

# ASSEMBLEA CONFESERCENTI 2022

## MATERIALE PER LA STAMPA

### Dalla pandemia all'inflazione

Al grande crollo dei consumi causato dalla pandemia (-107 miliardi di euro nell'annus horribilis 2020) fa oggi seguito l'inflazione, che nel 2022 ha ridotto di 7,2 miliardi la spesa delle famiglie.

A un incremento dei prezzi che quest'anno sarà in media pari all'8%, seguiranno variazioni del 5,1% nel 2023, del 4% nel 2024 e del 2,9% nel 2025. Siamo cioè giunti alla fine di un lungo periodo di assenza dell'inflazione.

Complessivamente, nel quadriennio 2022-2025 l'aumento dei prezzi comporterà un'erosione del potere d'acquisto delle famiglie di 22 miliardi, che significa ridurre le prospettive di spesa per consumi di almeno 17 miliardi.

Le prospettive per il 2023, dunque, non sono così rosee. Alla fine del prossimo anno i redditi e i consumi delle famiglie arretreranno sui livelli del 2016. Il prossimo anno, la compressione dei consumi riporterà il tasso di crescita del Pil al di sotto dello 0,5%, segnando di fatto la fine del rimbalzo post-pandemico.

Peserà anche l'aumento dei tassi di interesse. La manovra avviata dalla Banca Centrale Europea determinerà una risalita dei tassi al di sopra del 3,5% nel 2023 e del 4% nel 2024, senza prospettive di successive riduzioni nel 2025. Per le nostre imprese significa subire un aggravio del costo dei finanziamenti di almeno 9 miliardi nel corso del prossimo triennio.

### Commercio, tra inflazione e boom dell'online

Aumentano così le difficoltà delle imprese del settore commercio, che dal 2016 a oggi si sono ridotte di quasi 73mila unità, di cui oltre 30mila dal 2019 ad oggi. La vita media di queste imprese si è, negli ultimi anni, notevolmente accorciata. Nel commercio, meno della metà (il 43,6%) ormai raggiunge i cinque anni di attività.

Il 2022 ha segnato infatti già un primo un rallentamento della ripresa della spesa delle famiglie. Sotto il peso del caro-prezzi gli italiani hanno ricominciato a contrarre i consumi, a ottobre scesi in volume del -5,3% rispetto al 2021. Ma il calo, per gli alimentari, è del -6,9%.

Un quadro reso ancora più difficile, per i negozi, dalla competizione con l'online. Tra pandemia e nuove abitudini di consumo, infatti, l'eCommerce si appresta a raggiungere e sorpassare già 2027-28 la quota di mercato delle piccole superfici nel comparto non alimentare: attualmente, infatti, la quota delle piccole imprese è al 34%, per arrivare al 29% entro il 2027, mentre l'eCommerce dovrebbe passare nello stesso periodo dal 22 al 29% con un incremento netto di 17 miliardi di euro.

Nel comparto alimentare, dove la quota delle piccole superfici già oggi è intorno al valore minimo del 15%, nel 2027 scenderà a poco più del 10%, quella dell'eCommerce sfiorerà il 5%. La redistribuzione delle quote di mercato tra online e canali fisici produrrà una riduzione di piccoli esercizi di circa 60mila unità tra il 2022 ed il 2027, con 100mila posti di lavoro perduti.

## La ‘tassa’ delle piattaforme

Non c’è solo il sorpasso delle quote di mercato. Il peso delle piattaforme digitali, dall’eCommerce al turismo, dal delivery di food alla spesa a domicilio, si fa sentire comunque sui bilanci delle PMI italiane, costrette a servirsi degli intermediari digitali per non perdere terreno ed appeal nei confronti dei consumatori. Complessivamente, stimiamo che il fatturato delle piccole e medie imprese mediato dalle piattaforme sia di circa 30 miliardi di euro l’anno, con un costo di utilizzo – una vera ‘platform tax’ di circa 4,5 miliardi di euro l’anno.

