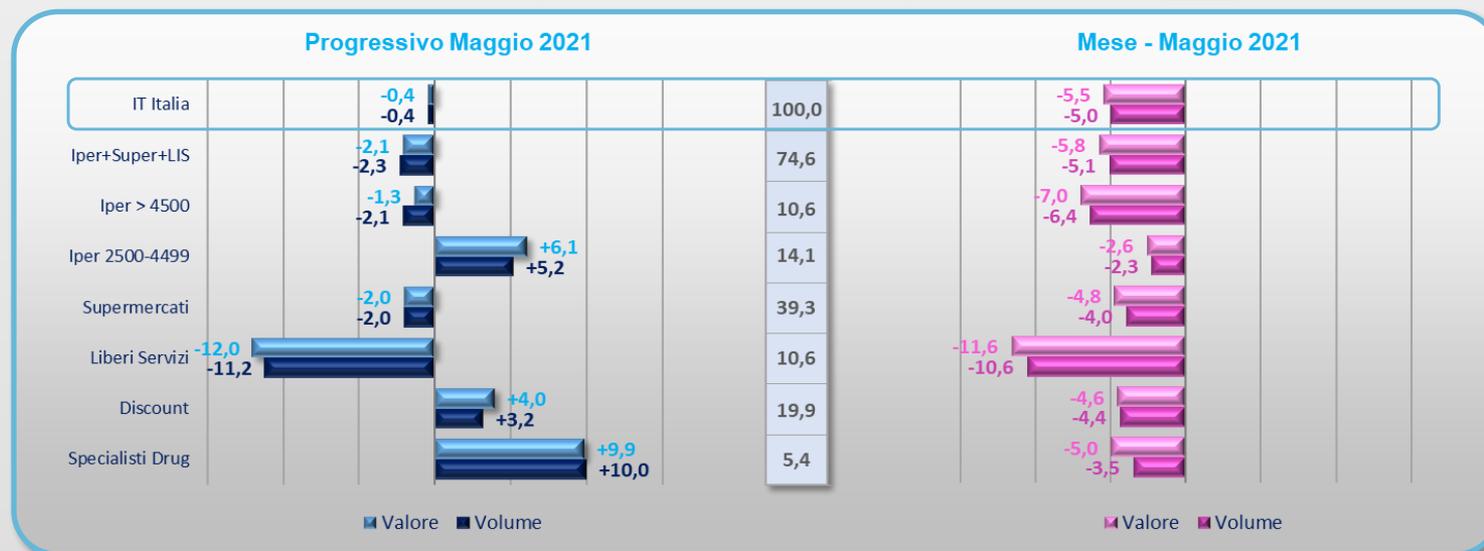
Fonte: Nielsen Trade\*Mis Totale Negozio – Totale Italia

<sup>21</sup> 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



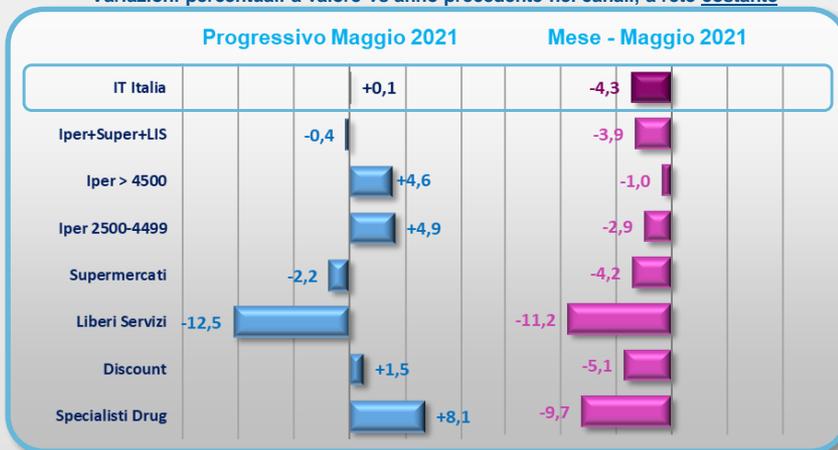
Fonte: Nielsen Trade\*Mis – Market Track

