



prometeia

Venezia
25 gennaio 2013

Dove va la spesa delle famiglie italiane

Angelo Tantazzi

Scuola per Librai

Umberto e Elisabetta Mauri

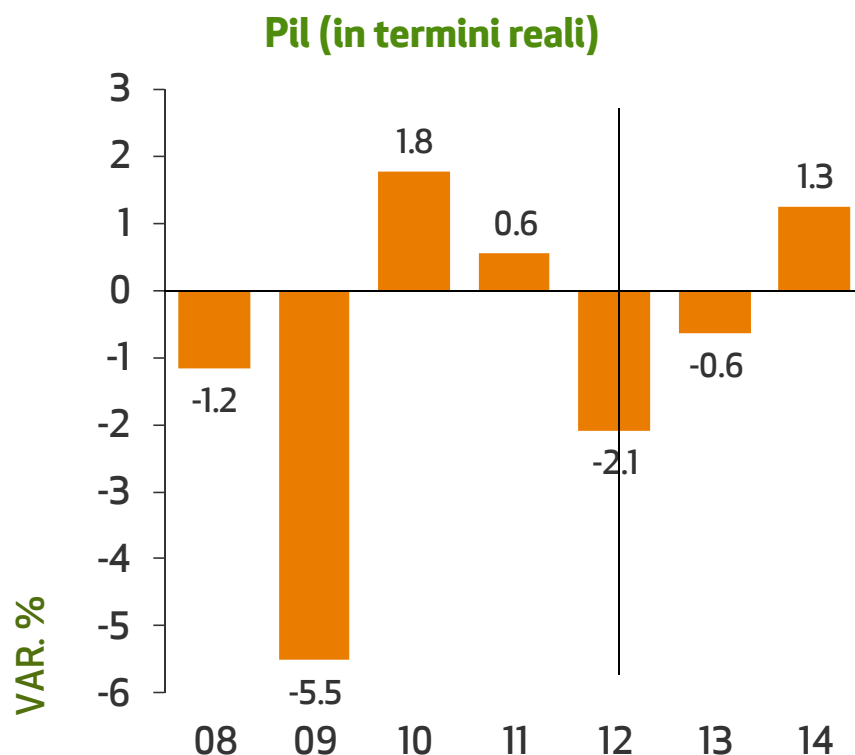
riservatezza

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 © 2013 prometeia

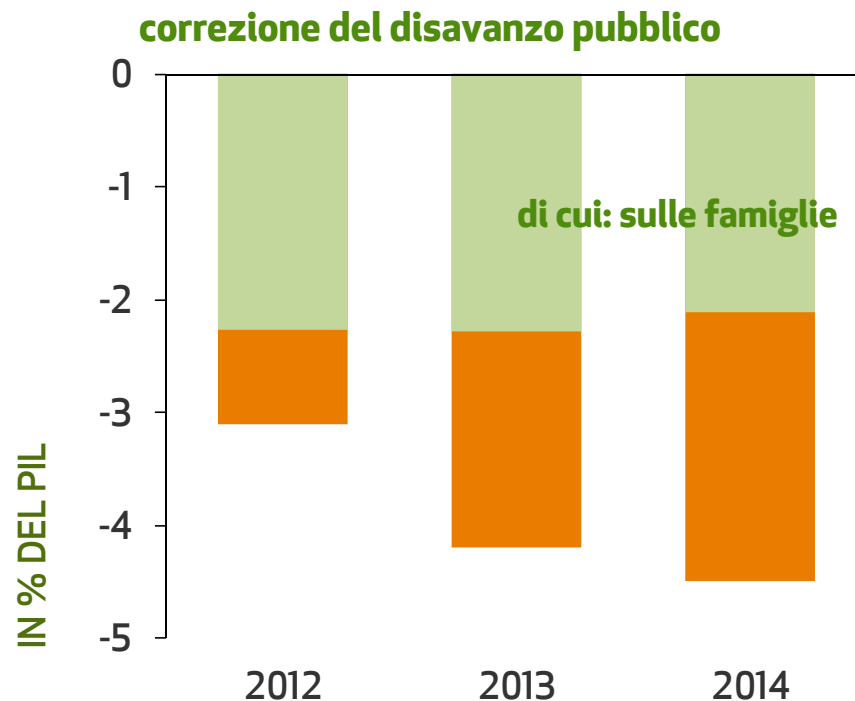


1. il quadro macroeconomico | Pil in caduta nella media del 2013, ma con tassi di crescita positivi dal secondo trimestre



