



prometeia

Venezia  
28 gennaio 2011

# Dove va la spesa delle famiglie italiane

Angelo Tantazzi

Scuola per Librai

Umberto e Elisabetta Mauri

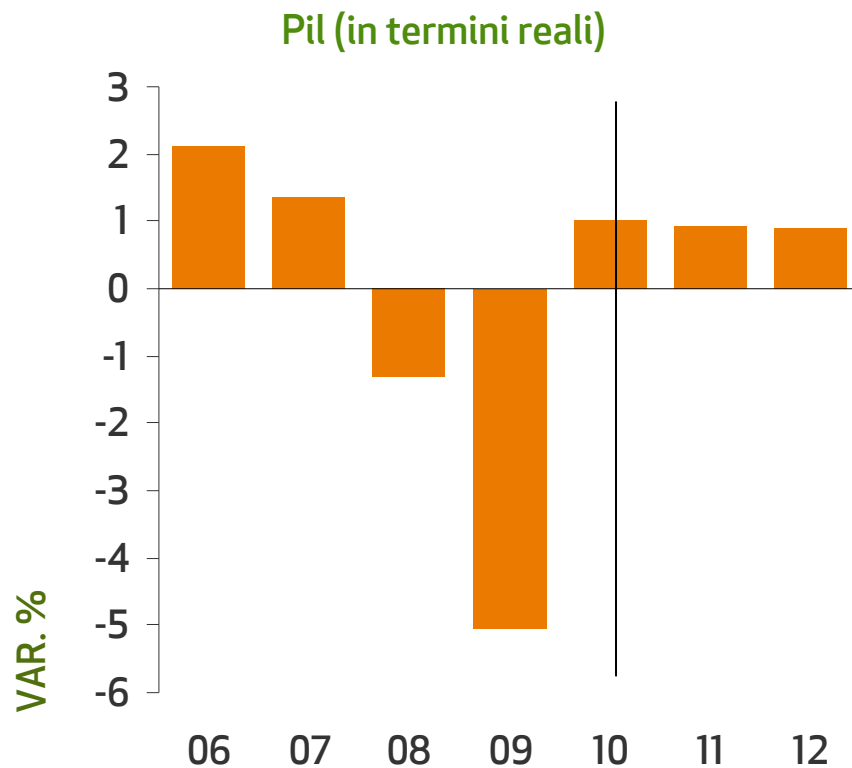
## **riservatezza**

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha quindi limitata significatività e può dar luogo a fraintendimenti. Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento senza la previa autorizzazione scritta di Prometeia.

