

2022



RAPPORTO SUL TERZIARIO CONFESERCENTI

UFFICIO ECONOMICO CONFESERCENTI

Premessa

L'Osservatorio di AssoTerziario-Confesercenti nasce per approfondire il quadro delle attività che vi rientrano, con attenzione specifica a quelle di mercato, escludendo quindi il settore pubblico e le attività delle famiglie in alcuni comparti).

Nasce in ambito Confesercenti, che rappresenta da sempre una quota importante delle attività di tutte le imprese del terziario di mercato, della distribuzione e dei servizi ed in un momento che visto una pronunciata evoluzione rappresentativa della compagine associativa in direzione dei servizi.

In questa delicata fase di incertezza relativa al conflitto russo-ucraino in atto, alla fuoriuscita dalla pandemia e di transizione digitale ed energetica, con tutte le inevitabili ripercussioni - economiche, competitive, sociali - sul mondo delle imprese, AssoTerziario Confesercenti intende rafforzare i presidi di politica attiva e di tutela delle aziende afferenti al Terziario che rappresenta un elemento di straordinaria vivacità e rilevanza per la crescita dell'economia nazionale: lavorare al consolidamento di questo primato con gli attori delle filiere è un compito che richiede impegno e strumenti operativi.

Con l'Osservatorio, l'intento è quello di valorizzare il tessuto imprenditoriale del comparto, apprezzarne il contributo all'economia nazionale e fornire utili elementi di conoscenza e di dettaglio, per sviluppare un confronto ed un dibattito con le istituzioni e la comunità economica sul ruolo e sulle potenzialità del Terziario, per sostenerne le politiche di sviluppo.

AssoTerziario Confesercenti ritiene che un attento monitoraggio e approfondite analisi dell'andamento delle attività terziarie nell'ambito dell'evoluzione dei processi economici possano ben evidenziare le necessità delle imprese e favorire opportunità di sviluppo arricchendo la competitività dell'Italia nel contesto globale.

Terziario e terziarizzazione in Italia e in Europa

Il terziario nel suo complesso, che oggi in Italia pesa il 73% del pil (80% Usa e Francia, 77% Spagna), con quello di mercato arriva al 53,2% (Francia 57%, Eurozona 54%), da inizio del 21° secolo, pur mostrando un tasso di crescita medio annuo (0,3) superiore a quello complessivo dell'economia italiana (0,2%), ha però registrato una dinamica più lenta di quella di gran parte dell'Eurozona. Siamo in presenza, dunque, di una crescita costante ma inferiore a quella delle economie più avanzate, un ritardo cumulativo che rischia di pesare sulla competitività del sistema paese.

Anche la sua componente di **mercato** ha accumulato un ingente ritardo nella crescita del valore aggiunto, riscontrabile in tutto il periodo considerato ed accentuatosi negli anni successivi alla crisi finanziaria del 2008-2009.

La crescita cumulata per l'intero periodo 2000-2019 si assesta intorno al 14%, circa 0,7% medio annuo. Nello stesso periodo, il tasso di crescita dei servizi privati osservato nell'Eurozona è stato più che doppio (1,7% medio annuo) rispetto a quello italiano ed ha superato il 2,1% medio annuo nel caso della Francia e il 2,6% medio annuo nel caso della Spagna.

La terziarizzazione è comunque una delle tendenze che negli ultimi 30-40 anni ha caratterizzato la trasformazione dei sistemi economici di tutte le economie avanzate; una tendenza che si è manifestata con la progressiva perdita di peso del settore dell'industria a favore di un'espansione di quello dei servizi.

Indipendentemente dall'interpretazione che si preferisce accogliere, la terziarizzazione è un fenomeno con cui le economie nazionali devono fare i conti.

L'orientamento diffuso tra gli esperti è di interpretarla non tanto come un pericolo alla sopravvivenza del settore manifatturiero, quanto piuttosto come un fattore destinato a trasformarne l'assetto. Essa agirebbe come stimolo continuo per innovare i processi del secondario – ma anche del settore primario- e per costruire nuove relazioni proficue trans-settoriali.

Letta in quest'ottica, la terziarizzazione diviene un processo trasversale che non si limita ad aumentare progressivamente la propria incidenza sull'economia, ma si impone piuttosto come elemento trainante per l'evoluzione degli altri due settori, l'agricoltura e l'industria. All'interno di essi si inizia a prestare maggiore attenzione a fattori quali la valorizzazione delle persone, il saper fare, la ricerca e l'innovazione.

La terziarizzazione consentirebbe allora di potenziare la competitività delle economie avanzate, costituendosi come indicatore dell'aumento dell'integrazione dei servizi con il sistema produttivo e della crescita dei servizi utilizzati dall'industria.

Il terziario di mercato dopo la pandemia

Nel 2020 la crisi pandemica ha bruscamente interrotto questo sentiero continuo di crescita, avendo colpito certamente tutta le attività ma prevalentemente quelle dei servizi, da sempre trainanti l'insieme della nostra economia, segnatamente il settore turistico e quello al dettaglio, con l'esclusione dei beni alimentari, di largo consumo, hanno subito delle perdite enormi.

Lo shock che ha colpito l'economia è stato il più grave dai tempi della Seconda guerra mondiale, anche perché ha investito l'economia italiana quando questa ancora versava in condizioni di difficoltà, dopo le due recessioni del 2008 e del 2011. A fine 2019 il Pil italiano risultava difatti ancora inferiore del 5 per cento rispetto al livello del 2007.

La maggiore vulnerabilità della nostra economia non è da ricondurre necessariamente a una diversa propagazione del virus, ma a pregresse problematiche riguardanti produttività, gestione delle risorse pubbliche, pressione fiscale. In tale situazione i diversi settori sono stati colpiti in modo eterogeneo.

La pandemia, come noto, ha penalizzato particolarmente il turismo, che in Europa ha vissuto un rallentamento uniforme in tutti gli stati membri. Rispetto allo stesso periodo del 2019, gli arrivi nelle strutture turistiche sono diminuiti del 44 per cento su base annuale. Aprile, maggio, novembre e dicembre hanno avuto tutti riduzioni di oltre il 70 per cento dei turisti rispetto all'anno precedente. In Europa ed in Italia, il 2020 ha visto una riduzione del 74% dei flussi turistici.

La pandemia in Europa

La pandemia di Covid-19 ha comportato, oltre a una crisi sanitaria globale, significative implicazioni economiche e sociali con effetti devastanti e profondi per molti paesi in tutto il mondo. Nel contesto dell'Unione europea si è registrata, nel 2020, una forte contrazione del PIL, pari mediamente al 5,9%, che ha coinvolto la quasi totalità dei paesi membri. In testa alla classifica si posizionano la Spagna e la Grecia, con un calo, rispettivamente del 10,8% e del 9%, seguite dall'Italia, con una riduzione dell'8,9%.

Nel secondo trimestre del 2020, quando il Covid-19 si è diffuso in tutta l'Unione europea, con il conseguente inasprimento delle misure restrittive che hanno portato alla chiusura totale o parziale di molte attività economiche, la contrazione del PIL è stata del 13,7% a livello di UE, con un picco di oltre il 21% per la Spagna.

L'impatto negativo sulle attività economiche registrato nella primavera del 2020 (secondo trimestre) ha riguardato tutti i paesi membri eccetto l'Irlanda. Tuttavia, alla fine dello stesso anno (quarto trimestre) alcuni paesi hanno registrato un miglioramento del livello del PIL, come il Lussemburgo (1%) e l'Irlanda (4%). L'Irlanda ha, inoltre, registrato un significativo aumento del livello annuo del PIL (5,9%).

La crisi pandemica ha coinvolto significativamente anche i consumi aggregati, sebbene con un'intensità lievemente inferiore rispetto al PIL. Nel 2020, la contrazione media annua dei consumi è stata del 4,9%, a livello di UE, con un picco negativo nel secondo trimestre dell'11,4%.

La Spagna, l'Italia e l'Austria sono i tre paesi con il maggior calo dei consumi nel 2020 (rispettivamente, -8,2%, -7,8% e -6,3%), mentre la Bulgaria ha registrato un aumento su base annua dell'1,5%, grazie anche al contenuto calo dei consumi nel secondo trimestre e il successivo recupero nell'ultimo trimestre.

Per quanto riguarda l'Italia, i consumi hanno seguito una dinamica pressoché analoga a quella del PIL, con una contrazione del 7,8%. Diversamente, l'Irlanda ha avuto un andamento opposto, con un calo dei consumi pari al 5,2%, a fronte di un aumento del PIL del 5,9%.

La vendita al dettaglio è stata un altro dei settori che ha faticato maggiormente, anche se con delle importanti differenze tra i vari comparti – in relazione anche alla pandemia - e anche a causa dell'esplosione dell'eCommerce.

Per esempio, l'indice Eurostat che misura il fatturato della vendita al dettaglio di cibo e bevande è diminuito nel 2020 di un solo punto rispetto alla media del 2019, nonostante i ristoranti e i locali siano stati spesso soggetti a limitazioni e chiusure.

Invece, l'indice generale delle spese al dettaglio che esclude il consumo di cibo e carburante ha mostrato una forte diminuzione del fatturato in molti paesi: in Italia la differenza tra il 2020 e il 2019 è di 13 punti, in Francia di 6 e nel Regno Unito di 4.

Il fatto che lo shock di domanda causato dalla crisi non abbia colpito tutti i settori allo stesso modo ha causato forti asimmetrie non ancora completamente recuperate e che potrebbero perdurare anche nel lungo periodo.

Mentre i settori essenziali o i servizi più facilmente erogabili online sono stati almeno in parte protetti durante la crisi, i lavoratori di altri settori come gli hotel, lo spettacolo e l'intrattenimento di massa, la distribuzione non food, le attività sportive, il turismo nel suo complesso, come anche le professioni, hanno visto una riduzione quasi totale del proprio reddito. Inoltre, l'aumento del risparmio – altra conseguenza della drastica riduzione dei consumi – potrebbe significare un calo ulteriore della domanda per i servizi offerti dai settori non essenziali.

È possibile che una situazione del genere si protragga per via di diversi fattori: l'aumento del commercio online potrebbe diventare permanente, il telelavoro potrebbe portare a un crollo dei servizi di ristorazione e di trasporto, finanche per le costruzioni e l'immobiliare e in generale è probabile che la domanda per tutti quei servizi che comportano un avvicinamento fisico subisca una riduzione di medio o lungo termine, vista la natura particolare dei rischi del Covid-19.