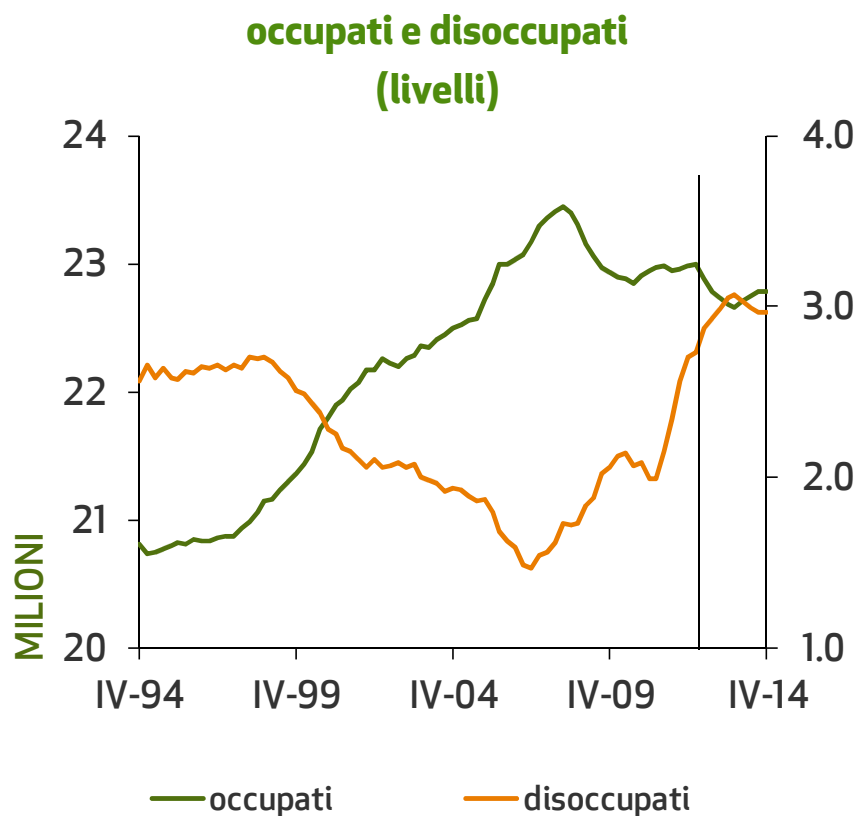
- la crescita prospettica per l'area dell'euro resta debole, con rischi orientati al ribasso
- il clima di fiducia degli operatori resta su livelli bassi ritardando la ripresa di investimenti, occupazione e consumi
- nel corso del 2013 si interromperà il ciclo negativo per tutte le componenti della domanda interna del Pil italiano

2. le determinanti dei consumi | politica di bilancio ancora restrittiva nel 2013



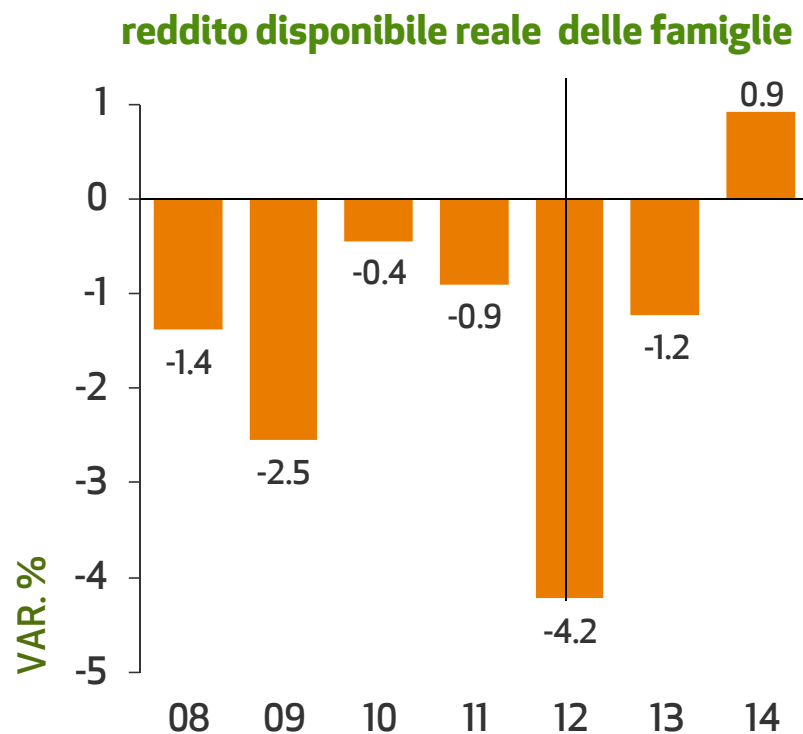
- nel 2012 la parte più intensa dell'aggiustamento fiscale
- nel 2013 l'ulteriore restrizione sarà pari a circa un punto del Pil
- per le famiglie non è previsto un aggravamento dell'onere rispetto al 2012, che tuttavia nel 2013 resterà superiore alla metà dell'aggiustamento complessivo