\* 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



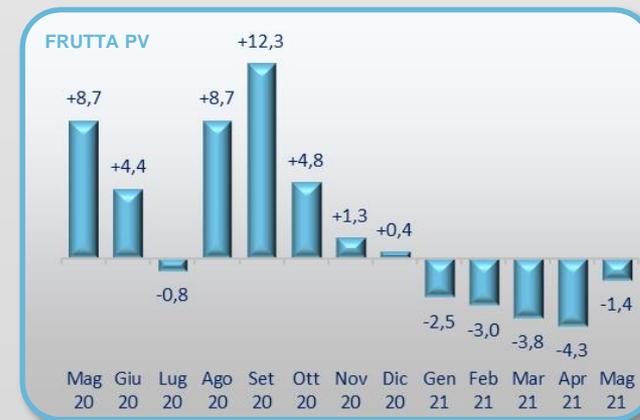
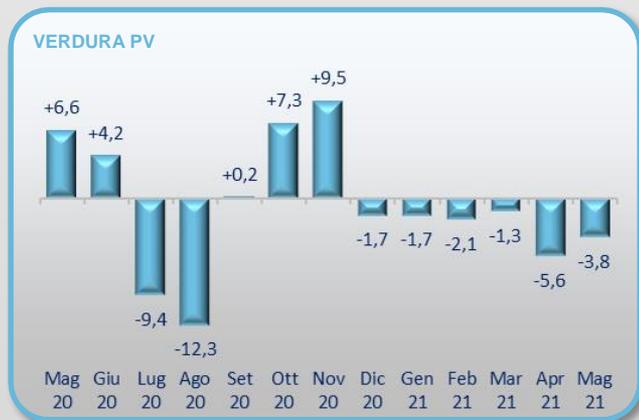
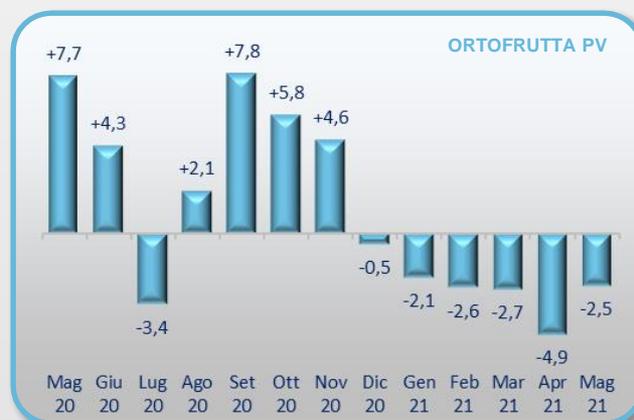
PRODOTTI DI LARGO CONSUMO CONFEZIONATO E A PESO VARIABILE  
Ipermercati + Supermercati



## Il trend della DM – I prezzi

Il carrello della spesa – Indice tendenziale (%)

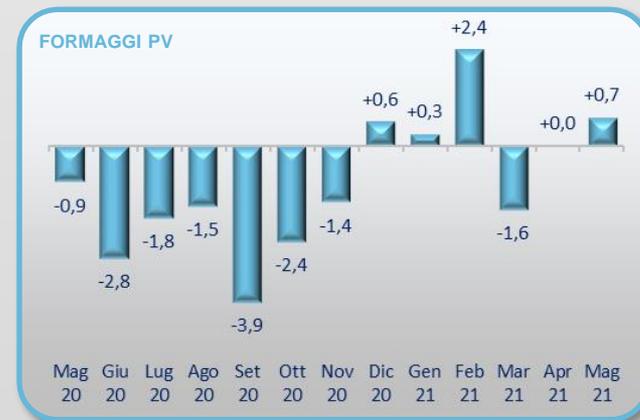
PRODOTTI A PESO VARIABILE  
Ipermercati + Supermercati