Secondo nostre stime nella situazione "new normal" il lavoro da remoto oscillerebbe tra i 4,5 ed i 6,2 milioni di persone, cioè fino a raggiungere il 27% circa degli occupati. Uno studio dello Us Bureau of Labor Statistics ha cercato di individuare quali saranno i settori che subiranno stravolgimenti di più lungo periodo. Gli scenari possibili sono due: uno "moderato", nel quale l'aumento del telelavoro è la causa trainante del cambiamento nella struttura economica della società; e uno "forte", poiché vi si ipotizza uno shock maggiore del primo.

Nel primo caso dovrebbe crollare la domanda per le costruzioni non residenziali per via della riduzione del lavoro in ufficio, e dovrebbe registrarsi una riduzione di tutte le attività legate alla vita fuori casa nei grandi centri urbani, con ulteriori effetti sul processo di urbanizzazione che ha caratterizzato l'ultimo secolo, con una ridefinizione dei tempi di lavoro, ai viaggi di lavoro e al pendolarismo. Contestualmente, ci si attende una crescita delle occupazioni informatiche e della domanda per una maggiore prevenzione pubblica delle malattie infettive, evenienza che stimolerebbe il settore di ricerca e sviluppo in campo medico. Se l'impatto dovesse essere prolungato, alla situazione creata dallo scenario moderato si aggiungerebbero effetti più duraturi sulle preferenze di consumatori e imprese, in particolare sul desiderio di evitare il contatto fisico e interpersonale.

Durante la crisi da Covid, il fatturato del terziario ha subito nella UE una forte battuta d'arresto, il 2021 è stato un anno di recupero, ma per molti settori non sono state coperte le perdite del 2020. In questo scenario da febbraio di quest'anno si è innestata su una situazione ancora non risolta il conflitto russo-ucraino che ha riportato non solo indietro le lancette della storia, ma sta generando un esodo di massa, fortissime incertezze a livello economico e geopolitico e forti incrementi dei prezzi a partire dalle materie prime energetiche e da quelle agricole.

La ripresa, dunque, si è molto raffreddata e per quest'anno il DEF di aprile ha ridotto le stime dal 4,7 al 3,1%, secondo molti osservatori ancora ottimistiche. La crisi geopolitica, sommata alla questione della sicurezza sanitaria legata alla vicenda pandemica, ha svelato ai cittadini la vulnerabilità delle società occidentali sotto il profilo della sicurezza alimentare e di quella energetica, tutti profili che

incidono in modo molto significativo sul livello di benessere raggiunto e ne mettono in crisi le fondamenta.

Dall'esame di tabella 1 appare con chiarezza il progressivo aumento del ruolo, in termini di quota percentuale del valore aggiunto, che negli anni, anche recenti, il terziario, totale e specificamente dei servizi destinabili alla vendita, ha conseguito. Questo, come si è detto, è un sentiero di lungo periodo e, ovviamente i tassi di incremento vanno via via riducendosi, comunque in 20 anni circa il peso dei servizi di mercato è aumentato di oltre 4 punti, passando dal 48,9% al 53,2%, esattamente di quanto si è ridotto quello dell'industria, che comunque nel nostro Paese è uno dei più alti tra le economie occidentali. Il terziario non market aumenta di meno di un punto.

Tabella 1: Valore aggiunto ai prezzi base a prezzi correnti, composizione %

	1995	2007	2020	2021
Agricoltura	3,3	2,1	2,1	2,2
Industria	29,2	26,5	23,9	25,2
Servizi di mercato	48,9	52,3	53,8	53,2
<i>Commercio</i>	<i>14,1</i>	<i>11,5</i>	<i>12,3</i>	<i>12,6</i>
<i>Trasporti e logistica</i>	<i>5,2</i>	<i>5,3</i>	<i>5,2</i>	<i>5,3</i>
<i>Alloggio e ristorazione</i>	<i>3,1</i>	<i>3,6</i>	<i>2,6</i>	<i>2,9</i>
<i>Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento</i>	<i>0,8</i>	<i>1,0</i>	<i>0,9</i>	<i>0,9</i>
<i>Servizi di informazione e comunicazione</i>	<i>3,2</i>	<i>4,2</i>	<i>4,1</i>	<i>3,8</i>
<i>Attività immobiliari</i>	<i>9,5</i>	<i>11,9</i>	<i>14,1</i>	<i>13,7</i>
<i>Attività professionali, scientifiche, tecniche, legali, di ricerca, pubblicità e marketing, etc..</i>	<i>8,3</i>	<i>9,2</i>	<i>9,4</i>	<i>9,3</i>
<i>Attività finanziarie e assicurative</i>	<i>4,7</i>	<i>5,6</i>	<i>5,2</i>	<i>4,7</i>
Altri servizi	18,6	19,1	20,2	19,4
<i>Amministrazioni pubbliche</i>	<i>15,6</i>	<i>16,4</i>	<i>17,5</i>	<i>16,7</i>
<i>Altri servizi</i>	<i>3,0</i>	<i>2,7</i>	<i>2,7</i>	<i>2,7</i>
TOTALE ECONOMIA	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Ufficio Economico Confesercenti su dati Istat

All'interno del settore le dinamiche sono però diversificate: diminuisce il peso del commercio (al dettaglio e all'ingrosso) di 1,5 punti, dell'alloggio e ristorazione, di 0,2 punti, mentre aumenta quello delle attività immobiliari, dei servizi di informazione e comunicazione, delle attività professionali. Tra il 1995 ed il 2021 la quota dell'intero terziario (ovvero il complesso dei servizi di mercato e degli altri servizi) passa dal 67,5 al 72,6%.

Il confronto tra i dati dell'industria e quelli del terziario di mercato indica con chiarezza una riduzione delle quote di valore aggiunto e occupazione nell'industria a fronte di una crescita del valore aggiunto per occupato. Invece, per il terziario i primi due parametri sono crescenti mentre è decrescente il valore aggiunto per Ula. Ciò dà conto del ruolo dei servizi di mercato come settore capace di generare nuove opportunità di lavoro, in particolare di auto-impiego, fenomeno decisivo per la tenuta economica e sociale dei territori e del Paese. La tabella conferma anche che la crisi del 2007 non aveva interrotto il processo di terziarizzazione del sistema produttivo. I servizi nel loro complesso hanno, infatti, conosciuto anche nell'ultimo decennio un aumento del ruolo svolto all'interno del sistema economico.

Dalle tabelle 2 e 3, che riportano il valore aggiunto e le sue variazioni, guardando solo agli ultimi 5 anni fino al 2019, a livello di macrosettori emerge la sostanziale crescita di tutti i comparti, in particolare del commercio nelle sue diverse articolazioni, delle attività di intrattenimento e di quelle di informatica e comunicazione. La crisi del 2020 cambia molte delle carte in tavola e interrompe questa lunga traiettoria di crescita. Se tutti i settori economici sono colpiti, i servizi di mercato lo sono un po' di più in termini di valore aggiunto: -11,6% rispetto a -11,4% dell'industria manifatturiera, perché hanno subito maggiormente gli effetti delle restrizioni ai movimenti delle persone, dei lockdown, dell'incertezza che è cresciuta tra le famiglie, dell'emergere di nuove modalità di acquisto. E all'interno del settore alcune attività registrano un tracollo:

- alloggio e ristorazione -41,2%
- attività artistiche e di intrattenimento -27,7%
- trasporti e logistica -18,9%

Nonostante il forte recupero registrato lo scorso anno, recupero non ancora a pieno regime per il permanere a vari livelli di misure anti Covid che hanno continuato a limitare le attività, seppur parzialmente, per alcuni comparti forse quest'anno si colmerà il divario, ma per altri (in particolare il turismo, quindi ricettività, ristorazione, agenzie di viaggio) occorrerà aspettare almeno il 2023.

Tabella 2 - Valore aggiunto ai prezzi base* per branca di attività. 2015, 2019, 2020, 2021 (valori assoluti, mld € a prezzi concatenati 2015)

	2015	2019	2020	2021
TOTALE ATTIVITÀ ECONOMICHE	1.488.049	1.554.595	1.417.149	1.509.740
Agricoltura, silvicoltura e pesca	34.187	32.961	31.399	31.152
Industria manifatturiera	238.295	257.147	227.719	258.050
Costruzioni	64.623	68.171	63.846	77.467
Servizi di mercato	670.884	715.257	632.063	675.418
<i>Commercio ingrosso e dettaglio, ripar. auto e motocicli</i>	<i>172.026</i>	<i>185.749</i>	<i>170.930</i>	<i>183.971</i>
<i>Trasporti e magazzinaggio</i>	<i>81.564</i>	<i>87.974</i>	<i>71.315</i>	<i>80.499</i>
<i>Servizi di alloggio e di ristorazione</i>	<i>54.618</i>	<i>59.297</i>	<i>34.887</i>	<i>42.210</i>
<i>Servizi di informazione e comunicazione</i>	<i>53.806</i>	<i>58.680</i>	<i>59.656</i>	<i>61.835</i>
<i>Attività finanziarie e assicurative</i>	<i>83.670</i>	<i>83.355</i>	<i>82.997</i>	<i>82.573</i>
<i>Attività immobiliari al netto degli affitti imputati dai rispettivi proprietari</i>	<i>66.250</i>	<i>68.972</i>	<i>62.463</i>	<i>66.594</i>
<i>attività professionali, etc.</i>	<i>142.355</i>	<i>151.449</i>	<i>135.510</i>	<i>143.954</i>
<i>Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento</i>	<i>16.595</i>	<i>19.782</i>	<i>14.306</i>	<i>13.781</i>
Amm. pubb. e difesa, ass. sociale obbligatoria, istruzione, sanità e assistenza sociale	253.158	247.315	237.000	238.757
Altri serv. inclusi famiglie datori di lavoro pers. domestico e autoprod. beni e servizi	45.613	43.663	39.544	39.630
TOTALE SERVIZI	1.108.615	1.148.298	1.050.812	1.097.615