2. le determinanti dei consumi | lento l'aggiustamento del mercato del lavoro



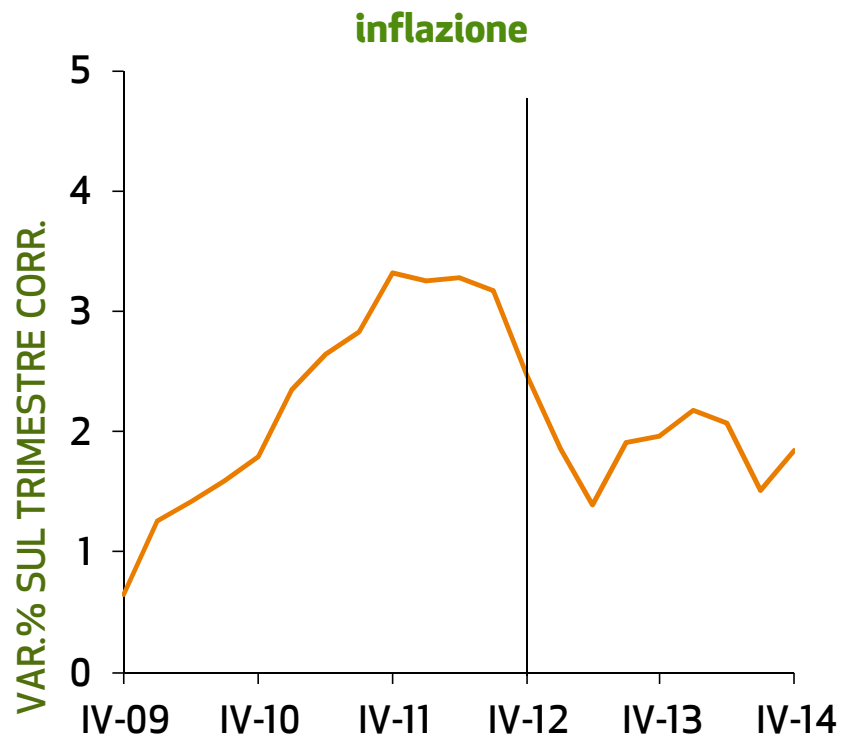
- il numero degli occupati scende per tutto il 2013
- rispetto al livello precedente l'inizio della grande recessione a fine 2013 ci saranno 784 mila occupati in meno
- la crescita attesa nel 2014 non permette di recuperare le posizioni perse da fine 2012
- la disoccupazione arriverà a fine 2013 all'11.9% e sarà ancora all'11.5% a fine 2014, 5 punti percentuali in più rispetto all'inizio della grande recessione

2. le determinanti dei consumi | si conferma anche per il 2013 il calo del reddito disponibile reale