copyright © 2010 prometeia

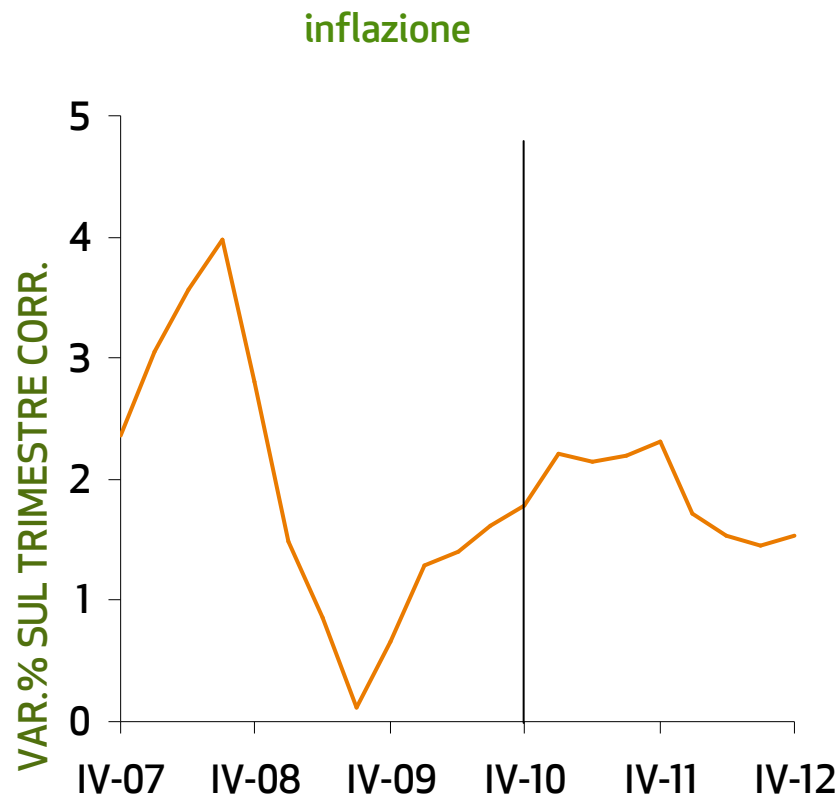


# 1. il quadro macroeconomico | ripresa lenta dopo la recessione



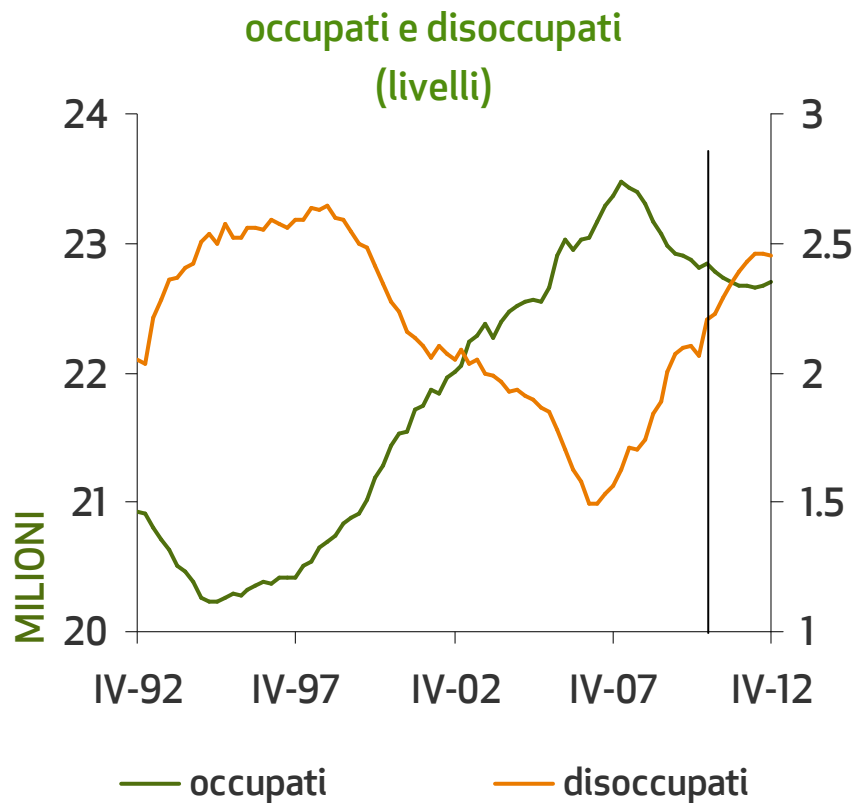
- maggiore incertezza sui mercati dopo la crisi greca e irlandese: tensioni sui debiti sovrani e sull'euro
- stallo della crescita nella seconda parte del 2010
- crescita moderata nel 2011 e 2012, anche per il rallentamento della domanda estera
- nel 2011 il Pil è inferiore del 4.5% rispetto al livello del 2007

## 2. le determinanti dei consumi | inflazione in crescita...



- il rimbalzo dei prezzi delle materie prime guida la ripresa dell'inflazione oltre il 2% nel 2011
  - il petrolio è passato dal 76\$ brl di inizio 2010 ai 94 di inizio 2011
  - le materie prime agricole e alimentari hanno registrato tassi di crescita medi intorno al 30% dall'inizio dell'anno
- nel 2012 l'inflazione rientra all'1.6% favorita dall'apprezzamento dell'euro