Fonte: elaborazioni Confesercenti su dati Istat

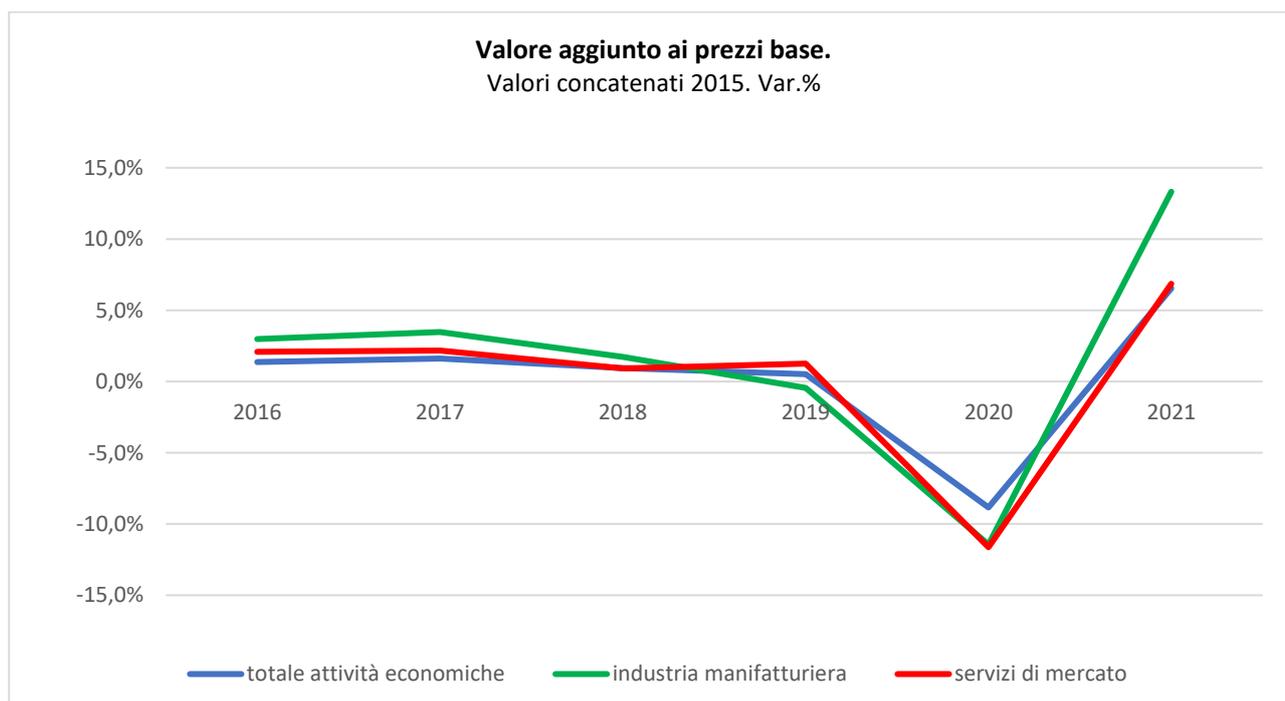
* saldo tra produzione e consumi intermedi, in cui la produzione è valutata a prezzi base, cioè al netto delle imposte sui prodotti e al lordo dei contributi ai prodotti

Tabella 3 - Valore aggiunto ai prezzi base* per branca di attività. 2016-2021. Valori concatenati 2015. Variazioni % annue

	2016	2019	2020	2021
TOTALE ATTIVITÀ ECONOMICHE	1,4%	0,5%	-8,8%	6,5%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	-0,1%	-1,6%	-4,7%	-0,8%
Industria manifatturiera	3,0%	-0,4%	-11,4%	13,3%
Costruzioni	0,6%	2,7%	-6,3%	21,3%
Servizi di mercato	2,1%	1,3%	-11,6%	6,9%
<i>commercio all'ingrosso e al dettaglio, ripar. autoveicoli e motocicli</i>	<i>2,8%</i>	<i>2,6%</i>	<i>-8,0%</i>	<i>7,6%</i>
<i>trasporti e magazzinaggio</i>	<i>2,5%</i>	<i>1,2%</i>	<i>-18,9%</i>	<i>12,9%</i>
<i>servizi di alloggio e di ristorazione</i>	<i>2,4%</i>	<i>0,1%</i>	<i>-41,2%</i>	<i>21,0%</i>
<i>servizi di informazione e comunicazione</i>	<i>5,1%</i>	<i>2,6%</i>	<i>1,7%</i>	<i>3,7%</i>
<i>attività finanziarie e assicurative</i>	<i>-0,6%</i>	<i>0,8%</i>	<i>-0,4%</i>	<i>-0,5%</i>
<i>attività immobiliari al netto degli affitti imputati dai rispettivi proprietari</i>	<i>0,2%</i>	<i>2,8%</i>	<i>-9,4%</i>	<i>6,6%</i>
<i>attività professionali, etc.</i>	<i>1,4%</i>	<i>-1,4%</i>	<i>-10,5%</i>	<i>6,2%</i>
<i>attività artistiche, di intrattenimento e divertimento</i>	<i>9,1%</i>	<i>7,4%</i>	<i>-27,7%</i>	<i>-3,7%</i>
Amm. pubb. e difesa, ass. sociale obbligatoria, istruzione, sanità e assistenza sociale	-0,9%	-0,5%	-4,2%	0,7%
Altri serv. inclusi famiglie datori di lavoro pers. domestico e autoprod. beni e servizi	-2,1%	-2,7%	-9,4%	0,2%
TOTALE SERVIZI	1,0%	0,6%	-8,5%	4,5%

Fonte: elaborazioni Confesercenti su dati Istat

Grafico 1 – Valore aggiunto ai prezzi base, valori concatenati 2015, var. %



I - Le unità di lavoro

I dati su occupazione e valore aggiunto nelle diverse branche di attività confermano l'impressione del ruolo trainante dei servizi nell'economia italiana ed in particolare dei servizi privati. Un ruolo svolto sia di recente, dal 2015 al 2019 aumentano di 570mila le unità di lavoro, l'82% del l'incremento complessivo registrato, sia nel lungo periodo.

Rispetto al 1995 (primo anno di disponibilità della serie), infatti, quasi tutta la crescita dell'occupazione è dovuta ai servizi di mercato che manifestano quindi anche la capacità di assorbire disoccupazione emergente da altri settori produttivi.

Probabilmente, sarebbe opportuno che le politiche industriali dedicassero una maggiore attenzione sia ai settori più innovativi dei servizi, sia a quelli più legati al mercato locale organizzati, per forza di cose su modalità più "tradizionali", con elevato input di lavoro, dove sono prevalenti gli aspetti qualitativi legati alla soddisfazione del cliente e alla qualità del servizio.

Con molta probabilità le tendenze appena descritte sono destinate ad accentuarsi nel prossimo futuro. Come nel caso del valore aggiunto, ormai tre occupati su quattro sono occupati nei servizi. Il contributo dell'intero terziario all'occupazione, infatti, ha raggiunto quasi i tre quarti: il 73,2% nel 2019.

La pandemia ha cambiato le cose ma complessivamente e anche in termini di occupazione il settore ha manifestato maggiori criticità: quasi 1,6 milioni di unità di lavoro in meno, il 14,6%, con picchi del 34,3% nell'alloggio e ristorazione, del 27,5% nelle attività di intrattenimento, di quasi il 16% nelle attività immobiliari, di oltre l'11% nel commercio, nelle attività professionali, nei trasporti e logistica.

Anche in termini di unità di lavoro, ovviamente, il 2021 ha segnato un forte recupero ma, nel complesso a fine anno mancavano ancora oltre 800mila Ula per recuperare il livello del 2019, il 95% del gap complessivo di tutti i settori era rappresentato dai servizi di mercato.

Più nel dettaglio, in termini di unità di lavoro totali il Terziario mostra la maggiore contrazione a fronte del settore primario che passa quasi indenne il periodo pandemico superando nel 2021 gli addetti registrati nel 2019 e il settore industriale che registra una lieve flessione in parte recuperata già nel 2021.

I numeri della contrazione degli occupati nel grande comparto del terziario sono molto più pronunciati passando (cfr. Tabella 4) da 10.697,7 migliaia nel 2019 a 9.139,3 migliaia nel 2020, con un leggero recupero nel 2021, attestandosi a 9.897,6 migliaia nel 2021, con 800.000 addetti in meno, con settori dove percentualmente le contrazioni sono anche più vistose come nell'alloggio e ristorazione (meno 34,3% del 2020 sul 2019 e un leggero recupero nel 2021 sul 2020 dell'11,9%) e nel commercio al dettaglio non alimentare (dell'11,1% del 2020 sul 2019 e un leggero recupero nel 2021 sul 2020 del 7,4%).

Tabella 4 - Unità di lavoro totali, valori assoluti, migliaia

	2015	2019	2020	2021
TOTALE ATTIVITÀ ECONOMICHE	23.440,1	24.136,8	21.653,4	23.290,9
Agricoltura, silvicoltura e pesca	1.244,1	1.248,0	1.222,5	1.258,8
Industria	3.629,3	3.758,9	3.354,9	3.703,9
Costruzioni	1.500,7	1.491,4	1.360,4	1.617,8
Servizi di mercato	10.123,4	10.697,7	9.139,3	9.897,6
<i>commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli</i>	3.319,8	3.400,6	3.021,5	3.245,9
<i>trasporti e magazzinaggio</i>	1.131,8	1.183,1	1.049,3	1.130,6
<i>servizi di alloggio e di ristorazione</i>	1.359,7	1.508,5	990,7	1.108,4
<i>servizi di informazione e comunicazione</i>	538,8	577,0	554,2	590,2
<i>attività finanziarie e assicurative</i>	597,3	576,4	532,0	567,2
<i>attività immobiliari</i>	198,0	208,9	175,6	193,2
<i>attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrazione e servizi di supporto</i>	2.666,4	2.900,9	2.567,8	2.797,9
<i>attività artistiche, di intrattenimento e divertimento</i>	311,6	342,3	248,2	264,2
Altri servizi	6.942,6	6.940,8	6.576,3	6.812,8
amministrazione pubblica e difesa, assicurazione sociale obbligatoria, istruzione, sanità e assistenza sociale	4.513,8	4.600,7	4.449,5	4.601,9
altre attività di servizi	666,2	674,5	591,7	646,7
attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro produzione di beni e servizi indifferenziati per uso proprio	1.762,6	1.665,6	1.535,1	1.564,2