## 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	Mag21 vs Mag20
Bevande	-2,2%
Ortofrutta	-2,5%
Petfood + Petcare	-2,5%
Drogheria alimentare	-2,7%
Fresco	-3,1%
Cura casa	-3,3%
Freddo	-3,5%
Cura persona	-5,2%

**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



	Gen20	Feb20	Mar20	Apr20	Mag20
Iper > 4.500 mq.	33,7	34,7	28,5	25,8	26,8
Iper e super 400 – 4.499 mq.	28,0	28,6	24,0	22,0	23,5

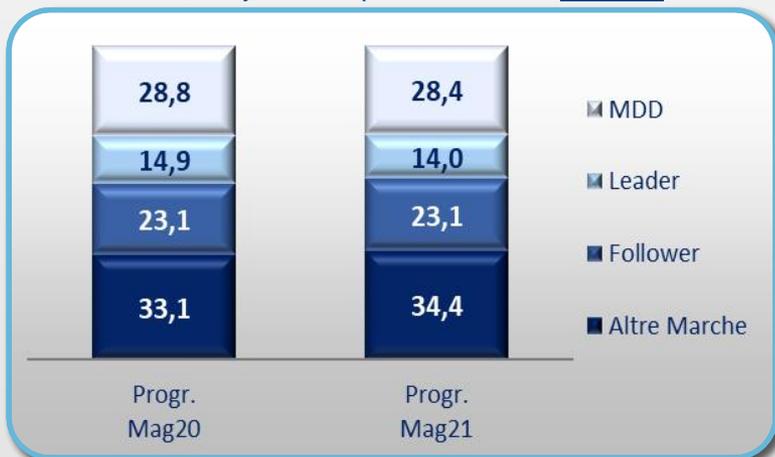
	Gen21	Feb21	Mar21	Apr21	Mag21
Iper > 4.500 mq.	32,2	34,4	33,7	32,6	34,1
Iper e super 400 – 4.499 mq.	26,8	28,8	28,5	27,6	28,3

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

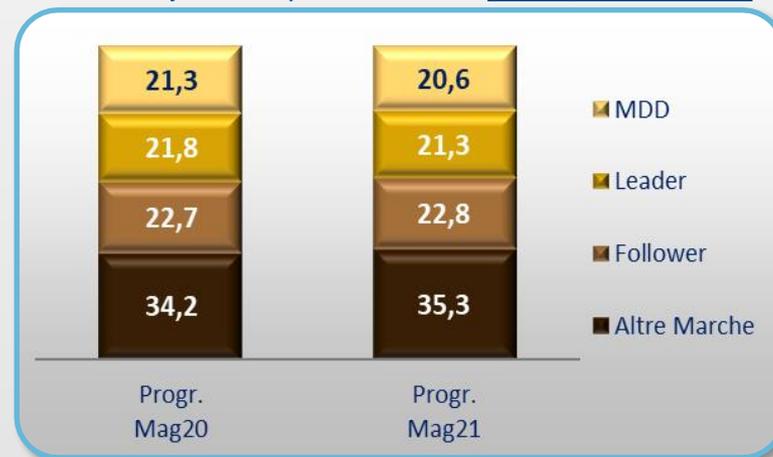
	Gen21	Feb21	Mar21	Apr21	Mag21
Iper e Super	20,1	22,0	21,3	20,4	21,5
Iper > 4.500 mq.	22,8	25,4	24,2	23,3	25,0
Iper e super 400 – 4.499 mq.	19,5	21,3	20,7	19,9	20,8