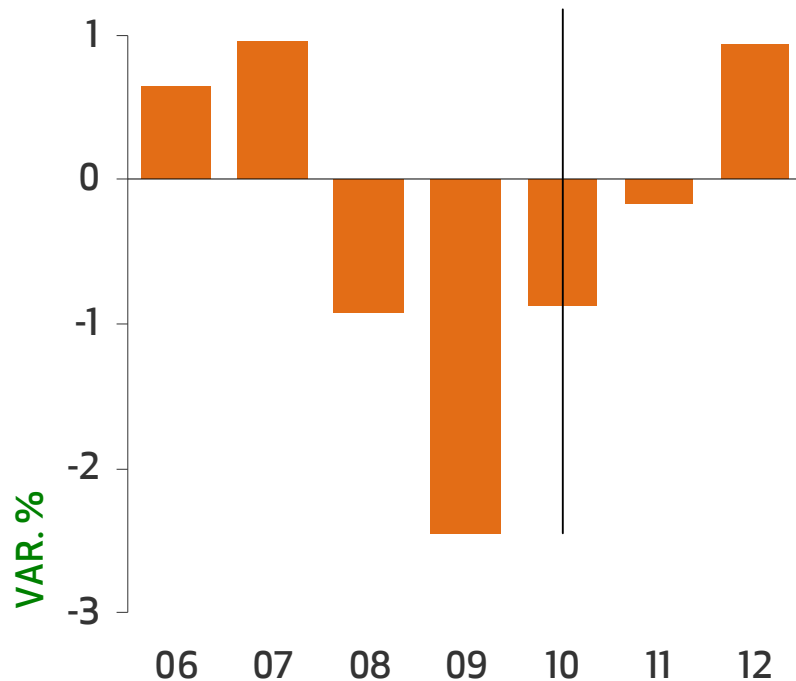
## 2. le determinanti dei consumi | ...e disoccupazione alta ancora a lungo



- negativa a lungo la dinamica degli occupati
- nel 2011, 790mila disoccupati in più e quasi 500mila occupati in meno rispetto al livello del 2007
- ancora determinante il ricorso alle casse integrazioni speciali (al netto Cig oltre 1milione di unità di lavoro perse)

### 3. lo scenario dei consumi | reddito disponibile in contrazione per quattro anni consecutivi

reddito disponibile delle famiglie  
(var. % in termini reali)



- rispetto alle prospettive prevalenti un anno fa fattori negativi neutralizzano la debole formazione di reddito disponibile:

- le tensioni sui debiti pubblici impongono politiche fiscali restrittive
- l'andamento di prezzi e cambi riducono il potere d'acquisto delle famiglie

- nel 2011 il reddito è inferiore del 4.3% rispetto al livello del 2007
- nel 2012 rientro delle tensioni su prezzi e cambi e reddito disponibile in crescita