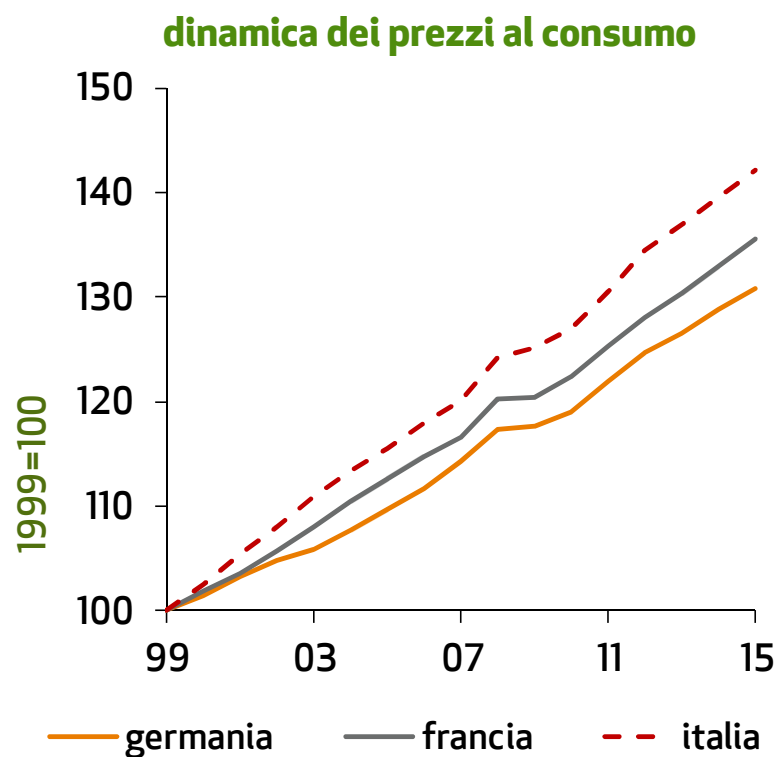
- occupazione, redditi, politica fiscale e inflazione concorrono a ridurre il reddito disponibile reale delle famiglie
- -10.3% la variazione cumulata 2008-2013 (persi 2200 euro reali pro capite, circa una mensilità e mezzo di stipendio)
- il recupero atteso per il 2014 consentirà solo di tornare sui livelli dei primi anni novanta

2. le determinanti dei consumi | a partire dal 2014 si attenua l'effetto negativo dell'inflazione sul potere d'acquisto



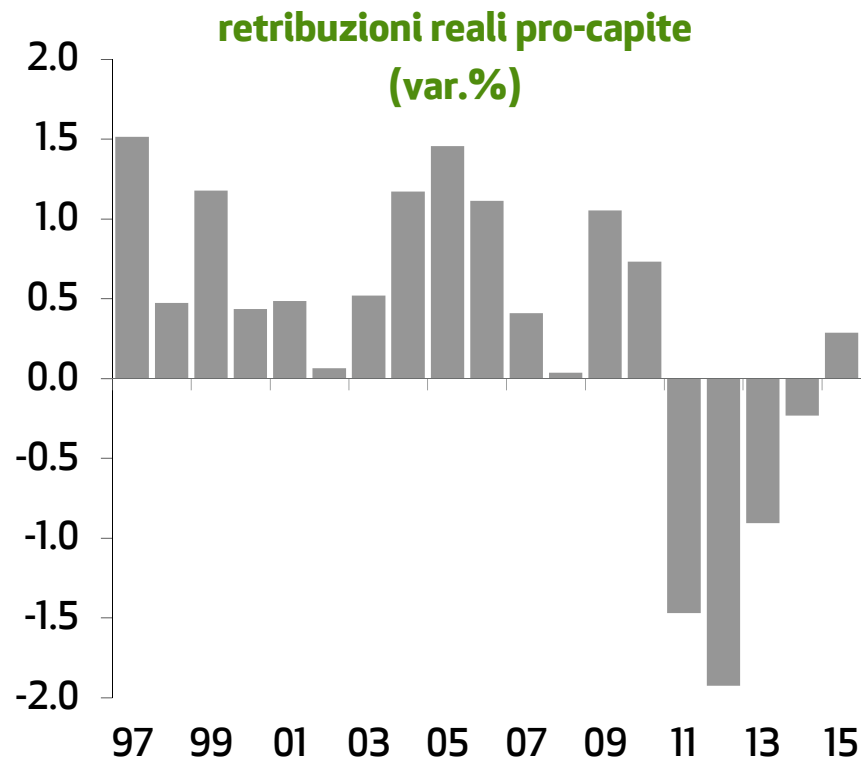
- rallentano gli impulsi inflazionistici esteri
- nonostante l'effetto dell'aumento dell'aliquota dell'Iva dal 21 al 22% programmato da luglio 2013, l'inflazione torna sotto al 2% nella media annua del 2013 e 2014