## 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



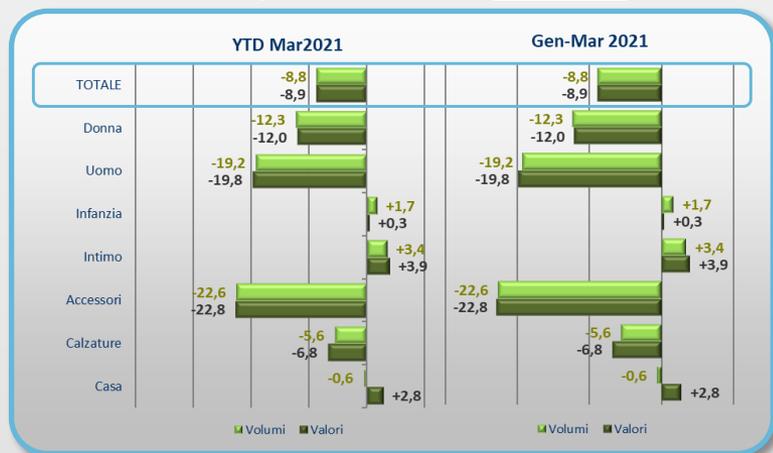
ANDAMENTO DELLE MARCHE DEL DISTRIBUTORE  
Totale Grocery - Incidenza percentuale a valore



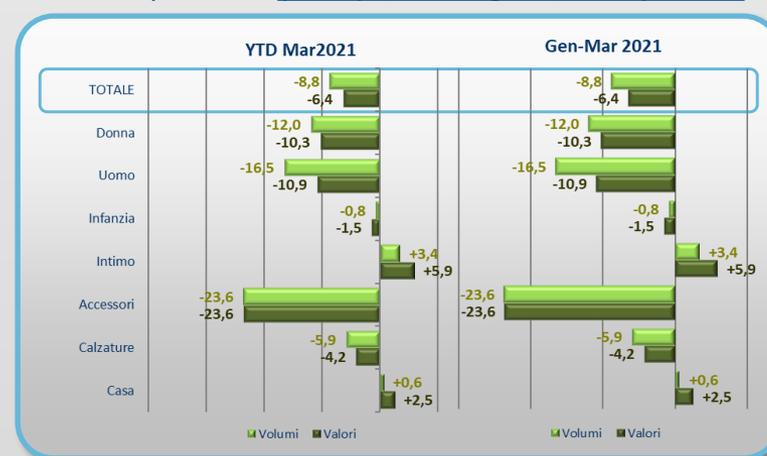
## Il trend della DM – I mercati NO FOOD

### 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  
per e Super, Grandi magazzini, Catene specializzate



## Il trend della DM – I mercati NO FOOD

### I mercati NO FOOD

I dati sulle **vendite al dettaglio** di **aprile 2021** delineano i contorni di un quadro che poco si discosta da quello raffigurato il mese scorso: ancora una volta raffigurano un andamento dei consumi debole. Le **vendite non alimentari** registrano infatti un nuovo calo congiunturale del **-1,5%** cui si contrappone un "artificiale" fortissimo incremento tendenziale (**+83,0%**), risultato «del confronto con le vendite di un mese, aprile dello scorso anno, caratterizzato dalle estese chiusure dovute alle misure di contrasto all'emergenza sanitaria». La debolezza dei consumi è confermata dal livello dell'indice destagionalizzato, ancora al di sotto dei valori pre-pandemia di quasi 9 punti.

«Il mondo del commercio, in particolar modo non alimentare, sta attraversando una fase di incertezza, caratterizzata da due trend opposti» afferma Carlo Alberto Buttarelli, Direttore Relazioni con la Filiera e Ufficio Studi di Federdistribuzione. «Da una parte si registrano segnali positivi nella fiducia dei consumatori che vogliono tornare alle abitudini d'acquisto pre-pandemia, dall'altra questa volontà non si trasferisce sui consumi e la domanda interna si conferma ancora molto debole».

«Nella seconda parte dell'anno sarà quindi di fondamentale importanza per le imprese del commercio un progressivo e costante ritorno alla normalità che permetta la ripresa dei consumi, un pilastro per la ripartenza economica del Paese» conclude Buttarelli.