## Turismo: si riparte, ma i livelli pre-pandemia sono ancora lontani

Più forte – ma anche in questo caso ancora insufficiente – la ripartenza del comparto turistico. Dopo un primo trimestre dell’anno sottotono, con ancora 16 milioni di presenze in meno rispetto allo stesso periodo del 2021, la primavera ha visto tornare, finalmente, i flussi di viaggiatori.

Nonostante la buona ripresa, tra gennaio e agosto di quest’anno le presenze si sono fermate a 292 milioni: un aumento del 46% sul 2021, ma ancora l’11,5% in meno rispetto al 2019. A mancare soprattutto le presenze straniere, ferme al -15,5% dai livelli pre-pandemia. Neanche la domanda italiana è del tutto recuperata, con il 7,6% di presenze in meno rispetto al 2019.

Ad aggravare il ritardo della ripresa, dopo due anni pressoché di fermo, il caro-energia, che per il comparto HoReCa – ristorazione, ricettività e servizi di catering – vale un esborso aggiuntivo di quasi 3,5 miliardi di euro l’anno.

## La questione energia

Tutte le imprese, infatti, sono ancora alle prese con gli effetti del caro-energia. Rispetto al periodo pre-pandemia (2019) il prezzo delle importazioni totali di energia è cresciuto del +286%, il prezzo del solo gas naturale del +767%, con un aumento medio della bolletta elettrica del +269%. Una corsa che dovrebbe rallentare nel prossimo anno, ma i prezzi non arretreranno più ai livelli del periodo pre-crisi.

## La questione lavoro

Il settore del Terziario e del Turismo occupa quasi 7 milioni di lavoratori prevalentemente in PMI. Nel solo comparto del terziario si contano più di 100 CCNL che determinano una vera e propria piaga che è quella dei “contratti pirata” che generano dumping e creano di fatto difficoltà occupazionali legate anche ad un reddito di cittadinanza che sino ad ora ha fornito alternativa ai bassi salari determinati da questi contratti.

Quest’anno turismo e ristorazione hanno sperimentato anche difficoltà di reperimento di lavoratori. Durante l’anno 2022 sono mancate circa 300mila figure professionali. Solo per l’ultimo trimestre del 2022 potrebbero essere tra 55 e 60 mila i lavoratori “mancanti” nei due comparti.

Anche il costo del lavoro è aumentato. L’entrata a pieno regime della riforma degli ammortizzatori sociali porterà un incremento complessivo strutturale dei costi a carico delle imprese superiore ai 900 milioni di euro l’anno per le piccole imprese. L’applicazione delle aliquote previste a regime, infatti, in ipotesi di retribuzione media annua di circa € 23.000 (IV livello del CCNL del Terziario) e di una platea di dipendenti

pari a 6.953.091 soggetti (fonte dati: Istat), determinerebbe un incremento complessivo strutturale dei costi a carico delle imprese pari ad oltre 900 milioni di euro.

In ascesa anche gli oneri burocratici: il Decreto Trasparenza entrato in vigore in piena stagione turistica ad agosto ha generato grandi difficoltà alle PMI senza raggiungere l'obiettivo di dare una informativa adeguata chiara e semplice ai lavoratori.

## L'incognita Natale

In questo quadro di incertezza, il mese di dicembre sarà un test importante per valutare lo stato di salute dell'economia e in particolare dei consumi.

Secondo nostre stime, elaborate a partire da sondaggi sui consumatori condotti con SWG e IPSOS, quest'anno si spenderanno in media per i regali 197 euro, un budget in calo di 39 euro rispetto al 2021 (238 euro a persona). A pesare, incertezza e riduzione del potere d'acquisto a causa dell'inflazione, che frenano gli acquisti in una larga parte della popolazione: a fronte di un 39% di italiani che dichiara l'intenzione di mantenere stabile la spesa, il 47% annuncia che ritoccherà al ribasso il budget previsto per i doni rispetto allo scorso anno. Solo il 14% pianifica di spendere di più.

