

Fiducia delle imprese ai massimi Fatturati a +5% sul pre Covid

Il dato Istat. L'indice fiducia di luglio è più elevato dal marzo 2005, in crescita i giudizi sugli ordini
Intesa Sanpaolo: il manifatturiero italiano consolida la ripresa, ricavi a +31% su base congiunturale

Filomena Greco

Da un lato, la manifattura che continua a recuperare terreno tanto da alimentare quel rimbalzo che vale da inizio anno – e fino al mese di maggio – un aumento del giro d'affari del 5,3% rispetto ai livelli pre-Covid di gennaio-maggio 2019. Dall'altro, un balzo dell'indice di fiducia a luglio sia per le famiglie che per le imprese, con il valore più elevato di tutta la serie storica (l'indice è calcolato da marzo 2005).

La fiducia

L'ultima rilevazione dell'Istat fa emergere come nelle costruzioni, nei servizi e nel commercio al dettaglio l'indice composito di fiducia registrato nel mese di luglio aumenti in maniera decisa, rispettivamente da 153,6 a 158,6, da 107,0 a 112,3 e da 107,2 a 111,0, mentre nel comparto manifatturiero l'incremento è pari a circa un punto, da 114,8 a 115,7, con un miglioramento soprattutto dei giudizi sugli ordini. Bene le attese relative ai servizi – in netto recupero i giudizi su ordini e andamento degli affari – e al commercio, dove le attese sulle vendite sono in miglioramento. L'indice di fiducia dei consumatori poi continua a risalire registrando un picco da settembre 2018. La crescita è trainata dal miglioramento dei giudizi sia sulla situazione economica generale sia su quella personale.

La spinta della manifattura

In questo contesto di forte spinta in avanti dell'industria si inserisce l'analisi della Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo e da Prometeia sui settori manifatturieri italiani, che stanno recuperando più in fretta, e in maniera più brillante, rispetto a Germania, Francia e Spagna. L'indagine mette sotto la lente d'ingrandimento i diversi comparti produttivi e fa emergere un dato su tutti: nei primi cinque mesi dell'anno il manifatturiero italiano ha consolidato la ripresa del fatturato superando i livelli pre-Covid grazie alla spinta del mercato interno e dei mercati internazionali (+5,3% a valori correnti rispetto a gennaio-maggio 2019, +31% su base congiunturale). Sul tavolo c'è ancora un gap in termini di produzione (-2,6% rispetto a gennaio-maggio del 2019), ma comunque inferiore rispetto alle performance registrate dall'industria tedesca (-8%), francese (-7,4%) e spagnola (-5,1%). Secondo l'analisi di Prometeia e di Intesa Sanpaolo sono due i fattori che hanno maggiormente inciso: da un lato la dinamica degli investimenti, cresciuti

fatturato che per produzione, in tutti i settori lungo la filiera delle costruzioni, a partire da mobili (+11,3% da gennaio a maggio 2021 rispetto allo stesso periodo del 2019) ed elettrodomestici (+25,7%). Sopra i livelli pre-Covid anche i produttori di beni intermedi, sostenuti tanto anche dal forte recupero di meccanica, autoveicoli e moto, settore quest'ultimo dove l'Italia, grazie agli incentivi, è più avanti nel percorso di ripresa rispetto agli altri paesi manifatturieri europei. Meccanica e automotive, comunque, hanno ripreso slancio a partire dalla seconda metà del 2020 chiudendo il gap di fatturato rispetto al periodo pre pandemia (+5% Autoveicoli e moto nel periodo gennaio-maggio 2021, +2,8% la Mecca-

nica), ma che ancora non hanno raggiunto un pieno recupero dei livelli produttivi pre-crisi. Resta poi ancora inchiodato il sistema moda, sotto del 13,7% rispetto a gennaio-maggio 2019 e più in difficoltà rispetto ai "cugini" francesi, mentre un discorso a parte merita l'elettronica, che recupera i fatturati – non i volumi produttivi – del 2019 ma sconta i problemi di approvvigionamento di semiconduttori. Un fattore che condiziona anche la rilevazione Istat sulla fiducia: a luglio cresce in maniera marcata la quota di imprese manifatturiere che lamenta insufficienza degli impianti o mancanza di materiali come ostacoli alla produzione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il gap nella produzione (-2,6% rispetto al 2019) è inferiore rispetto alla Germania (-8%) e alla Francia (-7,4%)

Fatturato dei settori manifatturieri

Var. %, prezzi correnti

	GEN-MAG. 2019				GEN-MAG. 2020						
	-20	0	20	40	60	80	-20	0	20	40	60
Manifatturiero	5,3				30,6						
Elettrodomestici	25,7				63,1						
Metallurgia	14,8				55,9						
Elettrotecnica	11,8				37,3						
Intermedi chimici	11,7				29,7						
Mobili	11,3				65,1						
Prodotti e mat. da costruzione	9,6				39,2						
Prodotti in metallo	7,5				39,6						
Auto e moto	5,0				65,9						
Altri intermedi	3,7				22,3						
Alimentare e bevande	3,6				3,9						
Meccanica	2,8				35,5						
Farmaceutica	0,4				0,9						
Elettronica	-0,2				21,9						
Largo consumo	-1,6				5,0						
Sistema moda	-13,7				25,2						

Fonte: elaborazioni su dati Istat

LA RIPRESA

Largo consumo e sistema della moda restano deboli

Se nella manifattura in generale l'Italia fa meglio di Germania e Francia, e recupera più in fretta il gap di produzione e fatturato accumulato durante i mesi di lockdown e stop produttivo, così non è nel settore della moda, che

fica ed emerge come settore più colpito dagli effetti della recessione, legato a doppio filo tanto alla socialità quanto al turismo. A soffrire, come evidenzia lo studio di Intesa Sanpaolo e Prometeia, sono state anche le altre manifat-

mo (-1,6% su gennaio-maggio 2019), nel quale convivono specializzazioni trainate da nuove abitudini di consumo (alcune tipologie di alimenti e prodotti per la casa, assoggettabili a scorte) e altre specializzazioni che risento-

dell'11,4%, dall'altro l'export, aumentato del 4% rispetto alla fase pre-covid (dato aggiornato ad aprile scorso).

A guardare nei diversi comparti poi si scopre che la maggiore dinamicità della manifattura italiana nasce dal superamento dei livelli pre-crisi, sia per

resta di 13,7 punti percentuali sotto la quota del fatturato registrato da gennaio a maggio del 2019, prima che scoppiasse la pandemia. Il Sistema moda dunque si conferma in coda alla classi-

ture europee anche se in Francia sono emersi segnali di recupero più intenso che in Italia. Una difficoltà in questa fase di ripartenza poi è stata registrata anche nel mondo del largo consu-

no della situazione indotta dalla crisi sanitaria come alimentare e bevande legati al canale Ho.Re.Ca. e la cosmetica.

—**F.Gre.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA