

CONSUMI: IN ABRUZZO CROLLO OLTRE MEDIA, "RITROVARE FIDUCIA E GESTIRE APERTURE"

22 Marzo 2021



L'AQUILA - Per la prima volta dall'inizio del lockdown il trend più negativo si registra in Umbria, che perde il 74,3% a causa del colore rosso che l'ha contrassegnata per quasi tutto il mese di febbraio. Al secondo posto, sia pure molto distanziato in termini percentuali, il Trentino-Alto Adige -56,4%, che paga anch'esso le restrizioni adottate soprattutto nell'area di Bolzano, così come l'Abruzzo -47,4%.

I dati dell'Osservatorio permanente Confimprese-EY sui consumi di mercato evidenziano una situazione di grande instabilità, che potrebbe mutare nelle prossime settimane non solo a causa delle nuove misure di emergenza sanitaria pronte a essere varate in vista della Pasqua, ma anche del peggioramento generale della curva pandemica.

Continua la discesa della ristorazione che si conferma il settore con le performance più negative -50,3%, seguita dall'abbigliamento -36,5%. Il non food contiene le perdite a -6,2% rispetto a febbraio 2020. Il bilancio sugli ultimi 12 mesi vede così la ristorazione perdere il -56,5%, l'abbigliamento il -46%, il non food il -29,1%.

Il mese di febbraio chiude con un calo del -35,8% a livello nazionale e, sebbene ci sia un recupero di 22,6 punti percentuali su gennaio, il dato è ancora fortemente negativo. Il lieve miglioramento è dovuto al momentaneo allentamento delle restrizioni in alcune regioni del Paese, ma sull'anno mobile - ultimi 12 mesi - il crollo si attesta al -46,3%.

A sorpresa la Toscana scende sotto la soglia del 50% che l'ha contrassegnata per l'intero anno di pandemia e segna -42,6%, seguita da Campania -42,4%, Liguria -42,3% ed Emilia-Romagna -41%. Il Molise registra un calo del -39,7%. Seguono Valle d'Aosta -38,3%, Lazio -37,6%, Sardegna -36,7%, Friuli-Venezia Giulia -35,2%, Puglia -34,8%, Veneto -33,1%, Marche -32,9% e Piemonte -32,7%. In ripresa la Sicilia -31,9% dopo il tonfo di gennaio a -75,9% che l'aveva consacrata peggior regione

d'Italia e la Lombardia, che nonostante rimanga la regione più colpita, chiude in terzultima posizione -29,7%, meglio solo la Calabria -28,8% e la Basilicata -26,2%.

Tra i canali di vendita il mese vede sempre in sofferenza il travel con un -59,9%. La pesante situazione, che vede il mancato afflusso di turismo italiano e straniero, sta imponendo agli operatori del settore un ripensamento dei format e una rimodulazione dell'esperienza d'acquisto per il futuro. Continua la flessione di centri commerciali -43,2% e outlet -36,5%. Risultati meno sconcertanti per le altre località con -27,8%. In recupero le high street che chiudono a -27,6%, un risultato quest'ultimo in gran parte dovuto alla chiusura dei centri commerciali nei fine settimana e al conseguente affollamento dei centri città e delle vie dello shopping.

Le aree geografiche mostrano andamenti abbastanza simili, anche se la peggiore è l'area Centro (Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Sardegna) con -40,5%, seguita dall'area Nord-Est (Emilia-Romagna, Triveneto) -38,3% e dall'area Sud (Campania, Calabria, Sicilia, Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata) -36,1%. A sorpresa l'area Nord-Ovest (Lombardia, Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta), segnata dal peso della regione più colpita dall'anno di pandemia, chiude il mese a -31,6%.

Nell'analisi per città la peggiore è Genova -53,8%, la migliore Torino -31,3%. Tra le due estremità della classifica troviamo Firenze -51,3%, Bologna -44,6%, Napoli -39,7%, Roma -39,1%, Milano -37,8%, Venezia -37,4% e Palermo -36%.