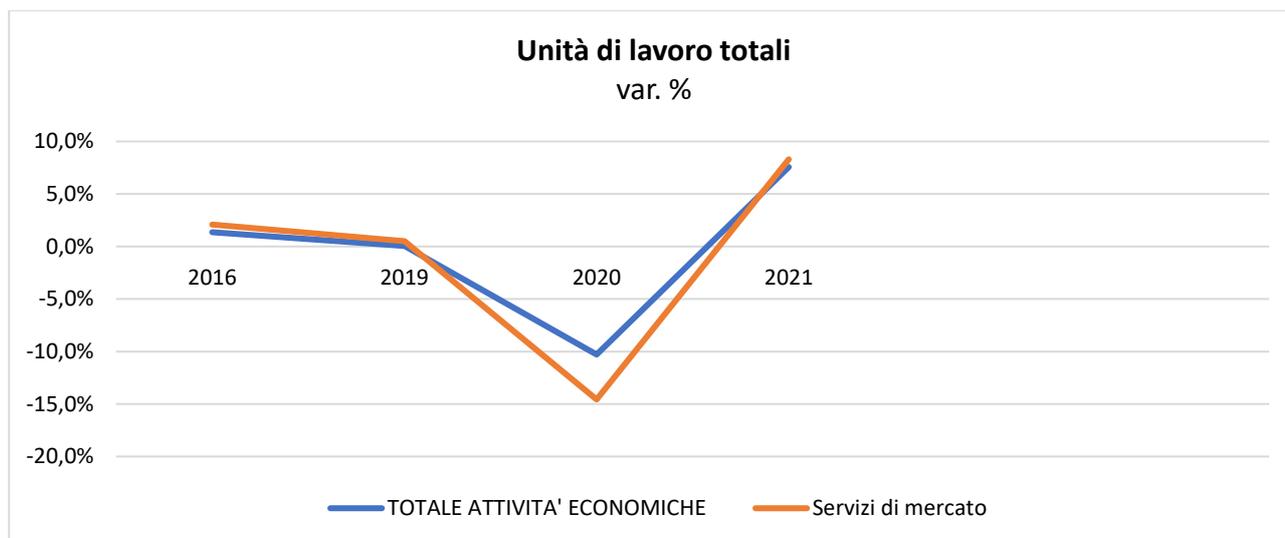
Elaborazioni Ufficio Economico Confesercenti su dati Istat

Tabella 5 – Unità di lavoro totali, variazioni %

	2016	2019	2020	2021
TOTALE ATTIVITÀ ECONOMICHE	1,4%	0,0%	-10,3%	7,6%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	2,6%	-1,7%	-2,0%	3,0%
Industria	1,5%	-0,3%	-10,7%	10,4%
Costruzioni	0,4%	-0,1%	-8,8%	18,9%
Servizi di mercato	2,1%	0,5%	-14,6%	8,3%
<i>commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli</i>	1,7%	0,6%	-11,1%	7,4%
<i>trasporti e magazzinaggio</i>	2,2%	0,2%	-11,3%	7,7%
<i>servizi di alloggio e di ristorazione</i>	3,6%	-0,5%	-34,3%	11,9%
<i>servizi di informazione e comunicazione</i>	2,2%	1,4%	-4,0%	6,5%
<i>attività finanziarie e assicurative</i>	-0,1%	0,5%	-7,7%	6,6%
<i>attività immobiliari</i>	2,9%	3,6%	-15,9%	10,0%
<i>attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrazione e servizi di supporto</i>	1,9%	0,7%	-11,5%	9,0%
<i>attività artistiche, di intrattenimento e divertimento</i>	4,2%	0,4%	-27,5%	6,4%
Altri servizi	0,2%	-0,1%	-5,3%	3,6%
amministrazione pubblica e difesa, assicurazione sociale obbligatoria, istruzione, sanità e assistenza sociale	0,6%	0,7%	-3,3%	3,4%
altre attività di servizi	2,8%	-1,0%	-12,3%	9,3%
attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro produzione di beni e servizi indifferenziati per uso proprio	-1,8%	-2,0%	-7,8%	1,9%

Elaborazioni Ufficio Economico Confesercenti su dati Istat

Grafico 2 - Unità di lavoro totali, variazioni %



Una considerazione a parte va fatta per i lavoratori indipendenti.

È da diversi anni che si assiste ad una erosione del numero complessivo di lavoratori autonomi, da mettere in relazione alla riduzione del numero di imprese.

Se il lavoro autonomo, l'autoimprenditorialità sono ancora una caratteristica rilevante del nostro sistema produttivo, cionondimeno si assiste ad un forte ridimensionamento.

In termini di unità di lavoro, nel 2018 si era toccato il minimo con 4,1 milioni di Ula, poi un lieve recupero nel 2019 e quindi nel 2020 la pandemia che ha determinato la perdita di 640mila unità, il 15,3% a fronte di un calo complessivo pur rilevante che però si è fermato al 12,8%.

In questo caso, purtroppo, la situazione dei vari comparti del terziario privato è abbastanza omogenea e tranne i trasporti, che presentano una diminuzione del 9,6%, tutti gli altri registrano variazioni negative a ben due cifre, dal 27,5% dell'intrattenimento al 12,5% delle attività professionali.

Il 2021 non è riuscito a colmare la perdita, mancando quasi 400mila unità per recuperare il livello del 2019.

Le perdite sono in gran parte ascrivibili al settore del commercio all'ingrosso e al dettaglio con un saldo negativo 2021 su 2019 di 135.500 unità lavorative indipendenti e all'alloggio e ristorazione con un saldo negativo 2021 su 2019 di 104.200 lavoratori autonomi, che da soli sommano oltre la metà delle perdite di lavoratori autonomi del comparto.

Gli altri settori del comparto pur avendo avuto perdite consistenti nel 2020 sul 2019, hanno avuto una discreta performance di recupero nel 2021 (cfr. tabella 6).

Tabella 6 - Unità di lavoro indipendenti, valori assoluti, migliaia

	2015	2019	2020	2021
TOTALE ATTIVITÀ ECONOMICHE	7.226,9	6.980,0	6.086,1	6.570,6
Agricoltura, silvicoltura e pesca	835,6	814,0	803,2	816,6
Industria	559,9	512,0	440,0	488,5
Costruzioni	709,4	647,2	569,2	669,2
Servizi di mercato	4.301,8	4.181,9	3.543,5	3.792,4
<i>commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli</i>	<i>1.636,3</i>	<i>1.553,8</i>	<i>1.335,4</i>	<i>1.418,3</i>
<i>trasporti e magazzinaggio</i>	<i>251,9</i>	<i>221,4</i>	<i>200,1</i>	<i>204,5</i>
<i>servizi di alloggio e di ristorazione</i>	<i>517,2</i>	<i>507,0</i>	<i>379,8</i>	<i>402,8</i>
<i>servizi di informazione e comunicazione</i>	<i>128,7</i>	<i>120,2</i>	<i>104,9</i>	<i>114,9</i>
<i>attività finanziarie e assicurative</i>	<i>133,0</i>	<i>124,2</i>	<i>103,6</i>	<i>117,6</i>
<i>attività immobiliari</i>	<i>143,7</i>	<i>147,2</i>	<i>122,8</i>	<i>134,1</i>
<i>attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrazione e servizi di supporto</i>	<i>1.354,3</i>	<i>1.357,2</i>	<i>1.187,5</i>	<i>1.290,2</i>
<i>attività artistiche, di intrattenimento e divertimento</i>	<i>136,7</i>	<i>150,9</i>	<i>109,4</i>	<i>110,0</i>
Altri servizi	820,2	824,9	730,2	803,9
<i>amministrazione pubblica e difesa, assicurazione sociale obbligatoria, istruzione, sanità e assistenza sociale</i>	<i>482,6</i>	<i>499,8</i>	<i>437,9</i>	<i>481,3</i>
<i>altre attività di servizi</i>	<i>337,6</i>	<i>325,1</i>	<i>292,3</i>	<i>322,6</i>

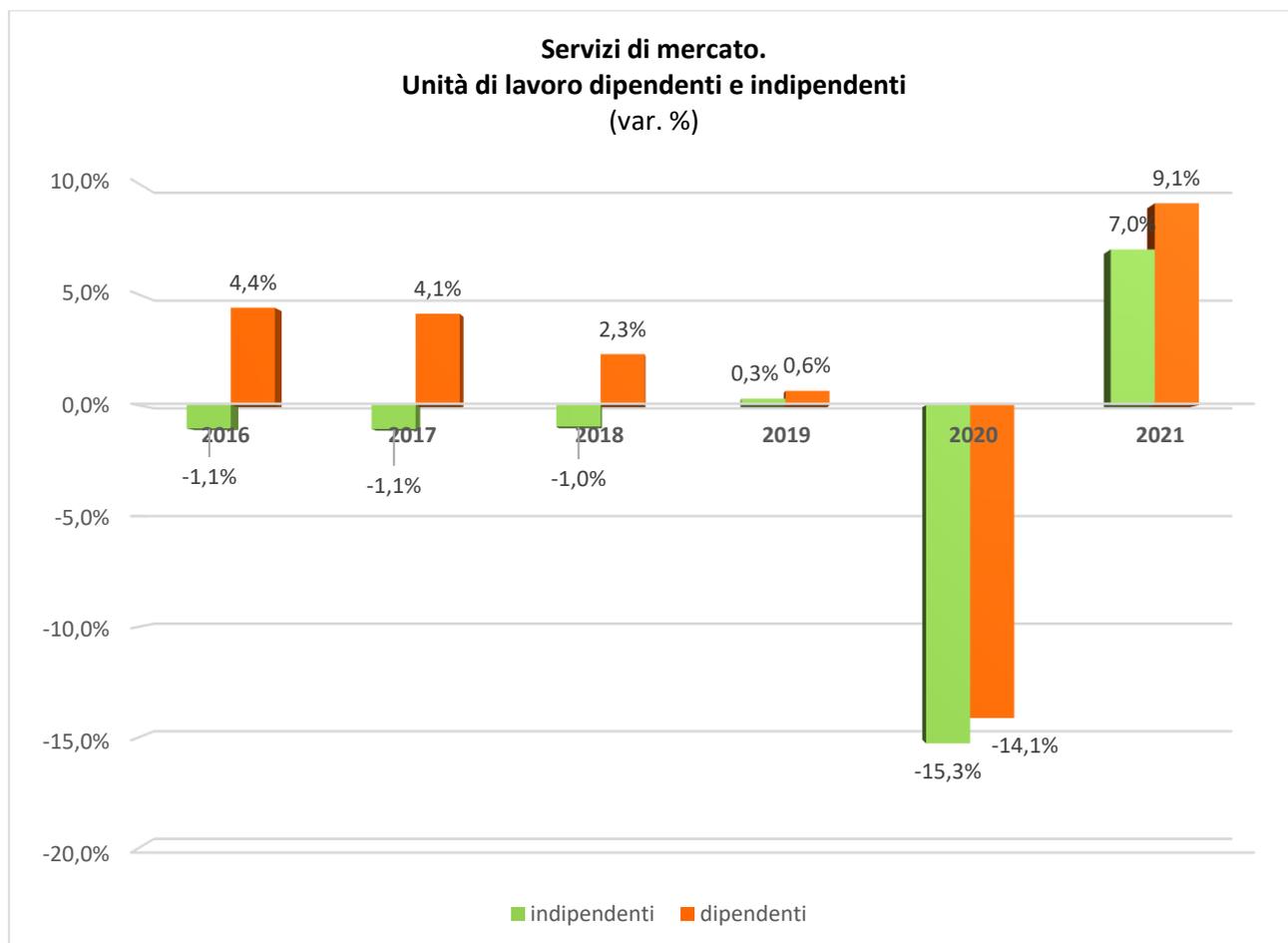
Elaborazioni Ufficio Economico Confesercenti su dati Istat