### 3. lo scenario dei consumi | i principali paesi europei

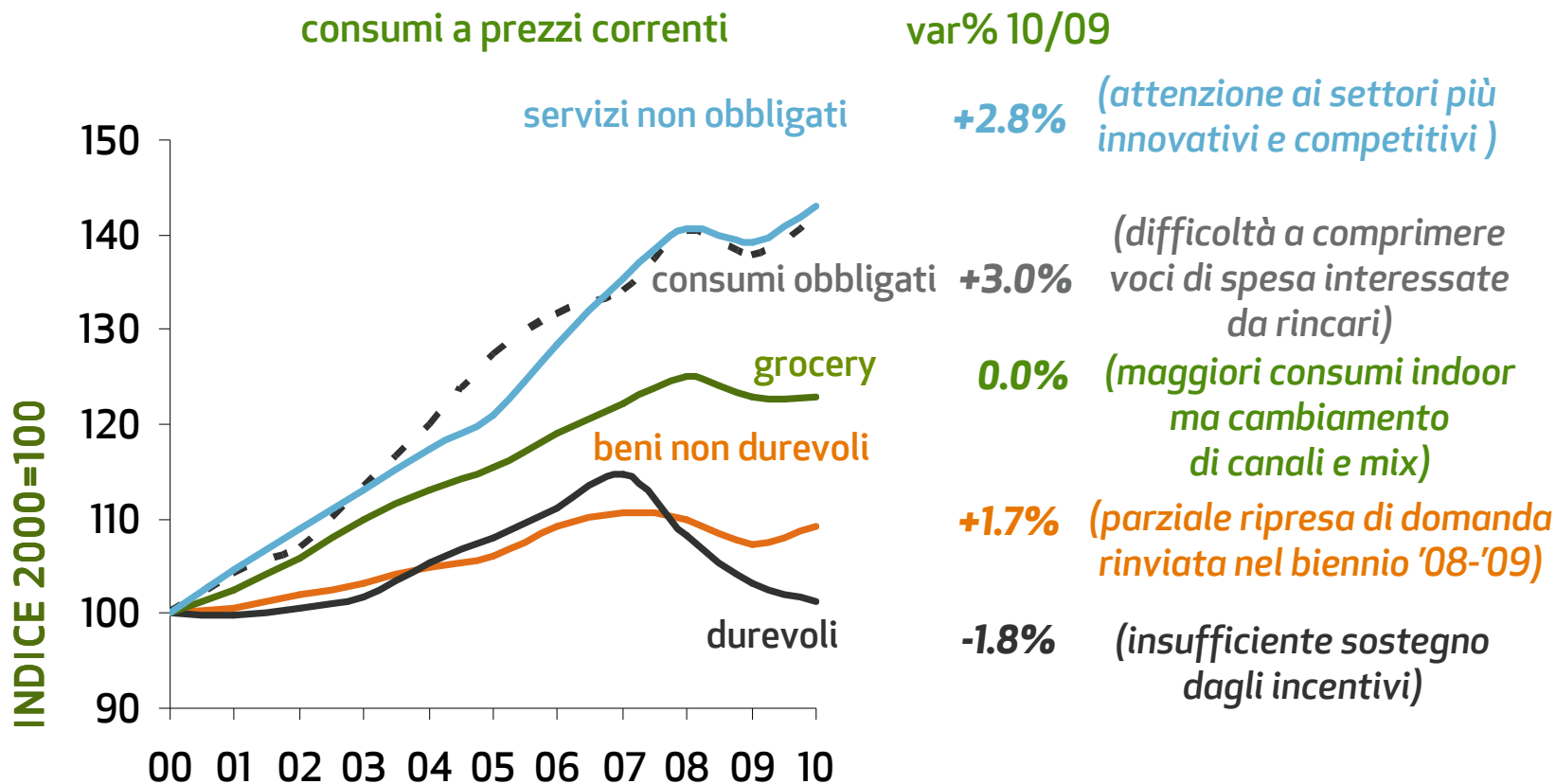
**var. % reali**

	2009		2010	
	reddito disponibile	consumi nazionali	reddito disponibile	consumi nazionali
italia	-2.5	-1.8	-0.9	0.7
germania	-1.1	-0.1	1.3	0.4
francia	0.9	0.6	1.0	1.5
spagna	2.0	-4.2	-6.8	1.1
regno unito	-1.9	-3.1	-1.0	1.0

**var. % nominali**

	2009		2010	
	reddito disponibile	consumi nazionali	reddito disponibile	consumi nazionali
italia	-2.6	-1.9	0.7	2.3
germania	-0.8	0.2	2.4	1.5
francia	1.1	0.7	2.6	3.2
spagna	1.7	-4.5	-5.0	2.9
regno unito	2.5	-1.0	3.0	4.7

### 3. lo scenario dei consumi | i comportamenti dei consumatori nel 2010



**grocery:**  
 alimentari, chimico casa,...

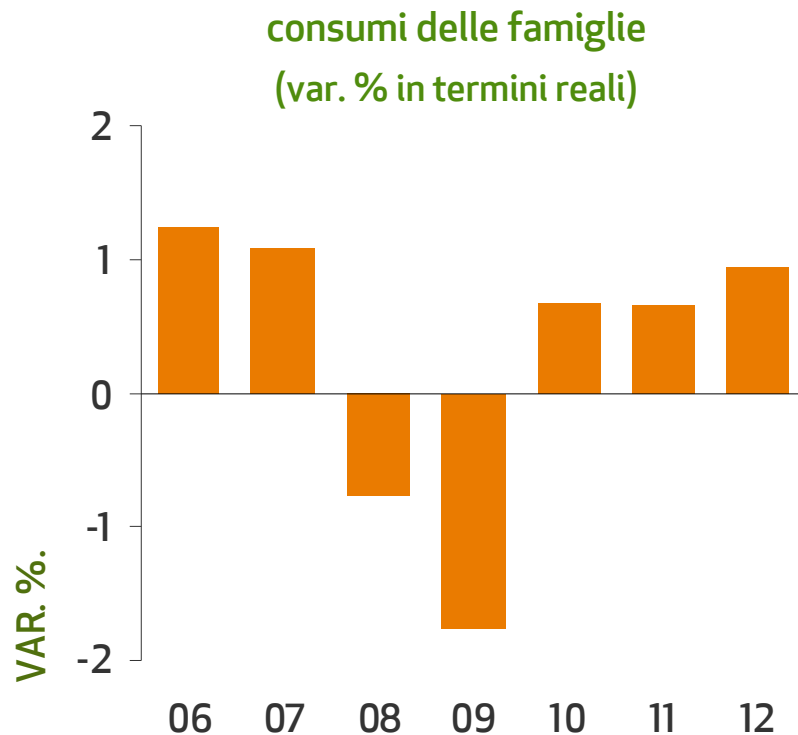
**consumi obbligati (al netto del grocery):**  
 affitti, assicurazioni, carburanti, salute, luce, acqua, gas

**servizi non obbligati:**  
 servizi di ristorazione, servizi di alloggio, barbieri e parrucchieri, servizi telefonici,...

