

Consumi in picchiata, marzo tra i mesi peggiori dallo scoppio della pandemia

Abbigliamento e calzature tra i settori più penalizzati, ma si rivede anche la spesa alimentare

Rincari energetici e l'instabilità politica internazionale legata al conflitto ucraino affossano i consumi. E' quanto rileva Ascom Confcommercio Bergamo, commentando i dati di un mese come quello corrente, decisamente al di sotto delle aspettative. All'indomani della ricerca condotta a livello nazionale da Istat e in attesa di uno studio ad hoc sul territorio elaborato dall'Osservatorio di Format Research, si va concretizzando il timore di chiudere il mese di marzo in profondo rosso. I consumi sono al palo: "Marzo si preannuncia uno dei mesi peggiori tra quelli vissuti dallo scoppio della pandemia- commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. In primo luogo c'è una forte difficoltà sul lato dei consumi perché è venuto alla luce un certo segmento ampio di famiglie bergamasche che fa fatica a sostenere i rincari di energia e gas. Inoltre, anche la guerra sta smorzando i consumi di coloro che avrebbero possibilità di spendere". "La Pasqua alta e l'inverno mai iniziato davvero ma non ancora terminato hanno bloccato le vendite di abbigliamento e calzature che, secondo Federmoda Italia, a febbraio sono scese del 16% e la percezione su marzo è ancora peggiore: si teme un crollo del 20-30% rispetto al 2021, anno in cui la mobilità era ridotta a causa del continuo cambio di colore della Regione" continua Fusini. I rincari delle bollette stanno spingendo a rivedere anche gli acquisti alimentari. "Stiamo registrando un calo dei consumi anche della spesa alimentare. Prevediamo una perdita del 10%, a causa del rialzo del costo delle spese obbligate". Molti negozi alimentari rilevano importi inferiori degli scontrini.

Il quadro di difficoltà emerge anche dall'indagine Istat, che registra l'ennesima diminuzione a marzo per la fiducia dei consumatori, che scende addirittura ai livelli di gennaio 2021 passando da 112,4 a 100,8, un crollo verticale. Male anche il dato relativo alle imprese, in flessione più contenuta (da 107,9 a 105,4) ma comunque in controtendenza rispetto al dato positivo di febbraio. È quanto ha comunicato l'Istat ([link ai dati completi in pdf](#)), spiegando che tutte le componenti dell'indice di fiducia dei consumatori sono in calo, anche se con intensità diverse. Il clima economico e quello futuro precipitano rispettivamente, da 129,4 a 98,2 e da 116,6 a 93,5, mentre il clima personale scende da 106,8 a 101,7 e quello corrente cala da 109,6 a 105,7. Quanto alle imprese, giù tutti i comparti ad eccezione delle costruzioni, che salgono da 159,7 a 160,1. Nel manifatturiero l'indice cala da 112,9 a 110,3, nei servizi di mercato da 100,4 a 99 e nel commercio al dettaglio da 104,5 a 99,9. Nei servizi di mercato e nel commercio al dettaglio peggiorano tutte le componenti, ad eccezione dei giudizi sulle scorte nel commercio. "Il deterioramento del clima di fiducia delle famiglie e delle imprese nel mese di marzo era prevedibile, ma non con l'intensità con cui si è manifestato. Per i consumatori, si tratta di un'erosione totale del miglioramento del sentiment faticosamente conquistato dopo la fase peggiore della pandemia. Legato ad attese di peggioramento dell'occupazione e dell'inflazione e di conseguenza della situazione personale e delle possibilità di risparmio, questo brusco ridimensionamento produrrà inevitabilmente un'ulteriore frenata nel processo di recupero del livello dei consumi". Questo il commento dell'**Ufficio Studi di Confcommercio**, che specifica che "tale tendenza potrebbe coinvolgere in misura più significativa i beni durevoli e più in generale gli acquisti di beni e servizi considerati meno necessari, in perfetta coerenza con i riflessi della crescita dei costi delle spese obbligate. Più contenuto, ma non meno preoccupante, è il calo della fiducia delle imprese, su cui pesa, in modo più diretto, l'evoluzione del quadro

internazionale. In questo contesto vi sono anche segnali positivi come la ripresa della fiducia degli operatori turistici, legata al venir meno di molte restrizioni. Anche in questo caso i prossimi mesi rappresentano un test per verificare se l'inversione di tendenza ha basi solide o si esaurirà rapidamente".