



## L'ECONOMIA TERNANA

In base ai dati del registro imprese della Camera di commercio di Terni, nei primi due trimestri del 2019 il numero d'impresie attive è, rispettivamente, di 18.380 e 18.534 unità, con un incremento pari, rispettivamente, a 173 e 185 unità (+1,0 per cento in entrambi i periodi) rispetto allo stesso periodo del 2018. La consistenza delle imprese continua a crescere dopo la contrazione del 2017 dovuta principalmente a operazioni di riallineamento del registro camerale. Nei due trimestri presi in esame prosegue la flessione tendenziale delle imprese impegnate nell'attività manifatturiera (-0,9 per cento nel primo trimestre e -0,4 per cento nel secondo) mentre si assiste a una ripresa dell'attività nel settore delle costruzioni (+1,0 e +0,6 rispettivamente nei due trimestri). Sono in crescita le imprese che operano nel terziario. L'aumento è meno sostenuto nel commercio (+0,5% e +0,7%) e più accentuato nei comparti dei servizi di informazione e comunicazione (+5,3 per cento e +4,4 per cento) e del noleggio, agenzie di viaggio, e altri servizi di supporto alle imprese (+9,1 per cento e +13,2 per cento).

## IMPRESSE E ICT

Nel 2019 continua ad aumentare la quota di imprese con almeno 10 addetti che accede a Internet utilizzando connessioni veloci: 41% quelle ad almeno 30 Mbps (13,5% nel 2015), 13,8% quelle ad almeno 100 Mbps (6,2%). Il 16,1% delle imprese manifatturiere ha un livello di digitalizzazione alto o molto alto. Sulla base di nuovi indicatori risulta che a profili di digitalizzazione più evoluti delle imprese si associa, in media, un livello di produttività del lavoro più elevato.

## COMMERCIO CON L'ESTERO

A dicembre 2019 si stima una flessione congiunturale delle esportazioni (-0,9%) e un aumento delle importazioni (+0,8%). Il calo congiunturale dell'export è dovuto alla diminuzione delle vendite sia verso i mercati extra Ue (-1,0%) sia verso l'area Ue (-0,8%). Nell'ultimo trimestre del 2019, rispetto al precedente, si rileva un aumento delle esportazioni (+0,9%) e una contrazione delle importazioni (-1,7%). A dicembre 2019 la crescita su base annua dell'export è pari a +4,2% ed è determinata dall'incremento delle vendite registrato sia nell'area extra Ue (+5,1%), con maggiore intensità, sia in quella Ue (+3,4%). La diminuzione tendenziale dell'import (-2,2%) è dovuta al netto calo degli acquisti dai mercati extra Ue (-5,9%), mentre per quelli dai paesi dell'area Ue si registra un lieve aumento (+0,3%). Tra i settori che contribuiscono maggiormente alla crescita tendenziale dell'export nel mese di dicembre si segnalano articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici (+23,9%), prodotti alimentari, bevande e tabacco (+10,4%), articoli in pelle, escluso abbigliamento, e simili (+15,9%) e articoli di abbigliamento, anche in pelle e in pelliccia (+13,7%). In diminuzione, su base annua, le esportazioni di metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti (-1,9%), macchinari e apparecchi n.c.a. (-0,5%) e prodotti tessili (-5,1%).

## CONGIUNTURA VENETO

La produzione industriale nel Veneto ha fatto marcare un aumento dell'1,3% nel 2019, in contrazione rispetto al +3,2% dell'anno precedente e del +4% del 2017, con un incremento nel quarto trimestre di 0,3 punti sullo stesso periodo del 2018. Nell'ultima parte dell'anno la produzione è rallentata al punto di galleggiare attorno alla stagnazione, fenomeno che riguarda in prima battuta le realtà medio-grandi, che sono le più esposte alle flessioni dell'economia globale (-0,4% la produzione e -0,8% il fatturato). Tiene invece la piccola impresa, più capace di adattamenti ai contesti mutevoli (+1,9% e +2%). Nella manifattura il