Tabella 7 – Unità di lavoro indipendenti, variazioni %

	2016	2019	2020	2021
TOTALE ATTIVITÀ ECONOMICHE	-0,7%	-0,3%	-12,8%	8,0%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	1,4%	-1,2%	-1,3%	1,7%
Industria	-2,1%	-2,1%	-14,1%	11,0%
Costruzioni	-1,0%	-2,6%	-12,1%	17,6%
Servizi di mercato	-1,1%	0,3%	-15,3%	7,0%
<i>commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli</i>	<i>-0,9%</i>	<i>0,1%</i>	<i>-14,1%</i>	<i>6,2%</i>
<i>trasporti e magazzinaggio</i>	<i>-4,2%</i>	<i>-2,7%</i>	<i>-9,6%</i>	<i>2,2%</i>
<i>servizi di alloggio e di ristorazione</i>	<i>0,0%</i>	<i>-0,8%</i>	<i>-25,1%</i>	<i>6,1%</i>
<i>servizi di informazione e comunicazione</i>	<i>-7,2%</i>	<i>1,5%</i>	<i>-12,7%</i>	<i>9,5%</i>
<i>attività finanziarie e assicurative</i>	<i>-1,1%</i>	<i>-1,3%</i>	<i>-16,6%</i>	<i>13,5%</i>
<i>attività immobiliari</i>	<i>0,1%</i>	<i>5,6%</i>	<i>-16,6%</i>	<i>9,2%</i>
<i>attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrazione e servizi di supporto</i>	<i>-1,1%</i>	<i>0,8%</i>	<i>-12,5%</i>	<i>8,6%</i>
<i>attività artistiche, di intrattenimento e divertimento</i>	<i>4,0%</i>	<i>1,5%</i>	<i>-27,5%</i>	<i>0,5%</i>
Altri servizi	-0,1%	0,2%	-11,5%	10,1%
<i>amministrazione pubblica e difesa, assicurazione sociale obbligatoria, istruzione, sanità e assistenza sociale</i>	<i>-2,0%</i>	<i>1,0%</i>	<i>-12,4%</i>	<i>9,9%</i>
<i>altre attività di servizi</i>	<i>2,5%</i>	<i>-0,9%</i>	<i>-10,1%</i>	<i>10,4%</i>

Elaborazioni Ufficio Economico Confesercenti su dati Istat

Grafico 3 – Servizi di mercato. Unità di lavoro dipendenti e indipendenti



II - Le imprese

Nel 2021 sono oltre 3 milioni e 100 mila le imprese del Terziario e rappresentano il 60,3% del totale economia. L'Agricoltura e le Costruzioni pesano ciascuna per circa il 14% e la Manifattura per un 9%.

Il 28% delle imprese del Terziario si costituisce sotto forma di società di capitale, il 16% in società di persona e 54% in ditta individuale. Ogni settore ha poi le sue specificità, più del 50% delle attività Immobiliari e di Servizi informatici sono società di capitali, tra il 65 e il 68% delle Attività finanziarie e assicurative e di quelle del Commercio optano per le ditte individuali.

Negli ultimi cinque anni (2021-2016) le Società di capitali hanno aumentato il loro peso sul totale delle imprese attive del terziario di 5 punti percentuali a scapito delle altre forme societarie; sono circa 164 mila società di capitale in più (+23,5%), segno di un importante consolidamento.

Le imprese del Commercio rappresentano il 43% delle imprese del Terziario, il 13% sono attività di Alloggio e Ristorazione, l'8% Attività Immobiliari.

Negli ultimi cinque anni il peso del Commercio si è ridotto di 3 punti percentuali. In questo arco temporale le imprese del Commercio sono diminuite del 5% circa 66 mila attività in meno (13 mila l'anno), l'83% di questa diminuzione ha riguardato il commercio al dettaglio; in contrazione anche

le imprese dei Trasporti e magazzinaggio con una variazione negativa del 3,5% e con 5 mila imprese sparite in 5 anni.

Tabella 8 - Imprese attive, iscritte e cancellate nel terziario

	Attive	Iscritte	Cessate	Saldo
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di auto	1.342.454	50.344	96.170	-45.826
Commercio al dettaglio (escluso quello di aut.e moto)	750.001	28.378	54.017	-25.639
Trasporto e magazzinaggio	145.625	2.643	8.923	-6.280
Attività dei servizi alloggio e ristorazione	399.174	10.458	26.002	-15.544
Alloggio	58.564	1.516	2.872	-1.356
Attività dei servizi di ristorazione	340.610	8.942	23.130	-14.188
Servizi di informazione e comunicazione	126.298	7.965	10.132	-2.167
Attività finanziarie e assicurative	126.036	9.172	8.397	775
Attività immobiliari	263.832	6.209	12.067	-5.858
Attività professionali, scientifiche e tecniche	209.456	16.153	14.372	1.781
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	195.608	12.088	14.335	-2.247
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento	70.954	2.558	4.121	-1.563
Altre attività di servizi	238.135	9.401	14.033	-4.632
Terziario	3.117.572	126.991	208.552	-81.561
TOTALE ECONOMIA	5.164.831	332.596	344.436	-11.840

Fonte: Movimprese- Infocamere

Tabella 9 – Forme societarie

	Totale	Società di capitali	Società di persone	Ditte Individuali	Altre forme giuridiche
2021 - Terziario	3.117.572	863.156	486.548	1.694.562	73.306
2016 - Terziario	3.062.865	698.682	550.339	1.741.478	72.366
variazione assoluta	54.707	164.474	-63.791	-46.916	940
variazione tendenziale	1,8%	23,5%	-11,6%	-2,7%	1,3%

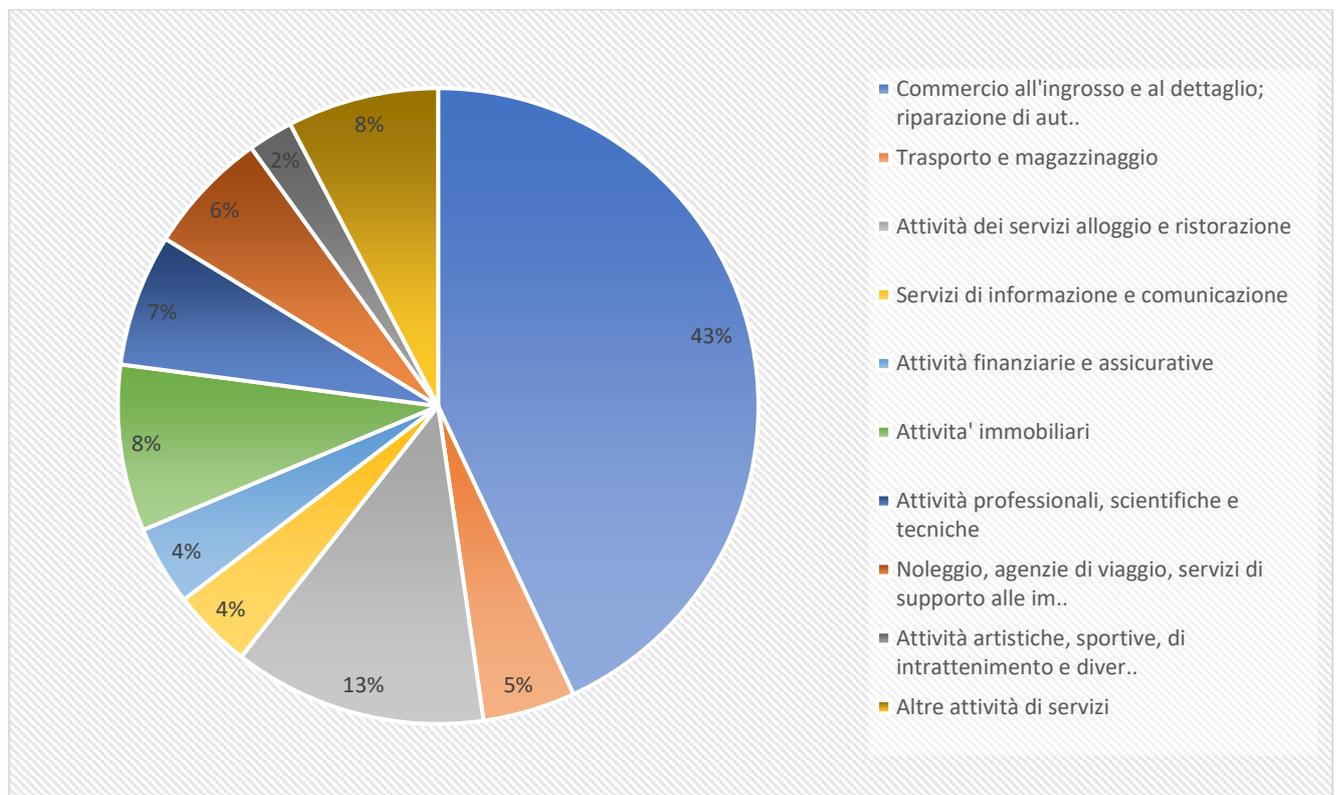
Fonte: Movimprese - Infocamere

Tabella 10 - Forme societarie per settore merceologico

	Società di capitali	Società di persone	Ditte Individuali	Altre forme giuridiche
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; ripar. di auto	280.711	178.771	875.667	7.305
Commercio al dettaglio (escluso quello di aut. e moto)	106.909	103.682	535.873	3.537
Trasporto e magazzinaggio	39.633	15.710	80.667	9.615
Attività dei servizi alloggio e ristorazione	101.388	103.669	188.779	5.338
Alloggio	21.088	13.136	23.238	1.102
Attività dei servizi di ristorazione	80.300	90.533	165.541	4.236
Servizi di informazione e comunicazione	65.204	14.964	41.052	5.078
Attività finanziarie e assicurative	27.445	11.475	86.217	899
Attività immobiliari	141.481	86.176	34.287	1.888
Attività professionali, scientifiche e tecniche	104.568	21.849	72.753	10.286
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supp. alle imprese	58.586	18.299	104.676	14.047
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento	25.819	8.946	22.269	13.920
Altre attività di servizi	18.321	26.689	188.195	4.930
Totale Terziario	863.156	486.548	1.694.562	73.306
Peso del % Terziario	27,7%	15,6%	54,4%	2,4%

Fonte: Movimprese- Infocamere

Grafico 4 - peso percentuale dei comparti del Terziario



La crisi pandemica degli ultimi due anni ha messo a dura prova molti comparti del Terziario. A farne le spese soprattutto le nuove iscrizioni, il cui andamento nel complesso non si è discostato di molto

dal totale economia ma che scendendo nel dettaglio dei diversi comparti fa emergere una vera e propria emorragia di giovani imprese.

