L'Italia riaccoglie i turisti stranieri: sale lo scontrino medio nei ristoranti

20230727144649cassaristorante-6e6e547b

Prosegue il buon andamento del canale della **ristorazione** nei mesi di giugno e luglio, che vedono anche il concreto ritorno dei turisti stranieri nelle destinazioni italiane e **un più elevato scontrino medio**.

A dare i numeri è l'osservatorio permanente **Confimprese-Jakala** sull'andamento dei consumi nei settori ristorazione, abbigliamento-accessori e altro retail, che registra una modesta crescita del totale mercato a +2,1%. **Il dato non copre neanche l'effetto inflattivo**, che, comunque, nel mese di giugno ha iniziato a calare portandosi al +6,4% su base annua, secondo le ultime rilevazioni Istat.

Nei settori merceologici **la ristorazione continua a mantenersi su buoni livelli e segna un +5%**, mentre il comparto abbigliamento-accessori che nel mese di maggio aveva registrato un tonfo a -16,2%, si riporta in positivo a +1,7%, sia pure di pochi punti percentuali sopra lo zero.

Nei canali di vendita, centri commerciali, outlet e high street si allineano all'andamento generale del mercato intorno al +2%. **Il travel**, complice il grande afflusso di incoming stranieri, soprattutto dei top spender americani nelle città d'arte italiane, segna un incremento superiore al +20%. L'ottimo andamento del canale **contribuisce ad alzare lo scontrino medio soprattutto nella ristorazione e in tutto l'indotto**.

Quanto alle aree geografiche, si segnala **la buona performance del nord-est a +7,3%**, di poco positivo il nord-ovest a +0,7%. Trend di crescita diffusi anche sul resto della penisola con centro e sud che registrano rispettivamente +3,8% e +2,4%.

I dati rilevati nel **confronto tra il primo semestre 2023 e lo stesso periodo 2022** sono incoraggianti e mostrano una significativa crescita del totale mercato pari a +9,7%. **Ciò significa che i consumi hanno quasi recuperato i livelli pre-pandemia** (-3,8% vs 19) ma solo a valore e non a volume per

effetto dell’inflazione.

Nei settori merceologici la ristorazione mette a segno **la crescita più importante pari a +15,1%**.

SEMESTRI A CONFRONTO

I dati rilevati nel confronto tra il I semestre 2023 vs lo stesso periodo 2022 sono incoraggianti e mostrano una significativa crescita del totale mercato pari a +9,7%. Ciò significa che i consumi hanno quasi recuperato i livelli pre-pandemia (-3,8% vs 19) ma solo a valore e non a volume per effetto dell’inflazione.

Nei settori merceologici la ristorazione mette a segno la crescita più importante pari a +15,1%, bene anche abbigliamento-accessori a +8%, mentre altro retail mostra andamenti molto più contenuti a +2,8%, nonostante le buone performance delle attività di servizi.
Nei confronti con il pre-pandemia, pieno recupero della ristorazione a +2,1% anche in relazione a un significativo effetto inflattivo con l’indice nazionale dei prezzi al consumo relativo a servizi ricettivi e ristorazione giugno 2023 vs giugno 2021 a +15,1% e di altro retail a -1,2%, mentre abbigliamento-accessori con un -9,1% è ancora lontano dai livelli 2019.
Nei canali di vendita la crescita migliore si registra nel travel con livelli intorno al +20% ma anche high street, centri commerciali e outlet mostrano crescite a due cifre.

«Tuttavia, analizzando più a fondo l’andamento mensile si nota un rallentamento negli ultimi due mesi del -3,2% vs 2019 rispetto ai primi 4 mesi del periodo in linea con i valori pre-pandemia pari a -0,3%. Il dato può essere imputato a due principali fattori: la ritardata stagione estiva che ha fortemente penalizzato il settore abbigliamento, ma anche l’impatto dell’inflazione ormai cumulata anno su anno che si attesta al +14,3% rispetto al 2021 e che, di conseguenza, comprime il potere d’acquisto dei consumatori. Un fenomeno da monitorare con attenzione nei mesi a venire». «I dati di giugno confermano la ripresa dei consumi con un +9,7% rispetto al 2022– afferma Alessandro Olivari, senior partner Jakala –. La ripresa è trainata in particolare dal settore ristorazione che chiude il primo semestre di quest’anno a +15,1%. In termini di fatturato, sia i centri commerciali che le vie dello shopping risultano in positivo, rispettivamente +13,9% e +11,4% rispetto al 2022, e continuano ad assottigliare il divario con il periodo pre-pandemico: -1,2% per i centri commerciali e -6,5% per le vie dello shopping rispetto al 2019».

afferma **Mario Maiocchi**, Direttore centro studi Confimprese