**beni non durevoli:**  
 abbigliamento, libri, giornali, giocattoli, tessile casa, cancelleria, igiene e cosmesi...



### 3. lo scenario dei consumi | prevista una crescita moderata nel 2011-2012



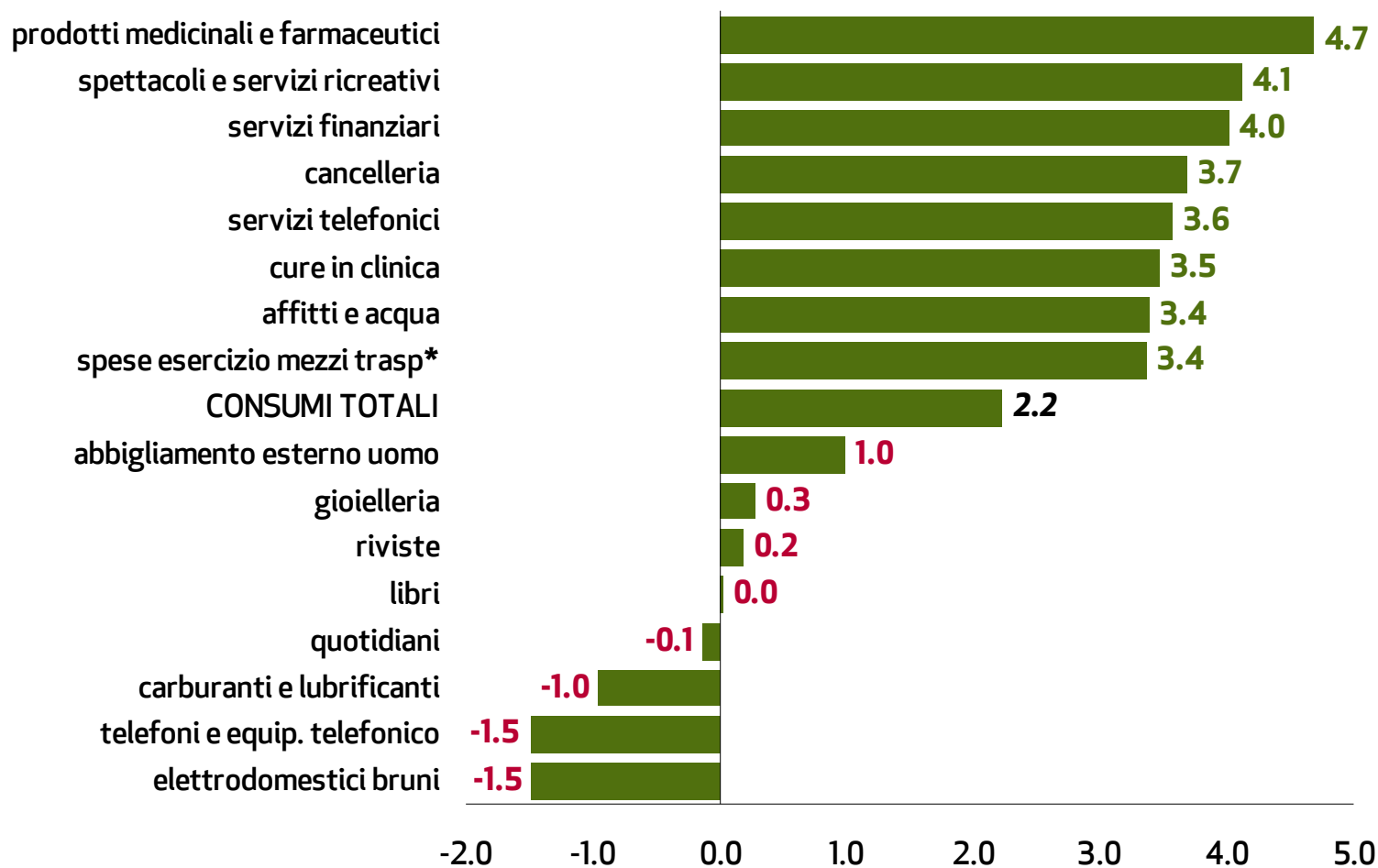
- le tensioni sui prezzi e le politiche fiscali restrittive limitano i consumi nell'anno in corso
- nel 2012 la crescita torna in linea con quella del Pil, dopo essere stata più bassa per due anni consecutivi
- la ripresa in termini nominali è più intensa per effetto dell'elevata inflazione

