



## L'E-COMMERCE

Le previsioni indicano per il 2022 un trend di vendite online raddoppiato (+90%) rispetto all'anno precedente. Con un'accelerazione maggiore per la spesa online di prodotti di largo consumo che si triplicherà (+220%), dopo un incremento del +37,5% negli ultimi 3 mesi del 2021 e dopo un 2020 in cui la spesa online degli italiani in questa categoria aveva sfiorato i 3 miliardi di euro (+84% rispetto al 2019). Altro trend preso in considerazione da Sharing Media è quello esperienziale, legato all'opportunità, attraverso i canali digitali, di ottimizzare il dialogo con i clienti. Anche perché, dovendo "abbandonare" quasi del tutto i canali tradizionali, i consumatori del 2022 saranno sempre più esigenti. Ed a questo si collega anche la tendenza delle aziende ad agire ed a schierarsi in maniera inequivocabile su temi quali ambiente, energia e sostenibilità.

## LA PRODUZIONE DI PROSECCO

Le cantine del Consorzio di tutela del Prosecco Doc hanno prodotto, nel 2021, 627,5 milioni di bottiglie, con una crescita del 25,4% sul 2020, anno in cui, nonostante la pandemia, la crescita non si era interrotta e aveva varcato la soglia del mezzo miliardo di bottiglie. Ma il balzo del 2021 è di gran lunga il più alto nel trend di costante crescita degli ultimi anni. Un risultato ottenuto anche grazie alla variante Rosé, di cui si contano ormai 71,5 milioni di bottiglie. Il Consorzio di tutela che sottolinea come «il dato più interessante è probabilmente quello relativo alla valorizzazione della singola bottiglia che all'export, in dollari, ha superato il 4%». Nei primi tre trimestri del 2021, inoltre, la quota venduta all'estero ha fatto registrare una crescita del 30%. Per un giro d'affari complessivo che si stima superi ormai i 3 miliardi.

## LE DONNE ITALIANE INATTIVE

In Italia le donne inattive tra i 30 e i 69 anni sono oltre 7 milioni. Un numero troppo alto, se si considera che rappresentano il 43% delle donne in questa fascia d'età, mentre nella media Ue le donne che non lavorano né cercano occupazione sono il 32%, in Germania il 24% e in Svezia 19%. Troppe se rapportate al numero di poco più di 20 milioni di occupati. È un numero notevole sia a livello sociale che economico: la maternità comporta conseguenze sulla scelta ma l'inattività si prolunga oltre il periodo in cui scelgono di concentrarsi sulla famiglia, per l'assenza di supporti. È quanto risulta in una ricerca di Randstad Research.

## RICHIESTA DI LAVORATORI

Le imprese cercano 359 mila lavoratori a marzo, 41mila in più (+13%) rispetto a febbraio e 67mila in più (22,9%) rispetto a un anno fa. Continua a crescere intanto la difficoltà di reperimento. Si attesta infatti al 41,1% delle entrate programmate, in aumento di quasi 9 punti percentuali rispetto a marzo 2021 quando erano difficili da reperire il 32,2% dei profili ricercati. L'industria ha programmato per il mese di marzo oltre 112mila entrate, in crescita del 2,2% sia rispetto al mese scorso che all'anno precedente e oltre 246mila sono i contratti offerti dal settore dei servizi (+18,8% sul mese scorso e +35,5% sull'anno). In testa per le opportunità di lavoro offerte i servizi di alloggio, ristorazione e servizi turistici con quasi 64mila entrate programmate, il commercio (44mila entrate) e i servizi alle persone (circa 40mila). Questi i dati del Bollettino Excelsior, realizzato da Unioncamere e Anpal.

## STATISTICA RISERVE ORO

Gli Stati Uniti detengono la più grande riserva aurea del mondo: 8.133 tonnellate. Hanno più oro di Germania e Italia messe assieme, i due Paesi che seguono nella classifica delle maggiori riserve auree del mondo. Può sembrare strano, ma l'Italia (ottava economia mondiale per il Pil) ha la terza riserva monetaria in oro del mondo. La Banca d'Italia ha 2.452 tonnellate di oro mentre la Germania,

seconda in classifica, ne ha 3.359. Dietro l'Italia troviamo Francia, Russia e Cina: tutte superano le 2mila tonnellate. Ma è interessante anche vedere quali Paesi hanno aumentato le proprie riserve d'oro nel 2020, l'anno della pandemia. Lo hanno fatto soprattutto la Turchia e l'India, che hanno aumentato la riserva d'oro rispettivamente di 45,5 e 41,6 tonnellate. Hanno incrementato la quantità di oro anche gli Emirati Arabi (35,1 tonnellate), Russia (27,3 tonnellate) e Qatar (14,4 tonnellate).

