

Retromarcia Italia

Per **Confcommercio** a gennaio prezzi più alti, il Paese in recessione

LA CRISI

LE CONTROMISURE POSSIBILI

BALSAMO E SERVIZI ALLE PAGINE 2, 3, 4, 5 E 11 >>

SEGNALI POSITIVI

«L'atteggiamento delle famiglie resta positivo e non si avvertono cambiamenti radicali nei comportamenti d'acquisto»

PARADOSSO

«A una fiducia in forte risalita, si contrappone l'azzeramento della crescita dei consumi nell'ultimo quarto del 2022»

A gennaio prezzi in aumento

Confcommercio: nel 2023 l'inflazione non al di sotto del 6%

L'ANALISI

L'Ufficio studi ipotizza un primo trimestre «recessivo»

● «Il rallentamento della domanda delle famiglie, dovrebbe avere innescato un ciclo recessivo, di durata e intensità ridotte». È quanto afferma l'Ufficio studi **Confcommercio** che stima per gennaio un Pil «in calo dello 0,9% in termini congiunturali, con una crescita dello 0,4% su gennaio 2022, ponendo le premesse per un primo trimestre recessivo».

Quanto all'inflazione, a gennaio i prezzi al consumo dovrebbero registrare un incremento dello 0,6% su dicembre, portando il tasso tendenziale al 10,5% (dall'11,6% di dicembre). Ma per **Confcommercio** è «difficile ipotizzare una crescita dei prezzi nella media del 2023 sotto il 6%»

LA CONTRADDIZIONE - Spiega ancora l'organizzazione di categoria: «L'importante eredità del 2022» (l'inflazione acquisita per il 2023 è stato pari a 5,1%) «e la

TRE ANNI DIFFICILI

I livelli di consumo si mantengono ben distanti dai valori del 2019

perdurante crescita dell'inflazione di fondo rendono, comunque, difficile ipotizzare una crescita dei prezzi nella media del 2023 sotto il 6%». Quale la contraddizione secondo **Confcommercio**? «A una fiducia in forte risalita, si contrappone l'azzeramento della crescita dei consumi nell'ultimo quarto del 2022. Produzione e occupazione sarebbero in riduzione tra novembre scorso e l'attuale mese di gennaio, eppure segnali molto favorevoli si riscontrano sul versante dell'inflazione, molto elevata ma probabilmente in significativa riduzione nei prossimi mesi».

FIDUCIA

- «Nonostante l'erosione del potere d'acquisto di redditi correnti e ricchezza liquida, solo in parte

SANGALLI

«Recuperare competitività rafforzando i sostegni a famiglie e imprese»

compensata dai sostegni pubblici, l'atteggiamento delle famiglie resta positivo e non si avvertono cambiamenti radicali nei comportamenti d'acquisto. Sono da escludere, quindi, almeno a breve termine, drastiche e generalizzate riduzioni della domanda».

L'INDUSTRIA - Ampliando il perimetro della lettura, a novembre la produzione industriale ha confermato la tendenza al rallentamento, «trend che perdurerebbe fino ai primi mesi del 2023, stando alle indicazioni degli imprenditori. Il mercato del lavoro ha mostrato, a novembre, una sostanziale te-



06901
nuta con una
lieve riduzione
del numero
di occupati (-0,1% su ottobre
pari a -27mila unità).

I CONSUMI -Nello stesso mese i consumi, espressi nella metrica dell'ICC (la Camera di Commercio internazionale, hanno confermato la tendenza ad una minore dinamicità, con una crescita dello 0,4% su base annua. Il dato è sintesi di una flessione della domanda per i beni (-0,2%) e di una crescita per i servizi (+2,7%).

Nel complesso del 2022 l'ICC ha registrato una crescita del 4,2%, sintesi di un recupero più accentuato dei servizi (+15,5% sul 2021) e di una moderata crescita della domanda di beni (+0,4%). Nonostante questo andamento molto positivo, i livelli di consumo si mantengono ben distanti dai valori complessivi del 2019 (-4,1%). I servizi si confermano in forte ritardo (-11,2%), così come il segmento dell'automotive (-23,8%) e dell'abbigliamento e calzature (-6,6%).

SOLUZIONI? - «Il 2022 si è chiuso con buoni risultati sia in termini di consumi, attorno al 4,5%, sia di Pil in progresso, poco sotto il 4%. Tuttavia caro bollette e inflazione spingono verso una recessione che comunque dovrebbe essere di ridotta intensità.

L'energia costa, ad esempio, il doppio che in Francia. Dobbiamo recuperare, dunque, competitività ed è necessario rafforzare sostegni a famiglie e imprese». Questo il commento del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli ai dati sulla congiuntura di gennaio diffusi dall'Ufficio Studi dell'organizzazione.

(red. p.p.)