Nel 2020 la riduzione delle nuove iscritte nelle attività di Alloggio e Ristorazione è stata del 32% a fronte di un dato medio del 16,5%, praticamente doppia; quella delle Attività artistiche, sportive e di intrattenimento e divertimento del 23% e per il Noleggio, agenzie di viaggio e servizi di supporto alle imprese si registra un -19%.

Ma se il 2021 ha riportato il segno positivo per molti settori così non è stato per le attività di Alloggio e Ristorazione che nel secondo anno di pandemia registrano un -4% a fronte di un dato medio del +12%. Registriamo una variazione percentuale delle iscritte sopra la media per attività immobiliari (36,5%), attività professionale (29,8%), attività finanziarie e assicurative (23,6%) e dei servizi di informazione e comunicazione (21,2), di trasporto e magazzinaggio (18,2%), e attività artistiche, sportive e di intrattenimento (17,4%); sopra la media anche il commercio al dettaglio con il 13,3%.

Il comparto appare ancora molto concentrato sul mercato interno rispetto a quelli dei principali paesi europei, non avendone colto le opportunità di sviluppo.

Tabella 11 - Variazioni assolute percentuali delle iscritte rispetto all'anno precedente

	2020	2021	2020	2021
Commercio	-9.389	4.088	-16,9%	8,8%
Commercio al dettaglio (escluso quello di autov. e moto)	-4.482	3.327	-15,2%	13,3%
Trasporto e magazzinaggio	-761	407	-25,4%	18,2%
Attività dei servizi alloggio e ristorazione	-5.130	-431	-32,0%	-4,0%
Alloggio	-1.152	-166	-40,6%	-9,9%
Attività dei servizi di ristorazione	-3.978	-265	-30,2%	-2,9%
Servizi di informazione e comunicazione	-514	1.393	-7,3%	21,2%
Attività finanziarie e assicurative	254	1.751	3,5%	23,6%
Attività immobiliari	-750	1.660	-14,2%	36,5%
Attività professionali, scientifiche e tecniche	-1.327	3.708	-9,6%	29,8%
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle im...	-2.513	1.074	-18,6%	9,8%
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	-667	379	-23,4%	17,4%
Altre attività di servizi	-1.623	-337	-14,3%	-3,5%
Totale Terziario	-26.398	13.427	-16,5%	12,1%
TOTALE ECONOMIA	-60.744	40.288	-17,2%	13,8%

Fonte: Movimpresa - Infocamere

III - Fatturato e vendite

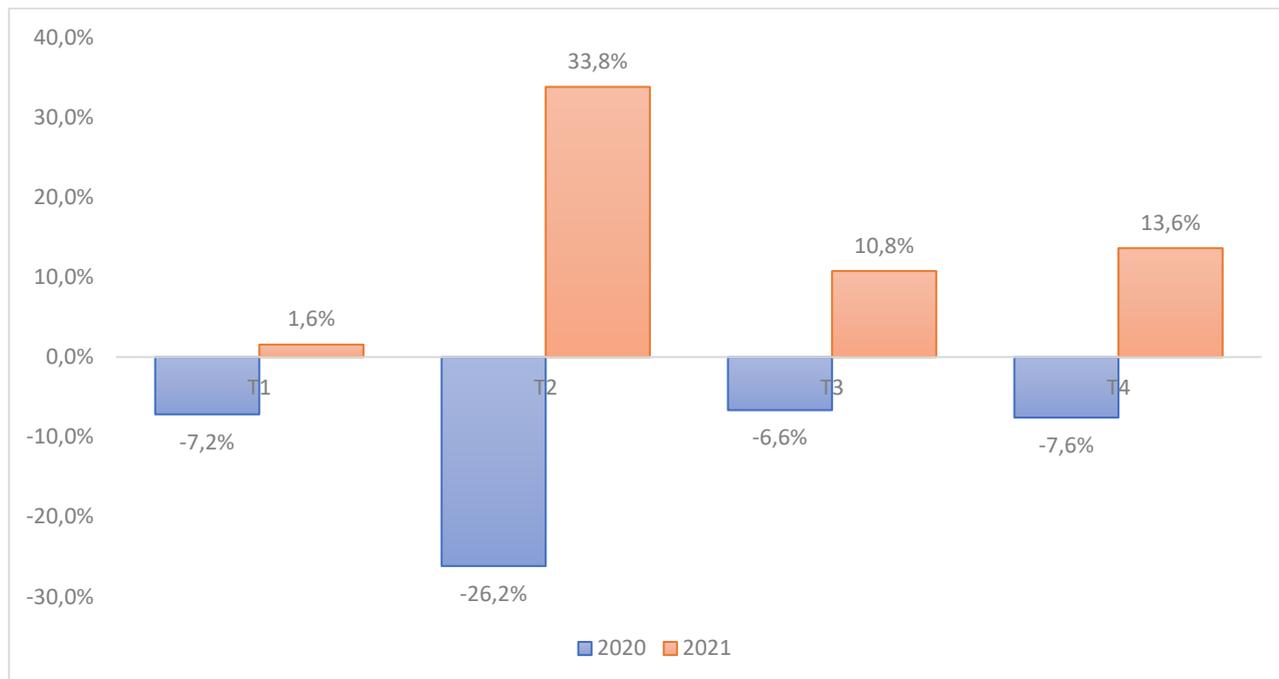
Servizi. Nell'arco degli ultimi cinque anni la crescita del fatturato nei servizi è stata dell'8,8%.

La crescita diffusa in molti comparti è stata maggiore nel Commercio all'ingrosso e nelle Attività legate al turismo, tuttavia per queste ultime non sufficiente a tornare al livello pre-pandemico.

Emerge una marcata differenziazione tra settori, non tutti sono riusciti a recuperare il crollo del 2020 e cumulano nei due anni una contrazione del fatturato, così per: il Trasporto marittimo e aereo (-23%), le Attività di Alloggio e Ristorazione (quest'ultime segnano -5,7%), di Programmazione e

trasmissione (-11,4%), le Attività professionali, scientifiche e tecniche (-4,9%) e le Attività di supporto per le funzioni di ufficio (-3,5%). L'entità della caduta registrata nel 2020, tuttavia era tanto ampia da non permettere, nonostante le dinamiche positive del 2021, un recupero dei livelli precisi, in particolare nelle attività legate al turismo (alloggio e ristorazione, agenzie di viaggio).

Grafico 5 Andamento fatturato servizi (g-n escluso Commercio al dettaglio)



Commercio al dettaglio. Le vendite al dettaglio nel 2021 registrano una decisa ripresa rispetto all'anno precedente con una crescita complessiva di tutti i format, cioè includendo anche l'e-commerce e le vendite al di fuori dei negozi, del 7,8% in valore recuperando le perdite del 2020.

Tuttavia, nei prossimi mesi il commercio al dettaglio si troverà a fronteggiare: la difficoltà della domanda finale, l'irrompere della dinamica inflattiva e l'evoluzione dei comportamenti di acquisto.

Indagando la forma distributiva emergono differenze enormi tra il Commercio elettronico che alla fine dei due anni di emergenza pandemica segna un +48% e le altre tipologie di vendita. La Grande distribuzione recupera con un +3%, le Imprese operanti su piccole superfici chiudono il 2021 pareggiando le perdite del 2020 e il Commercio su aree pubbliche resta in negativo con un -4%.

Considerando gli ultimi cinque anni le vendite del commercio al dettaglio sono trainate dalla crescita del commercio elettronico +93% e da quella della Grande Distribuzione 7%.

Tabella 12 - Variazione tendenziale delle vendite al dettaglio in valore

	Alimentari	Non alimentari	Totale
2019	0,9	0,7	0,7
2020	3,6	-11,7	-5,2
2021	1,4	13,4	7,9

Fonte: Elaborazioni Confesercenti su dati Istat

Tabella 13 - Indice delle vendite al dettaglio in valore

	Totale	Grande Distribuzione	imprese operanti su piccole superfici	Vendite al di fuori dei negozi	Commercio elettronico
2016	100,4	100,8	100,3	95,3	106,3
2017	101,3	102,9	99,7	93,5	121,9
2018	101,4	103,7	98,4	92,6	136,6
2019	102,1	105,1	97,7	92,1	161,7
2020	96,8	102,1	88,3	79,9	218
2021	104,4	107,8	96,9	87,3	247,1
2020/2019	-5,2%	-2,8%	-9,6%	-13,2%	34,9%
2021/2020	7,8%	5,5%	9,8%	9,2%	13,3%
2021/2016	4,3%	6,9%	-2,5%	-7,4%	93,3%

Fonte: Elaborazioni Confesercenti su dati Istat

Nel 2021 nella categoria dei beni non alimentari le variazioni tendenziali sono positive per tutti i gruppi di prodotti. La crescita più marcata si evidenzia per mobili, arredamento e tessuti (+78%), calzature, articoli in cuoio e da viaggio (+ 59,5%), giochi, giocattoli, sport e campeggio (+48%) e foto, ottica e pellicole (+43%). Sono i prodotti farmaceutici (+5%) ed i generi casalinghi durevoli e non durevoli (+4,6%) a mostrare crescita più contenute.

L'esplosione dell'eCommerce. Come noto, con la pandemia, le restrizioni ai movimenti e la crescita del lavoro da remoto, si è modificata la fotografia del settore distributivo in Italia: crescita esponenziale dell'e-commerce, riduzione degli acquisti in sede fissa nel comparto non food, incremento in quello food, sviluppo elevato del delivery nel settore della ristorazione.

Rispetto al dato complessivo sulle vendite, illustrato nel paragrafo precedente, abbiamo provato a stimare la situazione relativa al solo dettaglio in sede fissa (al netto cioè di e-commerce e vendite al di fuori dei negozi) e la situazione che ci si presenta è molto differente e si evidenzia come il recupero sul 2019 non sia affatto completato:

- complessivamente il totale del dettaglio in sede fissa recupera quasi per intero (dopo 2 anni, si badi bene) il livello del 2019;
- questo però grazie al forte incremento del comparto alimentare (quasi 5 miliardi in più);
- il non alimentare ancora faceva registrare il 6% in meno, 5,4 miliardi;
- tutte le merceologie, a fine 2021, erano ancora al di sotto dei valori del 2019, tranne per i farmaci e i prodotti dell'informatica;
- alcune merceologie risultano molto colpite, l'abbigliamento e le calzature, le cartolerie-librerie-giornali, gli articoli per sport e campeggio e giocattoli, le profumerie e la cura della persona.

