Rassegna stampa
26 gennaio 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

Primo Piano **L'emergenza economica**

Consumi, nuova frenata a dicembre Ancora lontane le spese pre-Covid

La corsa per i regali di Natale non è bastata a incrementare il valore degli acquisti rispetto a un anno fa
La Lombardia ha ancora un gap del -6,5% col 2019: Como tra le peggiori, si salvano Milano e Bergamo

Fonte: Osservatorio consumi Confimprese-Jakala

Withub

Il confronto dicembre 2022-dicembre 2021	
I settori	
Abbigliamento/accessori	-13,2%
Commercio non alimentare	+4%
Ristorazione	+17,2%
Le aree	
Nord	+2,9%
Centro	+5,6%
Sud	-4,4%
Così in Lombardia	+0,6%
I principali poli del commercio	
10. Bergamo	-7,9%
12. Milano	+6%
8. Varese	-0,8%
7. Como	+5,4%
4. Lecco	+4,6%
5. Lodi	-5,9%
6. Cremona	-1%
2. Mantova	-0,1%
Il confronto tra gli anni 2022 e 2019	
La flessione	-6,5%
I settori	
Abbigliamento/accessori	-16,8%
Commercio non alimentare	+1,7%
I canali di vendita	
Centro commerciali	-12,9%
L'e-commerce	-7,9%
Così in Lombardia	-6,5%
I principali poli del commercio	
10. Bergamo	-3,2%
1. Brescia	-8,8%
12. Milano	-2,3%
8. Varese	-8,2%
7. Como	-12,3%
4. Lecco	-9%
2. Mantova	-15,5%

Rassegna stampa
26 gennaio 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

MILANO
di **Luca Balzarotti**

Non è bastata la corsa ai regali di Natale a risollevare i consumi. Dicembre si è chiuso con una violenta frenata degli acquisti, confermando la curva negativa dell'ultimo trimestre anche in Lombardia. Nell'ultimo mese dell'anno la variazione positiva rispetto allo stesso del periodo del 2021 è scesa ulteriormente (+0,6%) rispetto a novembre (+3,1%). A settembre la Lombardia cresceva del 12%, a ottobre di oltre il 4% chiudendo il periodo migliore per i consumi inaugurato ad aprile. Il bilancio del 2022 rispetto all'ultimo anno pre-Covid, il 2019, è negativo: le spese in Lombardia sono diminuite del -6,5%, qualcosa in più della flessione registrata a livello nazionale (-6,3%) dall'Osservatorio permanente sui consumi di Confimprese-Jakala. Tutti i principali poli commerciali analizzati da Confimprese - l'associazione di imprese che operano nel commercio con reti dirette e franchising (90mila punti vendite, 450 marchi e 800mila addetti) - presentano un trend ancora fortemente negativo rispetto al periodo precedente alla pandemia da Covid-19. Solo Milano con il -2,3% è riuscita a contenere le perdite dei consumi. Mantova con il -15,5% è la provincia lombarda che fa più fatica a tornare sui livelli pre-crisi sanitaria ed economica. Così come Como, che paga una distanza del 12,9%, seguita da Lecco col -9%. Appena meglio riescono a fare Brescia e Varese, che hanno chiuso l'anno con -8,8% e -8,2% rispetto al 2019. Bergamo, invece, dopo Milano è la provincia che meglio è riuscita a recuperare dopo la crisi, limitando il trend negativo al -3,2%.

Analizzando i settori merceologici, l'abbigliamento e gli accessori di moda risultano i più in sofferenza, con un gap del -16,8% rispetto al pre-Covid. Più stabile il commercio non alimentare, in grado di recuperare i livelli del 2019 (+1,7%). Per quanto riguarda invece i canali di vendita, i centri commerciali sono lontani dai volumi di affari di tre anni fa: -12,9%. Anche l'e-commerce ha registrato una frenata significativa: -7,9%.

L'andamento di dicembre ha contribuito a rallentare la ripresa. La media lombarda della variazione dei consumi rispetto allo stesso periodo del 2021 è stata solo leggermente positiva (+0,6%) grazie alle crescite di Milano (+6%), Como (+5,4%) e Lecco (+4,6%) che hanno compensato in parte le forte perdite registrate a Bergamo (-7,9%) e Lodi (-5,9%) e le flessioni di Cremona (-1%), Varese (-0,8%) e Mantova (-0,1%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I SETTORI

Abbigliamento e accessori di moda i più in difficoltà Tiene il commercio non alimentare

I CANALI DI VENDITA

Centri commerciali lontani dal periodo precedente alla pandemia Affari giù del 12,9%

Rassegna stampa
26 gennaio 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

L'analisi del direttore del centro studi Confimprese

«Partiti male, poi ripresa e violento stop: è tornata la paura»

Cala il potere d'acquisto e aumentano i timori per guerra e carburanti L'effetto? Si compra coi saldi

Mario Maiocchi direttore centro studi Confimprese associazione di imprese nel commercio con reti dirette e franchising

MILANO

«Il -6,3% del 2022 rispetto al periodo pre-pandemia va analizzato». Il risultato negativo finale - spiega Mario Maiocchi, direttore centro studi Confimprese - è l'esito di «una partenza molto lenta nel primo trimestre, segnata da una flessione del 16,7% rispetto al 2019, seguita da una costante ripresa nel periodo aprile-novembre fino al -1,9% e dalla brusca frenata di dicembre che, con un -9,8% nei confronti del 2019, ha riportato alla luce la preoccupazione sul rallentamento dei consumi legato all'erosione del potere d'acquisto e la conseguente preoccupazione sugli scenari geopolitici. In quest'ottica la gelata dei consumi in dicembre e la fiammata di inizio saldi può essere interpretata come l'orientamento dei consumatori verso acquisti convenienti sia per scontistica sia per fascia prezzo».

In attesa di conoscere l'evoluzione di gennaio e verificare l'effetto delle preoccupazioni per il conflitto in Ucraina e per il caro-carburanti, nei primi quattro giorni di saldi, secondo i dati del centro studi Confimprese, si è registrata una crescita del 5% del valore delle spese.

«A dicembre – afferma Alessandro Olivari, senior partner Jakala – si è evidenziato un aumento delle visite e del traffico in tutti settori rispetto allo stesso periodo del 2021. La maggiore frequentazione non si è tradotta in aumenti delle vendite: dicembre ha chiuso con risultati quasi invariati rispetto al 2021. Le grandi città sostengono la crescita dei consumi (+8%) e delle frequentazioni, mentre nel resto d'Italia si registra più prudenza».

L.B.