## LO SMART BUILDING

Il mercato globale degli smart building, secondo stime di Juniper Research, raggiungerà un numero complessivo di 115 milioni di edifici smart realizzati con tecnologie ad hoc entro il 2026, a fronte dei 45 milioni del 2022. Questa crescita, superiore al +150%, riflette la crescente domanda di efficienza energetica del mercato aziendale e residenziale, che va di pari passo con l'impennata del prezzo energetico. Il nuovo studio sottolinea che consentendo agli edifici di automatizzare e monitorare le comuni funzioni si possono realizzare dei risparmi significativi dei consumi e nel contempo migliorare l'ambiente per lavoratori e residenti. Secondo la ricerca, gli smart building non residenziali conterranno per il 90% della spesa globale entro il 2026, una percentuale schiacciante simile a quella attuale. La ricerca ha rilevato che le spedizioni globali di sensori utilizzati negli edifici intelligenti supereranno 1 miliardo all'anno nel 2026 da 360 milioni nel 2022; con una crescita del 204%.

## BOOM DIGITALE DELLA MUSICA ITALIANA

I ricavi dagli abbonamenti alle piattaforme streaming fanno impennare il mercato discografico italiano, che dopo cinque anni torna nella top ten dei più importanti mercati a livello globale con un 27,8% di crescita a oltre 332 milioni di euro di ricavi. Lo rivelano i dati Deloitte/Ifpi secondo cui il settore discografico è cresciuto del 18,5% a livello globale con una performance a due cifre che ha riguardato tutti i principali mercati raggiungendo nel 2021 quasi 26 miliardi di dollari. I dati mostrano, come già avvenuto nel 2020, che sono i ricavi dagli abbonamenti alle piattaforme streaming ad aver trascinati il settore: il segmento premium è cresciuto del 35,6%. Forte impatto anche nell'area video streaming sostenuta dalla pubblicità con un +46,3%. Complessivamente, tutto il segmento tra audio e video streaming è cresciuto del 24,6% arrivando a 208 milioni di euro di ricavi.

## BRESCIA: INFLAZIONE IN CRESCITA

Continua nel mese di febbraio, la crescita dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC), sia rispetto al mese di gennaio (+1,1%), sia rispetto allo stesso mese dell'anno precedente (+5,5%). A renderlo noto è un comunicato dell'Ufficio statistico del Comune di Brescia. A livello di divisione, presentano incrementi congiunturali superiori alla variazione media generale la divisione "Abitazione, acqua, elettricità e combustibili" (+2,9%, con un elevato incremento dell'Energia elettrica e del Gas), i "Trasporti" (1,8%, con l'aumento dei Carburanti e lubrificanti per mezzi di trasporto privati), "Mobili, articoli e servizi per la casa" (+1,6%, con l'incremento della voce Servizi per la pulizia e la manutenzione della casa) e i "Prodotti alimentari e bevande analcoliche" (+1,5%, con l'aumento dei Pesci e prodotti ittici, della Frutta, dei Vegetali e degli Oli e grassi). Incrementi minori si registrano per la voce "Altri beni e servizi" (+1,1%, con l'aumento dei prezzi relativi all'Assistenza sociale), "Ricreazione, spettacoli e cultura" (+0,5%, con l'incremento dei Servizi veterinari e altri servizi per animali domestici e degli Articoli per giardinaggio, piante e fiori), "Bevande alcoliche e tabacchi" (+0,5%, con l'aumento delle bevande alcoliche), "Servizi sanitari e spese per la salute" (+0,5%, con l'incremento