L'eCommerce, che già stava crescendo a ritmi a due cifre, è letteralmente esploso: 10,6 miliardi di vendite in più (il 62,4%). Questo mostra chiaramente come ci sia stato, oltre alla riduzione, anche una forte ricomposizione interna dei canali di spesa delle famiglie, a tutto beneficio del commercio online di prodotti.

Tabella 14 – variazione % vendite al dettaglio

	2020-19	2021-20	2021-19	
	Var. %	Var. %	var %	Var - mln €
totale dettaglio sede fissa	-4,1%	4,0%	-0,2%	-542
alimentare	3,3%	0,4%	3,7%	+4.842
non alimentare	-14,8%	10,3%	-6,0%	-5.384
farmaci ed altri prodotti terapeutici	-7,0%	8,0%	0,5%	+72
abbigliamento	-25,8%	15,9%	-14,1%	-2.724
calzature, articoli in pelle e da viaggio	-25,9%	15,4%	-14,5%	-934
mobili ed articoli tessili e di arredamento per la casa	-14,6%	15,3%	-1,6%	-119
elettrodomestici, radio, televisori e registratori	-9,7%	10,2%	-0,4%	-16
informatica, telefonia e telecomunicazioni	6,7%	4,8%	11,8%	+236
foto-ottica, pellicole, audio-video e strumenti musicali	-16,0%	10,8%	-6,9%	-77
generi casalinghi durevoli e non durevoli	-6,0%	4,2%	-3,0%	-243
utensileria per la casa e ferramenta	-5,3%	4,2%	-1,3%	-25
prodotti di profumeria e per la cura della persona	-11,5%	10,3%	-5,9%	-449
prodotti di cartoleria, libri, giornali e riviste	-15,6%	8,9%	-10,6%	-526
giochi, giocattoli, articoli per lo sport ed il campeggio	-17,2%	12,7%	-6,7%	-210
altri prodotti non precedentemente classificati	-14,8%	10,3%	-4,4%	-368
e-commerce	31,8%	23,2%	62,4%	+10.600

Fonte: elaborazioni e stime Confesercenti su dati Istat, Polimi

Considerando poi le quote di mercato delle diverse forme distributive, la situazione da noi stimata appare molto critica in particolare per le piccole superfici del dettaglio, non alimentare.

La tabella seguente mostra chiaramente alcune dinamiche:

- nell'alimentare, nonostante l'aumento di fatturato, da circa 21 a 21,5 miliardi, le piccole superfici perdono due decimali in termini di peso complessivo scendendo sotto una soglia simbolica del 15%;
- nel non alimentare le piccole superfici perdono quasi 4 punti di quota di mercato, ovvero 3,7 miliardi di euro di fatturato;
- anche la grande distribuzione riduce il proprio fatturato, di 1,7 miliardi e due punti di quota di mercato;
- gli ambulanti dovrebbero aver registrato delle lievi perdite nel non food, compensate esattamente dal food, e nel complesso la loro quota di mercato resta intorno al 6,5%
- unico format a crescere in valore ed in peso, in entrambe le merceologie, è l'eCommerce il quale in due anni aumenta il fatturato di 10,6 miliardi di euro, il 62,4% in più, arrivando a "pesare" il 10,5% degli acquisti di prodotti, pari a 27,6 miliardi di euro complessivi.

Tabella 15 - Distribuzione commerciale. Quote di mercato 2019-2021

	2019		2020		2021	
	v.a. mld €	quote %	v.a. mld €	quote %	v.a. mld €	quote %
alimentari	139,6		144,0		145,3	
grande distribuzione	109,5	78,4%	113,1	78,5%	113,7	78,2%
piccole superfici	20,9	15,0%	21,6	15,0%	21,5	14,8%
altro	9,2	6,6%	9,3	6,5%	10,2	7,0%
di cui e-commerce	1,6	1,1%	2,7	1,9%	3,8	2,6%
di cui ambulanti	3,7	2,7%	3,9	2,7%	3,9	2,7%
non alimentari	115,1		104,3		116,7	
grande distribuzione	46,5	40,4%	39,4	37,8%	44,8	38,4%
piccole superfici	43,3	37,6%	37,1	35,5%	39,6	33,9%
altro	25,3	22,0%	27,8	26,7%	32,3	27,7%
di cui e-commerce	15,4	13,4%	19,7	18,9%	23,8	20,4%
di cui ambulanti	4,5	3,9%	3,6	3,5%	4,3	3,7%
totale	254,7		248,3		262,0	
quota e-commerce su totale		6,7%		9,0%		10,5%

Elaborazioni e stime Confesercenti su dati Istat, Polimi.

A spingere l'eCommerce anche lo smart working, che ha abituato le persone agli acquisti 'a distanza'. Secondo uno studio della federazione di negozi online francese FEVAD, infatti, il 92% dei lavoratori a distanza ha dichiarato di aver sostituito parte degli acquisti effettuati nei negozi con lo shopping online, rispetto all'87% dei lavoratori che non hanno potuto usufruire dello smart working e addirittura il 99% dei dipendenti che lavorano o hanno lavorato da casa ha affermato di aver effettuato più ordini online nel 2020 rispetto al 2019.

IV - Spesa delle famiglie

Nel complesso dei due anni di pandemia, la spesa delle famiglie si riduce di quasi il 5% rispetto al 2019, 37 miliardi in meno, dando anche luogo ad un incremento della propensione al risparmio (di tipo quasi forzoso, per l'impossibilità materiale a spendere imposta dalle restrizioni sanitarie, oltre che da motivi di forte prudenza).

Nel food però la spesa aumenta di 3,3 miliardi, il 2,3%, mentre nel no-food diminuisce di 40,6 miliardi, ovvero del 6,3%.

La fase di recupero dei consumi delle famiglie che ha caratterizzato il 2021 ha subito una battuta d'arresto a fine anno, con effetti proprio su alcune delle spese che si realizzano in misura significativa nel periodo natalizio; le attività legate alla socialità e al tempo libero, ristorazione, viaggi e spettacoli hanno difatti risentito dell'accelerazione dei contagi. Ne deriva non solo che il recupero dei consumi avrebbe rallentato, ma anche che la divaricazione fra le diverse voci della spesa delle famiglie è rimasta ampia. Per i consumi di servizi il gap da recuperare è ancora ampio, di circa il 14 per cento.

È evidente come l'evoluzione della domanda tenda a riflettere in questa fase soprattutto i cambiamenti nei comportamenti legati alla pandemia più che le condizioni dei bilanci familiari. Infatti, i dati sul reddito disponibile delle famiglie sino all'estate avevano evidenziato una relativa continuità con quelli dei trimestri precedenti, mantenendosi su un livello relativamente stabile, grazie al ruolo determinante giocato dai trasferimenti pubblici, che hanno compensato una quota delle perdite di reddito delle famiglie più colpite dalla crisi. Poi inizia in modo più netto la crescita dei prezzi delle materie prime e le condizioni cambiano, anche per i bilanci delle famiglie.

Tabella 16 – Spesa annuale delle famiglie, anni 2019-2021

	valori assoluti (mld €)			2021-19 Variazioni	
	2019	2020	2021	ass. (mld€)	%
SPESA TOTALE	789,5	718,0	752,2	-37,3	-4,7%
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	143,2	144,2	146,5	3,3	2,3%
Non alimentare	646,3	573,8	605,7	-40,6	-6,3%

V - L'impatto della crisi ucraina sui prezzi

Sulla base delle quotazioni registrate nei primi giorni di aprile, i prezzi dell'energia importata segneranno quest'anno un aumento del 77%, tale da portare al 240% l'aumento cumulato sul dato pre-pandemico del 2019. L'aggravio di spesa per famiglie e imprese è di assoluta rilevanza (nel caso di una famiglia-tipo, 430 euro annui di maggiore spesa per l'elettricità e 686 euro per il gas). A queste condizioni il tasso di inflazione nel 2022 potrebbe raggiungere il 6%, con un impulso interamente derivante del maggior costo delle materie prime importate e che andrebbe quindi a detrimento del potere d'acquisto delle famiglie e dei margini delle imprese.

Gli aumenti dei costi energetici determinano una flessione del potere d'acquisto delle famiglie e provocano sulle imprese un doppio effetto: il calo delle vendite e l'aumento dei costi di gestione.

L'aumento dei prezzi dell'energia è stato il fattore dominante già nei dati d'inizio anno quando, in linea con le indicazioni di Arera, le tariffe per le utenze domestiche sono state adeguate al nuovo scenario definito sulla base delle quotazioni delle commodities energetiche. Nei primi mesi dell'anno si sono registrati anche rincari significativi del fresco alimentare, che hanno fornito un ulteriore contributo alla dinamica dei prezzi. Anche dietro l'aumento dell'inflazione "core" (al 2%) vi sono elementi di costo legati ai prezzi dell'energia, che stanno sostenendo la crescita di alcuni beni. Aumenti significativi hanno interessato infine al momento delle riaperture anche il settore dei servizi turistici.

Secondo le indicazioni dello scorso DEF, il quadro inflazionistico si stabilizzerebbe già nel 2023, con variazioni del deflatore dei consumi che passerebbe dal 5,8 al 2%. La valutazione si basa sull'ipotesi di un rientro delle quotazioni delle materie prime già in corso d'anno.

Probabilmente però i tempi per recuperare la stabilità dei prezzi potranno però essere più lunghi.

Tabella 17 – indice dei prezzi al consumo, 2020-aprile 2022

	2020	2021	gen-apr 2022
indice generale	-0,1	1,9	5,8
prodotti alimentari e bevande analcoliche	1,4	0,6	5,2
bevande alcoliche e tabacchi	1,9	0,4	0,4
abbigliamento e calzature	0,8	0,4	1,0
abitazione, acqua, elettricità, gas e altri combustibili	-3,3	7,0	26,3
di cui: energia elettrica, gas e altri combustibili	-8,4	16,5	66,1
mobili, articoli e servizi per la casa	0,6	1,0	3,2
servizi sanitari e spese per la salute	0,7	1,0	0,8
trasporti	-2,3	4,9	9,4
acquisto mezzi di trasporto	1,5	2,0	3,6
comunicazioni	-4,9	-2,6	-3,4
ricreazione, spettacoli e cultura	-0,2	0,4	0,6
istruzione	0,0	-2,9	-0,5
servizi ricettivi e di ristorazione	0,5	1,8	4,2
altri beni e servizi	1,7	1,0	1,0

Fonte: Istat

VI Andamento dei prezzi delle materie prime energetiche e agricole

A partire dalla seconda metà del 2020, lo scenario internazionale dei mercati è stato caratterizzato da un significativo e generalizzato incremento dei prezzi delle principali commodity energetiche e agricole, riconducibili a un insieme di fattori di natura congiunturale, strutturale e speculativa.