2. le determinanti dei consumi | inflazioni a confronto



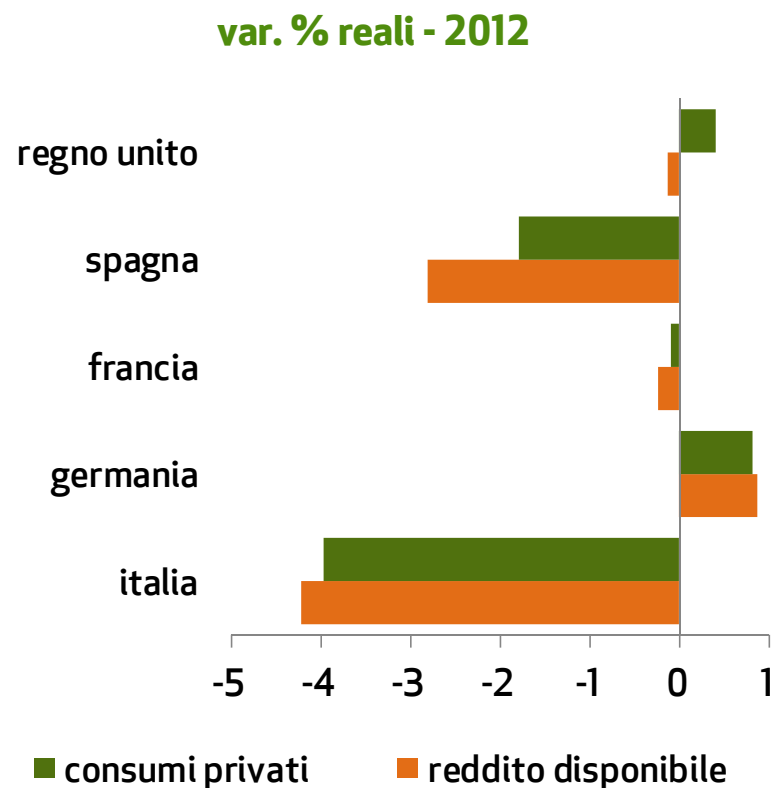
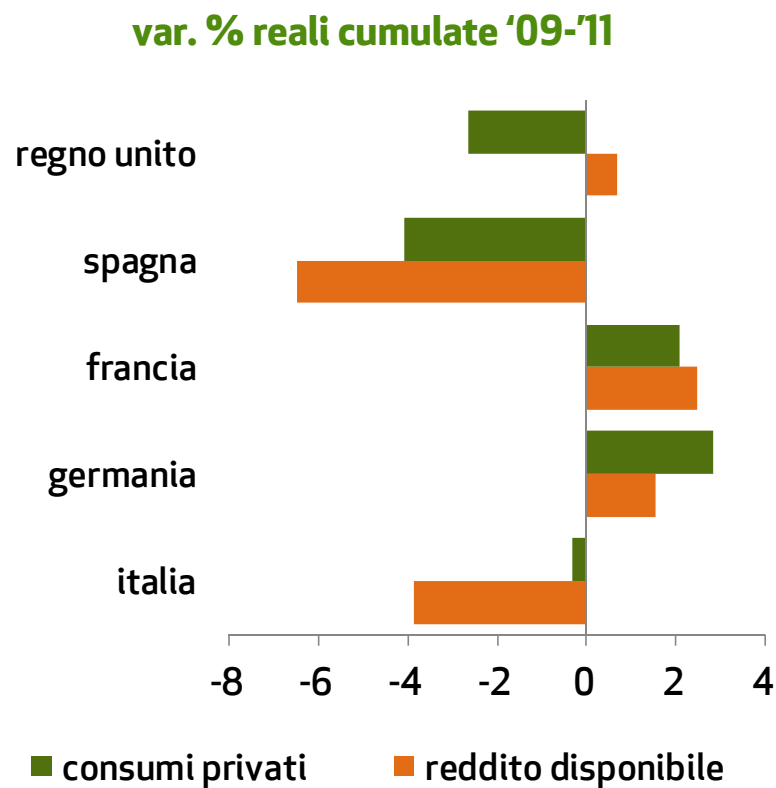
- il confronto con gli altri paesi europei mostra che la nostra inflazione non è mai inferiore; accumuliamo nel tempo differenziali positivi