Come anticipato, il confronto tendenziale risulta «viziato» dal confronto con il periodo di lockdown dello scorso aprile e tale da determinare tassi di variazione positiva eccezionalmente elevata, talvolta a tripla cifra. Gli aumenti maggiori riguardano i «Mobili, articoli tessili, arredamento» (+653,0%), le «Calzature, articoli in cuoio e da viaggio» (+431,3%) e i «Giochi, giocattoli, sport e campeggio» (354,9%). Come per il mese scorso, la crescita di minore entità (+6,0%) è quella dei «Prodotti farmaceutici».

**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



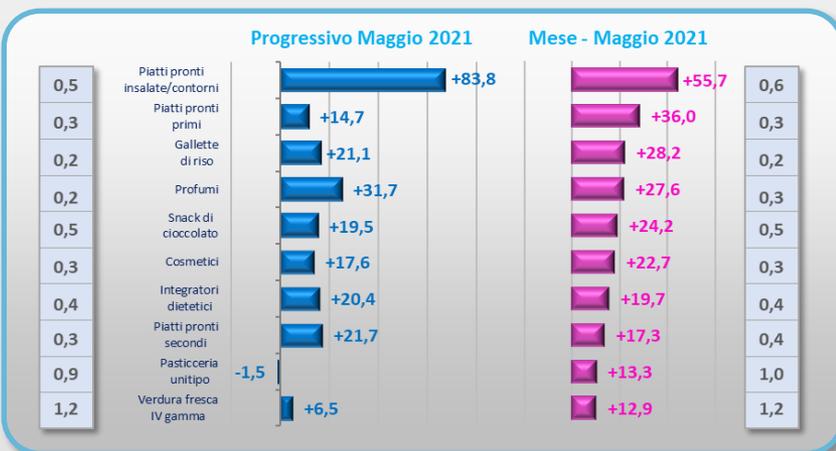
Fonte: Nielsen Trade\*Mis – Totale Italia

