Osservatorio Consumi Confimprese, a febbraio consumi in risalta grazie alla ristorazione

20240327104842shutterstock-1201677937-3ea779a4

Consumi in (leggero) aumento durante il mese di febbraio secondo l'Osservatorio permanente Confimprese-Jakala. A fronte del -2,1% del mese di gennaio, si assiste infatti a una **modesta ripresa** frutto di una **forte ondata positiva di fiducia degli investitori**, con il trend mensile a totale mercato è vicino alla parità e registra un **+0,7%**

A fare da traino al trend positivo è la ristorazione (+1,2% anno su anno), seguita da **abbigliamento-accessori (+1.0%)** mentre il **retail si ferma al -1,0%**.

Anche nei canali di vendita si registra un leggero positivo con variazioni mensili di minima entità per **centri commerciali a +1,4%**, n**egozi di prossimità +1,2%** e **high street +0,4%**. In questo contesto spicca la **performance positiva del travel** che, con il confronto mensile al **+6,0% e il totale anno al +2,6%**, risulta il comparto più dinamico di questo inizio 2024.

Nelle regioni si segnala l'**andamento positivo del Piemonte a +4,5%** e quello in campo **negativo del Trentino Alto Adige a -4,6%**. Nelle città di provincia i risultati migliori si registrano a **Siena +5,6%**, mentre **Reggio Calabria sprofonda a -6,8%.**

«Il mese di febbraio, sia pure in un contesto di sostanziale stagnazione dei consumi – riflette **Mario Maiocchi**, direttore centro studi Confimprese –, *recupera qualche punto percentuale rispetto a un gennaio partito male. In particolare, il **settore abbigliamento-accessori**, che aveva registrato andamenti negativi non solo in gennaio -2,4% ma anche nei mesi precedenti, accenna un **timido segnale di inversione di tendenza**. Continua, invece, il **parziale rallentamento della ristorazione** con un debole +1,2% e di altro retail a -1,0% che mostra, tuttavia, significativa volatilità nei diversi settori di attività. In vista dei prossimi mesi, **occorre ora fare ripartire l'economia reale** e **sostenere il potere d'acquisto delle famiglie**, che fanno i conti con i salari fermi da vent'anni».*

Per i prossimi mesi occorre valutare con attenzione sia i fattori esogeni come l’arrivo delle **temperature primaverili** che possono incidere in modo determinante sulle abitudini di consumo degli italiani, sia le **variabili macro-economiche**, soprattutto in relazione alle decisioni della Bce sui tassi di interesse.

«Grazie al mese di febbraio – fa presente **Alessandro Olivari**, senior partner Jakala - *lievemente in positivo rispetto allo scorso anno a +0,7% rispetto a febbraio 2023, il confronto anno su anno dei primi due mesi del 2024 vede la **riduzione del gap che si assesta a -0,8%** mitigando le performance negative di gennaio. I dati di febbraio sono sostenuti soprattutto dai settori ristorazione e abbigliamento-accessori rispettivamente a +1,2% e +1,0% rispetto all'anno scorso, che **invertono per ora la rotta rispetto al trend negativo degli ultimi mesi.** In termini di canali di vendita, a registrare i risultati migliori rispetto allo stesso mese del 2023 sono i punti vendita travel come stazioni e aeroporti al +6% e i centri commerciali al +1,4%».*