2. le determinanti dei consumi | retribuzioni reali pro-capite



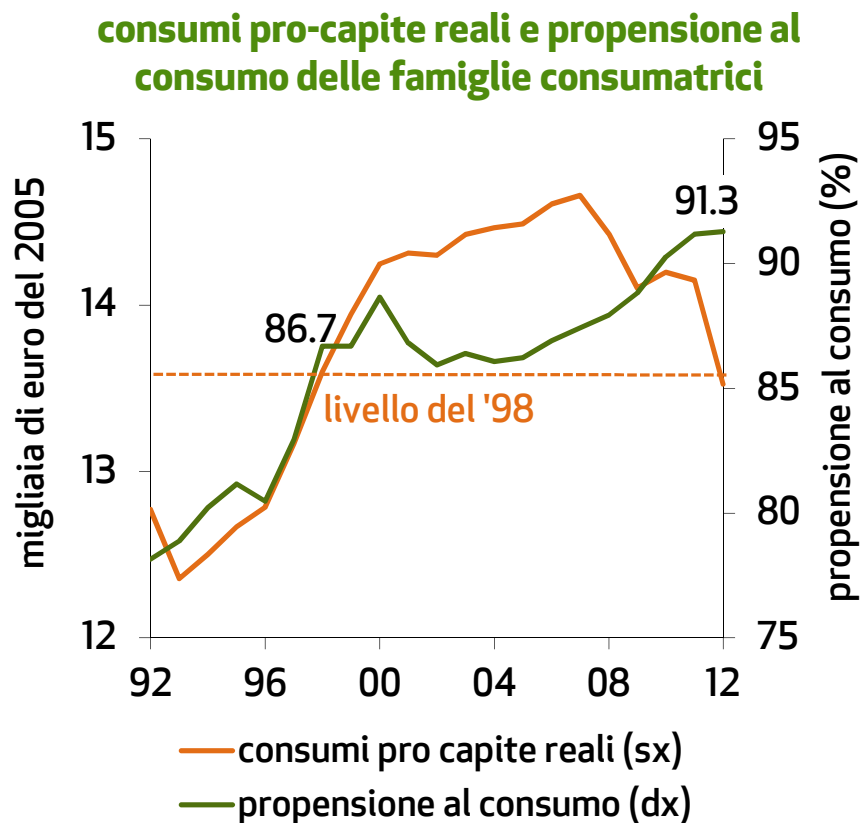
- fragilità del mercato del lavoro e prezzi hanno compresso la crescita delle retribuzioni
- fino al 2014 caduta consistente delle retribuzioni reali pro-capite che, insieme al lento recupero dell'occupazione, riduce gli effetti della ripresa sulla formazione di reddito delle famiglie

3. lo scenario dei consumi | i principali paesi europei



fonte: Prometeia - Rapporto di Previsione, gennaio 2013

3. lo scenario dei consumi | la propensione al risparmio in Italia si è assestata sotto la media europea, su un livello tuttavia insufficiente a preservare i consumi da un'intensa caduta



- nel 2012 il calo del reddito disponibile si è tradotto in un altrettanto marcato crollo dei consumi interni delle famiglie (-4% in termini reali)
- il livello di spesa reale pro capite è sceso al livello del 1998, quando la propensione al consumo era prossima all'87% (91.3% nel 2012)

3. lo scenario dei consumi | si sono moltiplicate le azioni per fronteggiare la riduzione del potere d'acquisto...