Per quanto riguarda le province, invece, è Perugia la peggiore d'Italia. Fa segnare un drammatico -80,2%. Solo le province lombarde (Bergamo, Brescia e Monza) avevano fatto peggio in marzo 2020 toccando punte del -88%. L'Umbria e le sue province sono state rosse per quasi tutto il mese di febbraio con interdizione di scuole, bar, ristoranti, negozi e questo ha fatto pagare una tassa pesante in termini di consumi. Segue distanziata di 20 punti percentuali la provincia di Chieti -60,7% e Genova -51%, anch'essa in zona semi-rossa nel mese di febbraio con conseguenti limitazioni in tutti i settori. A breve distanza troviamo Firenze -50,2%. Le province che seguono si attestano tutte sotto il 50%. A partire dall'Emilia-Romagna con Reggio Emilia -48,6%, Bologna e Forlì-Cesena -44%, Parma -42,5%, Modena -37%, Rimini -25,4% per finire alla Toscana con Firenze -50,2%, Livorno -47,5%, Lucca -33,4%.

In Campania Caserta che è stata a lungo tra le peggiori province a causa della forte concentrazione di centri commerciali nella zona mostra ancora il peggiore trend della regione con -44,5%, seguita da Napoli -43,3% e Salerno -37,7%.

In Lombardia la provincia di Milano scende a -33%, Pavia -31,6%, Monza e Brianza -29,1%, Varese -17,1% e Bergamo registra un più confortante -15,1%.

Veniamo alle isole. In Sicilia le province anch'esse fortemente colpite dal calo dei consumi nei mesi passati mostrano i seguenti andamenti: Catania -44,1%, Palermo -33%, Siracusa -22%, Agrigento -21,8%, Messina -21,2%. In Sardegna Sassari segna -33,5% mentre Cagliari il -39,1%.

Nel Veneto la peggiore è la provincia di Venezia -37,5%, seguita da Padova -34,1%, Verona -30,3%, Treviso -29,6%, Vicenza -28,6%. In Puglia la provincia di Foggia mostra i trend peggiori -43,6%, seguita da Bari -43,1%, Brindisi -36,4%, Taranto -10,4%. In Piemonte Alessandria si attesta a -37,3%, Torino -35,3%, Novara -31,9%, Cuneo -22,6%. Nel Lazio Roma è a -38,9% e Frosinone -36,5%, Latina -27%. In Friuli-Venezia Giulia arretra la provincia di Udine con -37,6%. Nelle Marche Ancona fa segnare -41,2%, mentre Macerata registra un trend migliore col -26,1%. In Calabria, infine, Cosenza registra -30,9%, Reggio Calabria -26,6%, Catanzaro -26%.

"In febbraio continua l'onda negativa in tutti i settori, tranne nel non food che, sulla scia delle minori restrizioni di alcune merceologie e della ritrovata voglia degli italiani per la lettura, per l'arredamento della casa e per gli oggetti di elettronica, chiude il mese di febbraio con una contrazione ridotta - chiarisce Mario Maiocchi, direttore Centro studi retail Confimprese - Resta il fatto che, nonostante l'avvio della campagna vaccinale, abbiamo di fronte un altro anno di convivenza con il virus e per questo dobbiamo ritrovare fiducia sapendo gestire le aperture e non le chiusure. Continuiamo a sostenere che gli operatori del commercio hanno messo in atto in tempi rapidissimi protocolli operativi molto stringenti, volti a prevenire i rischi di contagio nelle diverse tipologie di esercizi, siano essi situati sia nei centri delle città sia all'interno di centri commerciali, parchi commerciali o altre strutture analoghe".

"Febbraio segna ancora un forte calo dei consumi (-35,8%), influenzato dalle chiusure e dalla ridotta mobilità - osserva Paolo Lobetti Bodoni, med business consulting leader di EY - Iniziamo a osservare anche un cambiamento negli stili di consumo degli italiani che, a distanza di un anno dall'emergenza, si stanno abituando a rinnovare meno spesso l'abbigliamento e a non poter consumare i pasti fuori casa. Sarà importante capire se questo trend si confermerà anche in presenza di futuri allentamenti delle misure sanitarie, o se sarà necessario un periodo più lungo di assestamento, prima di poter tornare alle vecchie abitudini".