Le grandi piattaforme di eCommerce si impongono tra i canali d'acquisto più utilizzati, con il 63% delle indicazioni. Seguono i negozi nei centri commerciali (46%) e i negozi monomarca delle grandi catene retail (29%). I negozi di quartiere o di vicinato saranno scelti dal 22%, come supermercati e ipermercati. Cresce la vendita diretta: il 21% acquisterà online direttamente dal sito del produttore. Il 12%, invece, si rivolgerà ad un mercatino per comprare almeno uno dei regali da mettere sotto l'albero.

Nella top ten delle intenzioni di acquisto per un regalo, spiccano i capi d'abbigliamento (44% delle indicazioni), seguiti da libri (40%), prodotti di profumeria (39%), giochi e giocattoli (38%), regali gastronomici (31%), accessori di moda (30%), prodotti tecnologici (25%), arredamento e prodotti per la casa, vini ed elettrodomestici e piccoli elettrodomestici (tutti al 21% di indicazioni).

Solo il 7%, invece, regala un viaggio o una vacanza. Al di là dei doni, solo il 17% ha già deciso di progettare un viaggio per il periodo delle feste di Natale e Capodanno, cui si potrebbe aggiungere una quota del 18% di indecisi.

## I NUMERI

### INFLAZIONE E CONSUMI

- + **8,1%** a fine anno 2022
- + **16%** per le famiglie meno abbienti e +**7%** per le famiglie più abbienti
- + **5%** il tetto sopra cui si manterrà nel 2023
- 7,2 miliardi di euro**: la spesa andata in fumo nel 2022 a causa dell'inflazione
- 22 miliardi di euro**: l'erosione del potere d'acquisto delle famiglie stimata dal 2022 al 2025

### FIDUCIA DELLE IMPRESE

- 2,4 punti** dal 2019 al 2022 per le imprese di vicinato
- +**2,3 punti** dal 2019 al 2022 per la grande distribuzione

### CONSUMI

- 12,7 miliardi di euro** il calo dal 2019 al 2022 (-1,2%)
- +**10,9 miliardi di euro** per i consumi alimentari (+7,3%)
- 23,6 miliardi di euro** per i consumi non alimentari (-2,6%) di cui
- 7,1 miliardi di euro** per abbigliamento (-11,1%)

### CANALI DISTRIBUTIVI

- 22%**: la quota dell'on-line nel commercio non alimentare nel 2022
- 29%**: la quota dell'on-line nel commercio non alimentare stimata per il 2027
- 34%**: la quota delle piccole superfici nel commercio non alimentare nel 2022
- 29%**: la quota delle piccole superfici nel commercio non alimentare nel 2027

### CREDITO E TASSI DI INTERESSE

- 9 miliardi di euro**: il valore degli interessi in più sui prestiti che pagheranno le imprese nei prossimi 3 anni a causa dell'aumento dei tassi di interesse disposto dalla BCE
- 246 miliardi di euro**: l'ammontare, a giugno, dei prestiti garantiti dal Fondo di Garanzia, di cui
- 23 miliardi di euro** per prestiti inferiori a 30mila euro

### PIATTAFORME DIGITALI DI ECOMMERCE, TURISMO E DELIVERY

- 30 miliardi di euro**: il **fatturato** delle imprese mediato da piattaforme digitali, di cui
- 15 miliardi di euro**: per il delivery
- 9-10 miliardi di euro**: per servizi turistici e ricettività
- 4-5 miliardi di euro**: per l'e-Commerce
- 4,5 miliardi di euro l'anno**: il costo d'utilizzo delle piattaforme per le PMI

### ENERGIA, CONFRONTO 2022/2019

- +**286%**: il prezzo delle importazioni totali di energia
- +**767%**: il prezzo del solo gas naturale
- +**269%**: l'aumento della bolletta elettrica

### NATALI A CONFRONTO

- 238 euro**: la spesa media per i regali nel 2021
- 197 euro**: la spesa media per i regali prevista nel 2022
- 40 euro**: la riduzione del budget per i doni a causa di inflazione e caro-energia