✓ riduzione degli sprechi



✓ taglio della domanda per beni non necessari



✓ ricerca canali convenienti



✓ ricerca qualità/prezzo/servizio

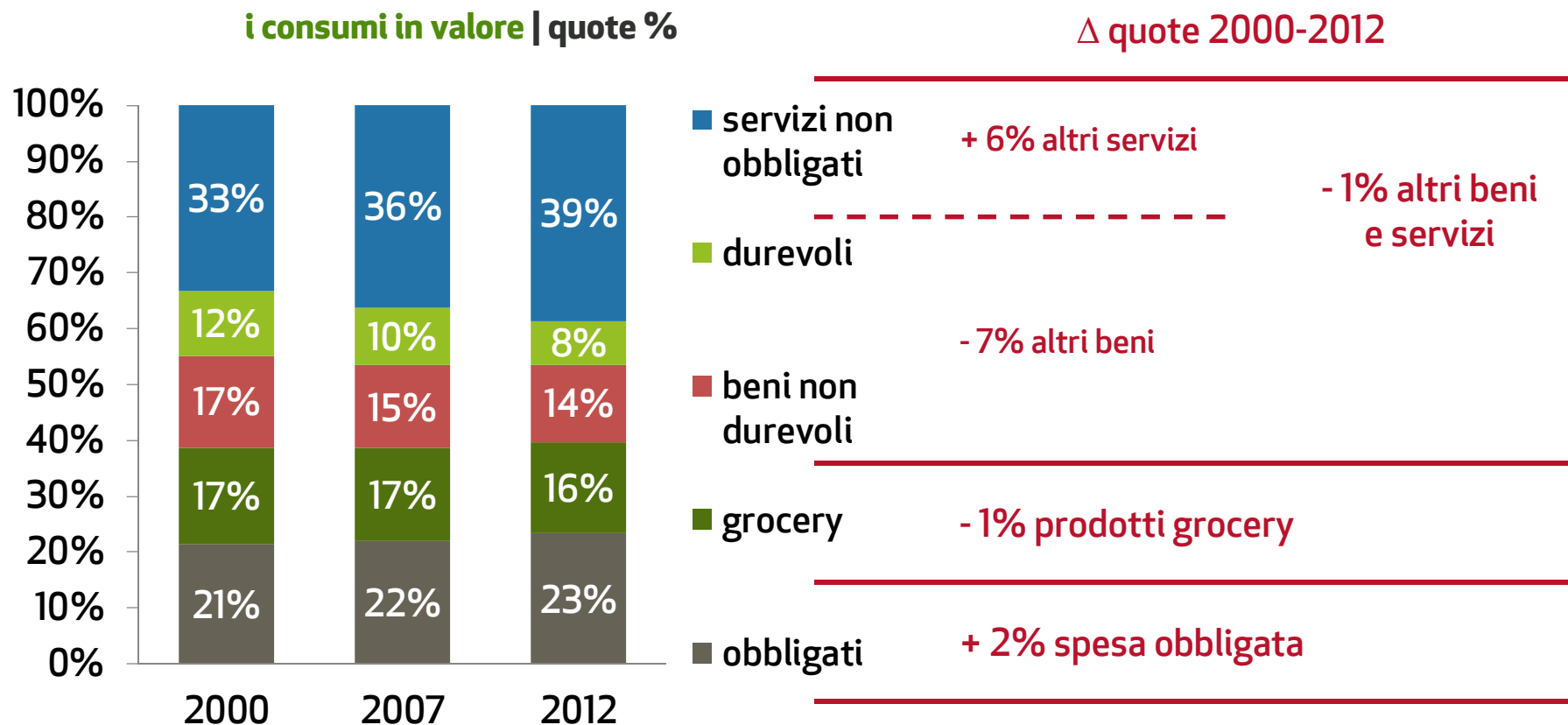


✓ sostituzione dei beni solo se indispensabile



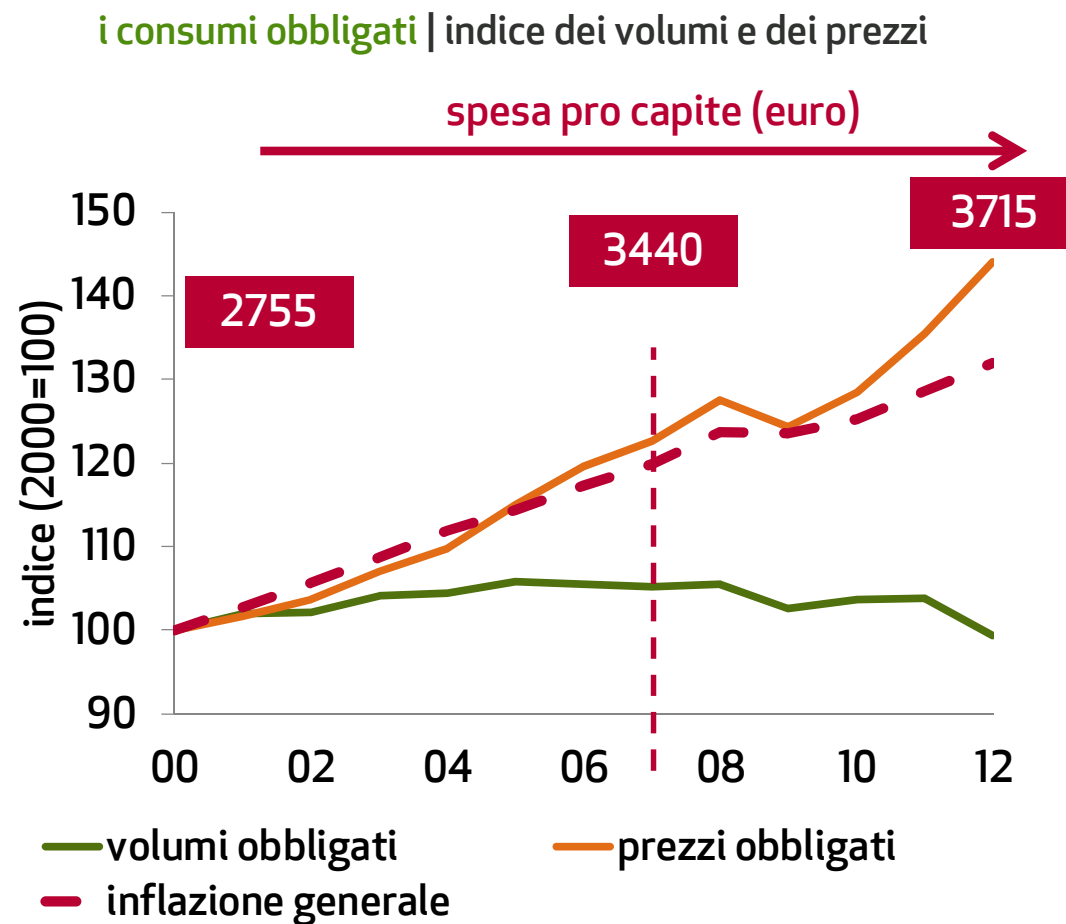
- i consumatori adottano strategie per il contenimento della spesa, in modo trasversale a tutte le voci di consumo
- si osservano, spesso congiuntamente, comportamenti orientati alla riduzione della domanda o alla ricerca di prezzi più convenienti

