Congiuntura economica Confcommercio Il 2021 inizia più in salita del previsto

"Il 2021 inizia più in salita del previsto: ancora emergenza Covid, dati sui consumi in calo e Pil in forte riduzione. Difficile immaginare il rimbalzo previsto dal Governo nei prossimi mesi. Una situazione gravissima che rischia di peggiorare con la crisi politica in atto. Le imprese, che sono allo stremo, hanno bisogno di tre certezze: indennizzi immediati e commisurati alle perdite subite, regole chiare sulla riapertura delle loro attività, un progetto condiviso sull'utilizzo efficace del Recovery Plan". Non usa giri di parole Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio, nel commentare i dati dell'ultima congiuntura economica elaborata da Confcommercio. *Per l'***Ufficio Studi confederale,** infatti, il peggioramento della situazione sanitaria e il prolungamento delle misure di contrasto alla pandemia non aprono scenari rassicuranti per il 2021, deludendo così le aspettative di un concreto recupero di ampia parte delle perdite di prodotto e di consumi patite nel 2020.

Per quanto riguarda nello specifico i consumi, a dicembre l'**ICC è sceso su base annua dell'11,1%** rispetto al -16,2% di novembre, sintesi di un leggero calo dei beni (-0,6%), mentre per molti servizi di mercato, anche per dell'inasprimento delle misure nel periodo delle festività natalizie, la caduta ha ampiamente superato il 50%. L'anno si chiude così con un ICC in discesa del 14,7%, dato differente rispetto a quello che riflette il calo complessivo dei consumi, stimato dall'Ufficio Studi al 10,8%.

Quanto al **Pil di gennaio** la stima è di un **-0,8% su dicembre,** quinto calo consecutivo, e di un -10,7% sullo stesso mese del 2020. Nel quarto trimestre il Pil dovrebbe ridursi

del 3% rispetto al terzo quarto del 2020 e del 7,5% tendenziale per una chiusura annua a -9%.

Il calo dell'11,1% è la sintesi di **riduzioni del 41,3% per i servizi, i più colpiti dalle misure restrittive, e dello 0,6% per i beni.** Nel complesso del 2020 l'indicatore segnala un calo del 14,7%, con una riduzione del 30,3% per i servizi e del 7,9% per i beni. Fanno eccezione a questo andamento solo le spese per l'alimentazione domestica (+2,1%) e per le comunicazioni (+8,7%).

Come già avvenuto nei mesi precedenti sono i servizi legati alla mobilità e alla fruizione del tempo libero quelli che sono andati peggio, mentre i beni hanno beneficiato del tentativo delle famiglie di conservare un'apparenza di normalità durante le festività di fine anno. Di questa reazione hanno però poco beneficiato, nel confronto annuo, sia l'**abbigliamento e le calzature (-12,1%) sia i carburanti (-20,7%)**. Per molti settori nel 2020 c'è stato un vero e proprio tracollo della domanda, con riduzioni ampiamente superiori al 50%, particolarmente nei comparti del turismo in senso lato, dei servizi ricreativi, dell'abbigliamento, delle calzature, dei mobili e dell'arredamento.

Per gennaio l'Ufficio Studi prevede un **aumento dello 0,3% in termini congiunturali**, in larga parte determinato dalla ripresa dei prezzi degli energetici regolamentati e non, e una variazione nulla su base annua.

La ripresa prosegue e trascina l’occupazione. Malvestiti: «Fiducia per il recupero dei consumi»

Bergamo registra l’ottavo trimestre consecutivo di crescita e dati positivi per il lavoro. Qualche incertezza per il commercio al dettaglio. La disoccupazione è scesa al 4,4%

Bergamo, commercio e servizi in affanno

Il dettaglio regge su base annua grazie al commercio non specializzato. Per il quarto quadrimestre consecutivo sono però in calo le vendite dei prodotti di largo consumo nella Gdo. In flessione anche alberghi, ristoranti e servizi alle imprese

---

Commercio, a Bergamo ancora segno “più”. In flessione

l’alimentare

Nel primo trimestre la Camera di Commercio regisra un timido +0,2%, su base annua la crescita è dell’1,8%. In calo del 3,7% l’alimentare, +2,5% il non alimentare. Poco brillanti i servizi. In salita la produzione industriale

---

Commercio al dettaglio, a Bergamo ancora col segno “più”

L’indagine congiunturale della Camera di Commercio al secondo trimestre. Vendite in crescita dell’1,7%, trainate dal settore non alimentare. Per la produzione industriale un timido 0,2%