segmento più penalizzato è il tessile, abbigliamento, calzature, mentre ad esprimere le prestazioni migliori sono l'alimentare e l'arredo. A favorire l'andamento degli indicatori regionali è soprattutto la contrazione della domanda estera, con ordini che nel 2019 sono cresciuti appena di un punto contro il 2,7% rilevato a fine 2018, mentre il fatturato non va oltre il +0,9% che si confronta con i +4,4 punti di dodici mesi prima.

## IL MERCATO DELLA SMART HOME

Continua a crescere il mercato italiano della Smart Home, che raggiunge nel 2019 un valore di 530 milioni di euro, con un aumento del 40% rispetto al 2018, trainato da soluzioni per la sicurezza, smart home speaker ed elettrodomestici che complessivamente coprono oltre il 60% del mercato. Il trend di crescita è paragonabile a quello dei principali paesi europei, anche se il divario da colmare è ancora ampio rispetto a Germania e Regno Unito (2,5 miliardi ciascuno) o alla Francia (1,1 miliardi). Il boom degli assistenti vocali spinge l'avanzata dei retailer online e multicanale come principale canale di vendita di oggetti connessi per la casa (47%), mentre la filiera tradizionale - composta da produttori, architetti, costruttori edili, distributori di materiale elettrico e installatori - mantiene un ruolo rilevante (39%) ma perde quote di mercato.

## ACQUISTI ONLINE ITALIANI

Idealo, portale internazionale di comparazione prezzi leader in Europa, ha analizzato il comportamento d'acquisto online degli italiani che utilizzano la comparazione prezzi. I dati hanno mostrato come l'80% degli acquirenti digitali italiani effettui, in media, almeno un acquisto online al mese. Secondo il report, i consumatori digitali italiani possono essere divisi in intensivi (20%, almeno un acquisto a settimana), abituali (80%, almeno un acquisto al mese) e infine sporadici (20%, un acquisto ogni trimestre o meno). Tale divisione mostra come il mercato digitale italiano sia dominato dagli acquirenti abituali: un e-consumer italiano su due acquista infatti online almeno una volta al mese, se non di più.

## GLI ITALIANI E I COMPUTER

Una recente ricerca Istat dimostra quanto poco ancora computer e tablet siano diffusi nelle nostre famiglie, in special modo al Sud e quanto in Italia ci siano scarse competenze digitali tra la popolazione. La percentuale scende al 14,3% tra le famiglie con almeno un minore, ma solo il 22,2% delle famiglie ha a disposizione un PC o un tablet per ciascuno dei propri componenti. In Calabria e Sicilia ad esempio si supera il 40% di famiglie senza un computer di qualche tipo, raggiungendo rispettivamente il 46% e il 44,4%, mentre la quota di famiglie con un numero di computer insufficiente rispetto al numero di componenti sale al 26,6%. Nelle regioni del Nord, invece, le famiglie in cui tutti i componenti hanno un PC (o altro device simile) sale al 26,3%, mentre in Lombardia, ma anche nel Lazio, sono oltre il 70% le famiglie che possiedono almeno un computer.

## TRAFFICO INTERNET A MARZO

Il traffico Internet globale ha registrato dalla fine di febbraio alla fine di marzo 2020 una crescita del 30%: a contribuire al risultato, di dieci volte superiore all'aumento medio che si registra mese su mese, hanno contribuito in maniera decisiva l'esplosione dell'emergenza coronavirus e il conseguente aumento progressivo di connessioni per lo smart working e l'entertainment. È quanto emerge dal report realizzato da Akamai, che ha anche verificato i picchi di traffico sulla propria Edge Platform da marzo 2019 a marzo 2020. Il risultato, spiega l'azienda in una nota, è un aumento del traffico di oltre 2 volte, con picchi rispettivamente di 82 Tbps nel 2019 e di 167 Tbps nel 2020.

