Istat, migliora la fiducia, ma il futuro ha bisogno di certezze

positive-4907261-1920-3c880de4

In crescita il clima di fiducia certificato dall'Istat, favorito anche dal progredire della campagna vaccinale. Ma gli operatori del settore turistico, le cui perdite ammontano già a 45 miliardi, hanno bisogno di un piano chiaro per la ripartenza.

Fiducia in lieve ripresa sia sul fronte dei consumi sia quello delle imprese: lo certificano le rilevazioni **Istat** di aprile.

Tutte le componenti dell'indice di fiducia dei consumatori – rileva Istat - sono in aumento sia per quanto concerne il clima economico (passato da 90,2 a 91,6) sia il profilo personale che da 104,5 sale a 105,9.

Come si diceva, anche sul fronte delle imprese c'è un significativo miglioramento, che però – in questo caso - è esclusivamente legato ad una valutazione sul futuro: la componente più positiva, infatti, è quella sulle "attese" di ordini o di vendite. Un miglioramento si individua, infine, anche per il commercio al dettaglio, ma con un'intensità decisamente più marcata nella grande distribuzione.

Si tratta di un dinamismo interessante, in gran parte atteso e persino fisiologico, ma su cui è bene non farsi illusioni. Il progredire della campagna vaccinale, infatti costituisce un valido atout, ma adesso **serve una *road map* coerente per una ripresa reale e per dare concretezza alle speranze rivolte nel futuro.**

"Il rafforzamento della campagna vaccinale - commenta infatti **Confesercenti** - inizia a riflettersi sul clima di fiducia complessivo: ora sarà fondamentale continuare ad aumentare il ritmo delle vaccinazioni e accelerare l'arrivo del DL Sostegni Bis", commenta Confesercenti. "Il segnale lanciato dalle imprese del turismo, però, non è da sottovalutare. **La proroga del coprifuoco e delle limitazioni per le attività di somministrazione ha cancellato la stagione primaverile e frenato**

l’avvio della stagione estiva. Le imprese attendono nuovi sostegni mirati, ma anche un piano chiaro per la ripartenza, dall’accelerazione del green pass all’auspicata riduzione delle restrizioni, ma anche misure specifiche per agevolare la domanda turistica interna, che sarà inevitabilmente protagonista anche dell’estate, a partire da un nuovo Bonus Vacanze, più facile da utilizzare per consumatori ed imprese”.

Sulla stessa line d’onda il commento rilasciato sui dati Istat dall’**Ufficio Studi di Confcommercio**: “Il miglioramento della fiducia registrato da famiglie ed imprese nel mese di aprile era un dato in gran parte atteso ed in linea con l’avanzamento della campagna vaccinale e le aspettative di un alleggerimento delle misure restrittive.

In questo panorama di generalizzato recupero della fiducia spicca il deterioramento del *sentiment* tra gli operatori turistici. Il settore continua, infatti, a considerare ancora molto lontano il momento in cui si potrà tornare ad una situazione meno drammatica rispetto a quella vissuta nell’ultimo anno. E non possono bastare poche riaperture limitate peraltro solo ad alcune aziende del settore per migliorare una situazione molto compromessa”.

E che il cammino per la ripresa sia lungo, lo testimoniano crudamente i numeri: dall’inizio della pandemia – calcola infatti **Fipe** - i pubblici esercizi hanno perso **45 miliardi** (34 miliardi nel 2020, 9 miliardi fino al 25 aprile, e altri 2,5 miliardi, stimati per fine maggio).

"Con il nuovo decreto riaperture – spiega **Luciano Sbraga, direttore del Centro studi Fipe-Confcommercio** - **i ristoranti perdono tra i 50 e i 55 milioni al giorno**, per un totale di 1,9 miliardi in 34 giorni, mentre **per i bar la perdita sarà di 560 milioni**". Senza dimenticare che nel 2020 hanno cessato l’attività 22 mila aziende e sono andati persi 242mila posti di lavoro.

Con questi ritmi e queste perdite un piano ben definito non è più procrastinabile.