### 3. lo scenario dei consumi | l'evoluzione dei macroaggregati

	v.m.a.% in termini nominali			
	1998-2009	2010	2011	2012
CONSUMI TOTALI	3.4	2.3	2.9	2.5
Alimentari	2.4	-0.1	3.0	1.8
Altri non durevoli	2.3	2.8	0.9	1.7
Durevoli	1.6	-1.8	1.9	2.0
Servizi	4.4	3.2	3.1	3.4
<hr/>				
ARTE DELLA TAVOLA	3.1	0.7	3.0	1.9
AMBIENTE DOMESTICO	4.1	2.8	2.9	3.1
CURA DEL SE'	1.8	2.2	1.7	2.7
MOBILITA' FAMILIARE	2.7	-0.6	2.3	2.0
TEMPO LIBERO, CULTURA E RELAZIONI	3.6	2.9	2.0	3.1

- la crescita della spesa in termini nominali è più intensa per gli alimentari e i servizi, interessati anche dai maggiori rincari
- le spese per l'ambiente domestico, soprattutto quelle più difficilmente comprimibili, continuano a crescere più della media, limitando le risorse destinabili alle altre voci di consumo

### 3. lo scenario dei consumi | chi cresce di più e chi di meno (v.m.a. % nominale 2011-2012)



- le maggiori crescite interessano voci di spesa obbligate
- i servizi di telecomunicazione stimolano l'attenzione dei consumatori grazie alla forte innovazione e segmentazione dell'offerta
- gli elettrodomestici bruni e la telefonia, nonostante la crescita dei volumi, registrano una contrazione del valore della spesa per l'andamento ancora cedente dei prezzi

### 3. lo scenario dei consumi | la spesa per tempo libero, cultura e relazioni

	pro capite 2009 (euro)	var.% dei consumi in termini nominali			
		2009	2010	2011	2012
libri	74	-2.3	-0.5	-0.1	0.1
giornali e riviste	106	-8.2	-1.1	0.0	0.3
durevoli per ricreazione e cultura	125	-14.4	3.9	1.5	1.7
telecomunicazioni (beni e servizi)	363	-5.3	2.3	1.8	3.4
alberghi e viaggi	409	-4.8	0.8	1.3	2.9
spettacoli e servizi ricreativi	447	4.9	3.0	3.7	4.6
altri beni e servizi	1 418	-9.2	4.0	2.0	3.1
<b>TEMPO LIBERO, CULTURA E RELAZIONI</b>	<b>2 942</b>	<b>-6.3</b>	<b>2.9</b>	<b>2.0</b>	<b>3.1</b>
<b>CONSUMI TOTALI</b>	<b>15 451</b>	<b>-1.9</b>	<b>2.3</b>	<b>2.9</b>	<b>2.5</b>

- le spese legate al tempo libero, alla cultura e alle relazioni mostrano un andamento in linea con la media dei consumi
- i prodotti dell'editoria tradizionale non riescono tuttavia a recuperare un sentiero di crescita significativo, scontando la crescente diffusione e concorrenza di media alternativi (internet, free press, social network) e il sempre maggiore interesse per i prodotti tecnologici

## **prometeia**

via g. marconi 43, 40122 bologna  
tel. +39 051 6480911, fax +39 051 220753

via m.gonzaga 7, 20123 milano  
tel. +39 02 80505845, fax + 39 02 89074658

via tirso, 26, 00198 roma  
tel. +39 06 45441350, fax +39 06 45441369

italia

**[www.prometeia.it](http://www.prometeia.it)**

**[info@prometeia.it](mailto:info@prometeia.it)**



## **prometeia middle east**

7th flr, Dakdouk Bldg, Selim Bustros St.  
Tabaris Square, Ashrafieh - Beirut  
tel. +9611 328233, fax +9611 327233

libano