dei Servizi medici) e le "Comunicazioni" (+0,5%, con un lieve incremento degli Apparecchi telefonici e telefax). In diminuzione, i "Servizi ricettivi e di ristorazione" (-0,4%, con la diminuzione dei Servizi di alloggio). Variazione nulla per l'"Istruzione". In termini tendenziali, le divisioni che presentano decisi aumenti sono "Abitazione, acqua, elettricità e combustibili" (+24,7%, con alti tassi dell'Energia elettrica e del Gas) e "Trasporti" (+8,2%, con l'accelerazione dei Carburanti). Aumenti decisi, ma inferiori alla media generale (+5,5%), sono registrati dai "Prodotti alimentari e bevande analcoliche" (+4,8%, con elevati incrementi per la Frutta), "Servizi ricettivi e di ristorazione" (+4,7% con l'aumento dei Servizi di alloggio e dei Ristoranti, bar e simili), "Mobili, articoli e servizi per la casa" (+4,0%), "Abbigliamento e calzature" (+3,0%, con l'aumento della voce Indumenti). In discesa, invece, le "Comunicazioni" (-4,7%), l'"Istruzione" (-0,9%) e "Bevande alcoliche e tabacchi" (-0,3%). Analizzando per tipologia di prodotto, a livello congiunturale, si registra un deciso aumento dei "Beni" (+1,7%) e un lieve incremento dei "Servizi" (+0,5%). Nel dettaglio, sono soprattutto i Beni energetici a subire un deciso incremento (+5,8%) e in particolar modo gli Altri Energetici (+7,5%, inclusi i carburanti per gli autoveicoli, i lubrificanti e i combustibili per uso domestico non regolamentati). Segue l'aumento degli Alimentari non lavorati (+2,2%, cioè i prodotti freschi).

## LE ESPORTAZIONI REGIONALI

Nel quarto trimestre 2021, si stima una crescita congiunturale delle esportazioni, sebbene con intensità diverse, per tutte le ripartizioni territoriali: +8,8% per il Sud e Isole, +5,2% per il Centro, +3,6% per il Nord-est e +0,8% per il Nord-ovest. Nel 2021, rispetto all'anno precedente, l'export mostra una crescita molto sostenuta (+18,2%) e diffusa a livello territoriale: l'aumento delle esportazioni è molto marcato per le Isole (+46,4%), intorno alla media nazionale per il Nord-ovest (+19,2%) e il Nord-est (+18,0%), più contenuto per il Centro (+15,3%) e soprattutto, per il Sud (+6,6%). Nel complesso del 2021, tutte le regioni italiane, ad eccezione della Basilicata (-14,7%), registrano incrementi dell'export: i più marcati per Sardegna (+63,4%) e Sicilia (+38,8%), i più contenuti per Puglia (+4,9%) e Abruzzo (+5,0%). Le performance positive di quattro regioni - Lombardia (+19,1%), Emilia-Romagna (+16,9%), Veneto (+16,7%) e Piemonte (+20,6%) - contribuiscono per 11,6 punti percentuali all'aumento dell'export nazionale.

## PREZZI IN AUMENTO A MESSINA

A Messina nel mese di febbraio 2022 si registra un incremento congiunturale dello 1,5% e tendenziale del +6,9% dell'indice dei prezzi al consumo. Schizzano i costi per acqua, elettricità e combustibile, più contenuti le spese per la salute. Crescono rispetto al 2021: prodotti alimentari e bevande analcoliche (+6,3%), abitazione, acqua, elettricità e combustibili (+32,2%), mobili, articoli e servizi per la casa (+1,2%), servizi sanitari e spese per la salute (+0,8%), trasporti (+10,7%), ricreazione, spettacoli e cultura (+1%), servizi ricettivi e ristorazione (+2,9%), altri beni e servizi (+0,8%). Decrescono: bevande alcoliche e tabacchi (-0,3%), abbigliamento e calzature (-0,4%), comunicazioni (-2,2%), istruzione (-0,4%). Per quanto riguarda i servizi turistici, si rileva un lieve aumento congiunturale dei prezzi dei pacchetti vacanza internazionali (+0,1%; +6,8% il tendenziale) e un più marcato aumento dei pacchetti vacanza nazionali (+1,8%; +14,6% il tendenziale), quest'ultimo dovuto ai segmenti di mercato della montagna e delle città d'arte.