\* Trend Vendite a PREZZI COSTANTI

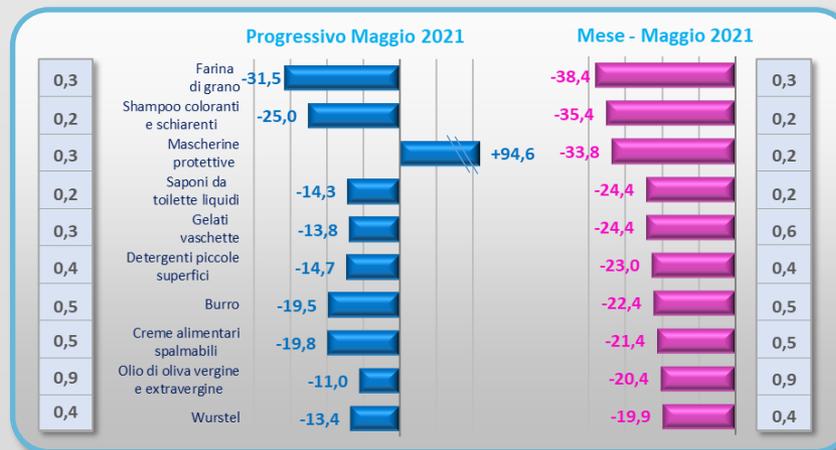
## APPENDICE

### I prodotti Grocery

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



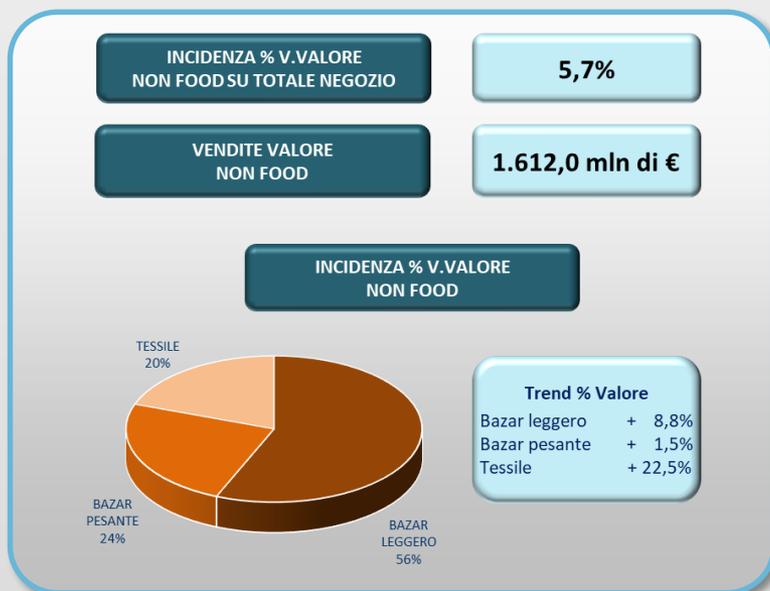
**INCIDENZA\* E TREND PER CATEGORIA – BOTTOM TEN DEL MESE**  
 Variazioni percentuali a valore vs anno precedente, a rete corrente



## APPENDICE

### Analisi vendite per area, comparto e famiglia\*

ANALISI AREA – COMPARTO – FAMIGLIA  
Iper + Super – Progressivo a maggio 2021



	Progressivo Anno Corrente		
	V.Valore in Euro	Trend % Valore	Peso % comparto
<b>TOTALE NEGOZIO</b>	<b>28.305.539.200,0</b>	<b>0,4</b>	<b>100,0</b>
FOOD FRESCO E PRODOTTO CONFEZIONATO	26.356.851.680,0	-0,0	93,1
NO FOOD	1.612.044.104,0	9,3	5,7
<b>BAZAR LEGGERO</b>	<b>908.248.976,0</b>	<b>8,8</b>	<b>3,2</b>
CASALINGHI	273.337.140,0	4,6	1,0
GIOCHI E TEMPO LIBERO	99.449.037,3	6,9	0,4
GIARDINAGGIO	175.063.067,8	36,5	0,6
LIBRI E GIORNALI	69.137.996,5	9,9	0,2
CANCELLERIA	67.865.337,1	-1,6	0,2
FAI DA TE	84.197.218,0	-11,6	0,3
SPORT E TEMPO LIBERO	92.367.163,8	17,1	0,3
VEICOLI A MOTORE	33.635.374,4	-1,1	0,1
GIOIELLERIA - BIGIOTTERIA	8.356.721,3	52,3	0,0
ASCOLTO E VISIONE	3.163.122,5	-30,8	0,0
PUERICULTURA ACCESSORI	1.676.797,2	-27,6	0,0
<b>BAZAR PESANTE</b>	<b>389.483.771,0</b>	<b>1,5</b>	<b>1,4</b>
TELEFONIA	130.568.809,0	-4,8	0,5
ELETTR.BRUNI	98.273.761,5	-2,0	0,3
PICCOLI ELETTRODOMESTICI	62.032.076,0	6,1	0,2
ELETTR.BIANCHI	32.137.747,5	3,7	0,1
ARREDAMENTO E ARTICOLI PER LA CASA	38.723.348,3	14,8	0,1
FOTOGRAFIA E OTTICA	26.345.929,9	20,9	0,1
UFFICIO-CASA	1.266.085,2	33,4	0,0
ELETRONICA	136.013,1	-38,2	0,0
<b>TESSILE</b>	<b>314.311.358,0</b>	<b>22,5</b>	<b>1,1</b>
ABBIGLIAMENTO	196.241.507,5	20,2	0,7
TESSILE CASA	75.815.560,4	27,8	0,3
CALZATURE PELLETERIA	42.254.290,3	24,0	0,1
<b>ALTRO</b>	<b>336.643.048,0</b>	<b>-6,0</b>	<b>1,2</b>