La repentina ripresa della domanda mondiale della prima fase post pandemica ha determinato problemi organizzativi e logistici. A questi fattori di tensione relativi anche alle catene di valore, si sono aggiunti un significativo incremento dei prezzi delle materie prime energetiche e l'aumento delle richieste di alcune materie prime agricole, a causa della crescente domanda di alcuni prodotti, delle condizioni atmosferiche (siccità in Canada) e altre variabili legate anche a politiche interne ai grandi produttori mondiali.

Il conflitto in atto tra Russia e Ucraina si è inserito in tale contesto, determinando un'ulteriore pressione sui mercati internazionali. I prezzi dell'energia hanno registrato un immediato e ulteriore rimbalzo rispetto agli aumenti già registrati dopo il primo anno di pandemia, con quotazioni che nel I trimestre 2022 segnano un +53% del Brent e che cumulano una variazione del 117% in due anni;

l'impennata dei prezzi ha coinvolto anche i prodotti agricoli per i quali Russia e Ucraina¹ rivestono ruoli importanti nella produzione e nell'export. L'andamento dei prezzi energetici all'ingrosso ha determinato forti aumenti della spesa unitaria per energia elettrica e gas naturale arrivati a segnare rispettivamente un +70 e un +105% nei primi tre mesi del 2022; nel II trimestre invece nonostante la guerra e un contesto di grade incertezza, la conferma dell'annullamento degli oneri generali di sistema in bolletta e la riduzione Iva sul gas al 5%, fa registrare un calo dei prezzi di tutela per l'energia elettrica e il gas naturale dopo ben 6 trimestri.

Tabella 18 - Variazioni prezzi all'origine (€/T)

Prodotti	2021-04	2022-04	var. %
Avena	179,20	260,17	45,2%
Frumento duro	247,72	474,93	91,7%
Frumento tenero	218,63	363,80	66,4%
Mais	220,81	366,42	65,9%
Orzo	181,31	323,79	78,6%
Riso	356,05	594,95	67,1%
Sorgo	202,10	366,75	81,5%

Fonte: Elaborazioni Confesercenti su dati Ismea

Nel complesso la situazione resta difficile e richiede interventi adeguati e da adottarsi con la massima urgenza. Il tasso di inflazione nei primi quattro mesi del 2022 ha fatto registrare un +6%.

Tabella 19 – Variazione dei prezzi all'ingrosso (€/T)

Prodotti	Aprile 2021	Aprile 2022	Var %
Farine di frumento tenero	445,52	714,71	60,4%
Semole di frumento duro	408,30	774,20	89,6%

Fonte: Elaborazioni Confesercenti su dati Ismea

Tabella 20 - Variazioni prezzi carburanti

	Greggio Brent spot euro/litro	CIF Med benzina euro/litro	CIF Med gasolio euro/litro
2020	0,230	0,258	0,277
2021	0,377	0,433	0,422
gen-apr 2022	0,577	0,66	0,739
var. % 2021/2020	63,9%	67,8%	52,3%
var. % 2022/2021	53,1%	52,4%	75,1%
Cumulata	117,0%	120,3%	127,5%

Fonte: BMTI

Tabella 21 - Spesa unitaria di una impresa tipo e variazioni rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente

	2020			2021			2022
	II	III	IV	I	II	III	I
energia elettrica (€/MWh)	181	175	216	269	278	268	476
variazione	-17,5%	-23,4%	-7,30%	+0,80%	+46,30%	+23,20%	+70,30%
gas naturale (€/mc)	0,65	0,61	0,68	0,71	0,74	0,79	1,36
variazione	-15,0%	-14,6%	-9,4%	-5,7%	+10,1%	+39,3%	+105,5%

Fonte: BMTI

V - Oltre la pandemia: quale futuro per il terziario

Le enormi opportunità offerte dalla digitalizzazione negli ultimi anni hanno riaffermato l'importanza del peso dell'industria manifatturiera per i sistemi produttivi nel loro complesso. Una tendenza che la pandemia ha contribuito a mettere ulteriormente in luce a causa delle restrizioni agli spostamenti individuali che ha messo in profonda crisi comparti quali quella turistica o dei trasporti privati. Tuttavia, ci sono altre sfide che il terziario dovrà affrontare nei prossimi anni quando il Covid-19 sarà (auspicabilmente) alle spalle e vanno considerate soprattutto in ottica di scambi internazionali.

In primo luogo, le misure restrittive applicate sugli scambi di servizi sono un'arma sempre più utilizzata in modo crescente dagli Stati (soprattutto Paesi in via di sviluppo) per finalità protezionistiche in settori quali i servizi professionali e le telecomunicazioni, e possono tuttavia rallentare la crescita economica penalizzando anche i flussi di investimenti esteri. In secondo luogo, gli scambi di servizi sono ancora poco regolamentati negli accordi di libero scambio, che rappresentano al giorno d'oggi la forma più utilizzata per liberalizzare i commerci alla luce della crisi del multilateralismo.

Insomma, per favorire una piena ripresa anche del terziario non servirà solamente un pieno ritorno alla normalità pre-pandemica. Sarà necessario anche uno sforzo da parte dei Governi per includere in pieno la regolamentazione dei servizi anche a livello internazionale.

Nell'ambito di questa cornice di ridefinizione delle regole, AssoTerziario trae la convinzione che si stia sottovalutando la trasformazione impressa all'economia e all'organizzazione delle città- che del Terziario sono il cuore pulsante- dal contemporaneo effetto di cinque fattori: la pandemia, lo stato di guerra tra Russia e Ucraina, lo smart working, la transizione energetica e la digitalizzazione. Di fronte a questi fattori il Terziario è chiamato a misurarsi con una ridefinizione dei processi di globalizzazione, di gestione e budget, del campo economico del mercato interno e delle relazioni.

Uno degli scenari in cui il Terziario giocherà la partita della ripresa del cammino di crescita che dura da mezzo secolo è quello delle città, che rappresenta il 33% del PIL interno. Attesa l'importanza del comparto nel suo complesso di cui abbiamo potuto vedere nelle pagine precedenti l'incidenza preponderante sull'economia nazionale, in termini di imprese, occupati, valore aggiunto, il PNRR

non sembra cogliere tale peculiarità quando prevede un capitolo dedicato alla rigenerazione urbana un valore di 3,4 miliardi di euro. Uno stanziamento importante in tempi ordinari ma insufficiente nell'attuale congiuntura in cui sommiamo i diversi effetti negativi, di cui abbiamo illustrato nei capitoli precedenti le conseguenze. Infatti, le risorse sono già tutte prenotate: sono già state presentate oltre 2.600 richieste di interventi per un totale di 4,4 miliardi di euro, ma è mancata una riflessione sulla necessità di accompagnare i cambiamenti che si stanno spontaneamente generando nelle città, tra cui la redistribuzione delle attività economiche dovuta allo smart working, la riallocazione delle relazioni, la ridefinizione dei tempi di vita.

Appare evidente in questa visione che per le imprese esiste un problema di localizzazione, molto chiaro per i pubblici esercizi e le attività di supporto sia alla vita fuori casa che alle attività degli uffici e dei centri direzionali. Bar e ristoranti, attività sorte intorno e oltre la pausa pranzo, imprese di servizi a supporto del terziario pubblico che un tempo potevano contare su un mercato consolidato e su un flusso 'assicurato' di consumatori, debbono ripensare il proprio posizionamento avendo perso il loro vantaggio. Appare, in generale, che mentre migliorano le condizioni delle attività dei quartieri periferici e dei centri urbani di minori dimensioni, quelle dei centri storici e delle aree di precedente destinazione del pendolarismo quotidiano peggiorano. A fronte di queste dinamiche di riassetto registriamo una trasformazione che non si può lasciare gestire totalmente al mercato, non quando il tessuto di imprese è già messo a dura prova dal Covid, e dalla conseguente ridefinizione dei tempi e delle modalità del lavoro e della socialità, e dagli altri fattori sopra illustrati. Queste, in assenza di interventi di sostegno e di rigenerazione urbana concertata con le parti sociali, rilanciando la sussidiarietà, rischiano di accelerare il processo di desertificazione commerciale, già avanzato nei piccoli e medi centri urbani e nelle aree rurali. Stiamo invece assistendo ad una rigenerazione basata su una progettazione monocentrica, tutta ruotante sulle esigenze della Pubblica Amministrazione, sulla risistemazione di aree dismesse e delle infrastrutturazioni.

Servono invece interventi concertati di governo del territorio, di riassetto per stimolare la ripresa della centralità urbana e di rilocalizzazione delle imprese a rischio chiusura, a causa dei mutamenti in atto, che non possono essere scaricati senza conseguenze sulle imprese del Terziario di mercato.

Occorrono bandi per la rigenerazione urbana su piccola scala, che abbiano a riferimento aree circoscritte e da affidare a raggruppamenti di imprese commerciali, ad interventi misti pubblico-privato. Non possono infatti sfuggire le notevoli conseguenze in termini occupazionali di un intervento monocentrico sulla vivacità del tessuto imprenditoriale e del presidio territoriale, profili che impattano le politiche pubbliche a tutti i livelli.

AssoTerziario Confesercenti di fronte delle problematiche illustrate avanza due proposte:

- 1) di istituire a livello nazionale un apposito Fondo rotativo per la riconversione e rilocalizzazione degli esercizi commerciali. Un fondo pensato per finanziare i progetti di investimento per mettere in sintonia le imprese con la doppia transizione digitale ed energetica ed in grado di intercettare i nuovi modelli di acquisto e di organizzazione dei clienti;
- 2) la creazione di una vera e propria Agenzia per le imprese di vicinato, una collaborazione Pubblico-Associazioni di impresa, per gestire la trasformazione, fermare la desertificazione

e far rigermogliare il valore sociale, economico e di servizio delle micro, piccole e medie imprese urbane

Sono due proposte che Confesercenti ha già elaborato e sulle quali chiama il mondo istituzionale ad un confronto serrato e costruttivo.