Anche il picco di traffico giornaliero degli ultimi 14 giorni supera il picco di 82 Tbps che è stato registrato un anno fa, con una media di circa 100 Tbps al giorno.

## PRODUZIONE NELLE COSTRUZIONI

A febbraio 2020 si stima che l'indice destagionalizzato della produzione nelle costruzioni diminuisca del 3,4% rispetto a gennaio 2020, un marcato calo dopo il considerevole aumento registrato il mese precedente. Nella media del trimestre dicembre - febbraio la variazione della produzione nelle costruzioni rimane positiva, crescendo del 3,2% rispetto al trimestre precedente. Su base annua, l'indice grezzo della produzione nelle costruzioni mostra un aumento dello 0,7%, mentre l'indice corretto per gli effetti di calendario (i giorni lavorativi sono stati 20 come a febbraio 2019) diminuisce dello 0,3%.

## LE IMPRESSE DEL LAZIO

Nel 2019 il Lazio è la prima regione italiana per aumento del numero di imprese registrando una crescita di 9.206 attività. Gradino più alto tra le regioni italiane anche per il tasso di crescita (+1,4%), un valore oltre tre volte superiore alla media nazionale (+0,44%) e unica regione italiana che supera l'1%. È quanto emerge dai dati diffusi da Unioncamere-Movimprese sulla natalità e mortalità delle imprese italiane nel 2019. La crescita delle imprese nel Lazio è distribuita su tutto il territorio, tutte le province, infatti, presentano una crescita del numero di imprese positiva e superiore alla media nazionale. Le imprese totali del Lazio raggiungono le 662.514 unità, un valore pari al 10,9% del totale delle imprese italiane.

## EMISSIONI DI ANIDRIDE CARBONICA

Anche il 2019 sarà un anno record per le emissioni di anidride carbonica. Spinti dall'aumento del consumo di gas naturale (il cui principale componente è il metano) e petrolio, i livelli di CO2 emessi in atmosfera raggiungeranno, entro la fine dell'anno, i 37 miliardi di tonnellate. Lo mette in evidenza il Global Carbon Budget 2019. Sebbene il tasso di crescita delle emissioni sia più lento rispetto al biennio 2017-18, i ricercatori sono dell'idea che le emissioni potrebbero aumentare fino al 2030 a meno che le politiche nazionali in materia di energia, trasporti e industria non cambino radicalmente. Volendo guardare al lato positivo della situazione c'è da sottolineare che il 2019 vede una crescita di emissioni di CO2 dello 0,6 per cento rispetto al 2018, ossia di molto inferiore rispetto alla crescita del 2018 sul 2017 e del 2017 sull'anno precedente, che furono rispettivamente del 2,1 e dell'1,5 per cento.

## HOME FITNESS

Con il lockdown totale iniziato in Italia il 9 marzo, gli italiani si sono trovati a dover passare in casa tutta la giornata, lavorando ma anche allenandosi tra le mura della propria abitazione. Analizzando i dati del proprio portale italiano dal 24 Febbraio al 1° Aprile 2020, idealo ha rilevato un boom delle intenzioni di acquisto relative a prodotti fitness del +3.909,4%. In particolare modo, la crescita delle intenzioni di acquisto è stata registrata a partire dal 9 Marzo in poi, fino al picco massimo del giorno 21 dello stesso mese, e l'interesse è tuttora molto elevato, pur essendo ormai a metà Aprile. Qui di seguito i prodotti fitness che hanno maggiormente catturato l'attenzione degli e-consumer italiani, in ordine di interesse: tapis roulant, indoor cycling, pesi, cyclette, ellittica, attrezzi da palestra, panche fitness, vogatori, stepper, ginnastica e aerobica, yoga & pilates, allenamento funzionale, tappeti elastici.