

EFFETTO CORONAVIRUS: CONSUMI -31,7% A MARZO E PIL -13% AD APRILE

I dati di "Congiuntura Confcommercio" evidenziano per alcuni settori un crollo delle vendite fino al 100%, con recuperi minimi da online e consegne a domicilio. **A Milano quasi 1 miliardo e mezzo di consumi in meno a marzo.**

14 aprile 2020

Nel primo trimestre riduzione dei consumi del 10,4% rispetto allo stesso periodo del 2019, per effetto della debacle del mese di marzo (-31,7%). È la stima dell'Ufficio Studi Confcommercio, che parla di "dinamiche inedite sotto il profilo statistico-contabile, che esibiscono tassi di variazione negativi in doppia cifra non presenti nella memoria storica di qualunque analista".

D'altra parte basta leggere il dettaglio dei dati sull'accoglienza turistica (-95% degli stranieri a partire dall'ultima settimana di marzo), sulle immatricolazioni di auto (-82% nei confronti dei privati), sulle vendite di abbigliamento e calzature (attualmente -100% per la maggior parte delle aziende, precisamente quelle non attive su piattaforme virtuali), su bar e la ristorazione (-68% considerando anche le coraggiose attività di delivery presso il domicilio dei consumatori). E con qualche ritardo la produzione si è adeguata: fiducia e indici di attività produttiva sono infatti crollati a marzo.

Di conseguenza, le stime dell'Ufficio Studi indicano una riduzione tendenziale del Pil del 3,5% nel primo quarto del 2020 e del 13% nel mese di aprile.

A Milano e area metropolitana quasi 1 miliardo e mezzo di consumi in meno a marzo

Nel mese di marzo a Milano, Monza Brianza e Lodi crollo verticale dei consumi a causa dell'emergenza Covid-19 con una perdita complessiva di 1 miliardo e 857 milioni di euro. Solo per Milano e area metropolitana il crollo dei consumi è di 1 miliardo e 424 milioni di euro. La stima è dell'Ufficio studi della Confcommercio milanese che, analizzando i profondi cambiamenti del comportamento di consumo e acquisto indotti dall'emergenza sanitaria, ha operato – base Istat - un confronto con l'ammontare dei consumi delle famiglie in condizioni di normalità: quasi 6 miliardi di euro. Un confronto drammaticamente impietoso con un calo del 31,1% della spesa delle famiglie e con l'assenza dei consumi generati dalla presenza di turisti: spariti 128,5 milioni di euro a marzo. La drastica riduzione della spesa di quasi un terzo – rileva l'Ufficio studi di Confcommercio Milano - ha cambiato in questo periodo radicalmente la struttura del paniere di spesa. Sale percentualmente il peso dei prodotti alimentari dal 18,1 al 28,2%, di alcuni consumi domestici (come acqua, elettricità, gas, affitti) dal 35,1% al 49,8% e delle "comunicazioni" (servizi telefonia-internet e postali) dal 2,3 al 3,3%.

"Il crollo senza precedenti dei consumi a marzo, rilevato dal nostro Ufficio studi – afferma Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - è l'effetto del lockdown deciso per contenere l'emergenza sanitaria. La maggior parte delle imprese del settore terziario accusa perdite pesantissime che arrivano al cento per cento dei fatturati. In un quadro così drammatico è necessario, come richiesto dal nostro presidente Carlo Sangalli, liquidità immediata e senza burocrazia, integrando le garanzie pubbliche per l'accesso al credito con indennizzi e contributi a fondo perduto per le micro, piccole e medie imprese. Allo stesso tempo occorre uno spostamento più significativo delle scadenze fiscali e contributive".