3. lo scenario dei consumi | ...e recuperare risorse, già gravate dall'onere delle spese obbligate...



fonte: Prometeia - Club Consumo, agg.to gennaio 2013

3. lo scenario dei consumi | ...aumentato anche durante la crisi

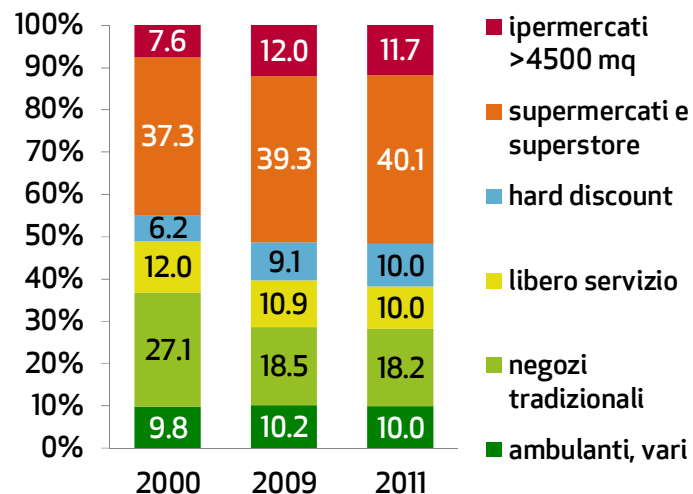


- le voci di spesa obbligate, caratterizzate da significativi aumenti dei prezzi e da una domanda poco elastica, hanno aumentato la loro rilevanza anche durante la crisi, drenando risorse da destinare ai beni e servizi più desiderabili
- tra il 2007 e il 2012 +12% la spesa per carburanti (a fronte di un calo della domanda del 20%), +20% gli affitti, +29% la spesa per utenze domestiche



3. lo scenario dei consumi | nuove scelte nel grocery

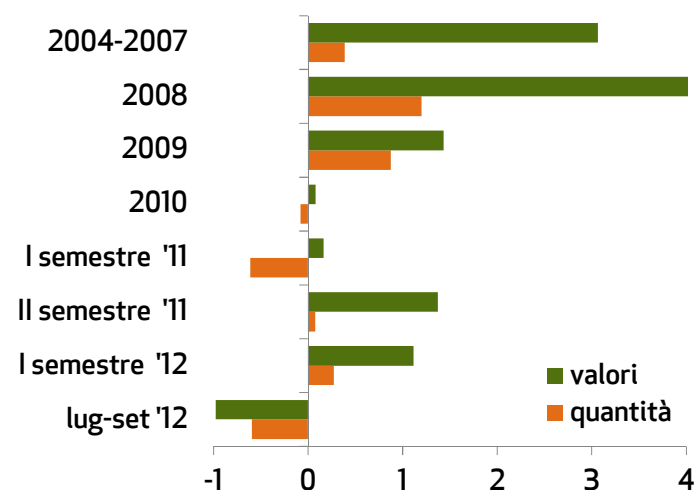
alimentari | quote di mercato %



fonte: Federdistribuzione

tenuta dei livelli della domanda attraverso scelte legate alla convenienza: format distributivi più convenienti, referenze in promozione, private label (a ottobre 2012 le marche private hanno raggiunto il 18% delle vendite nella GDO)

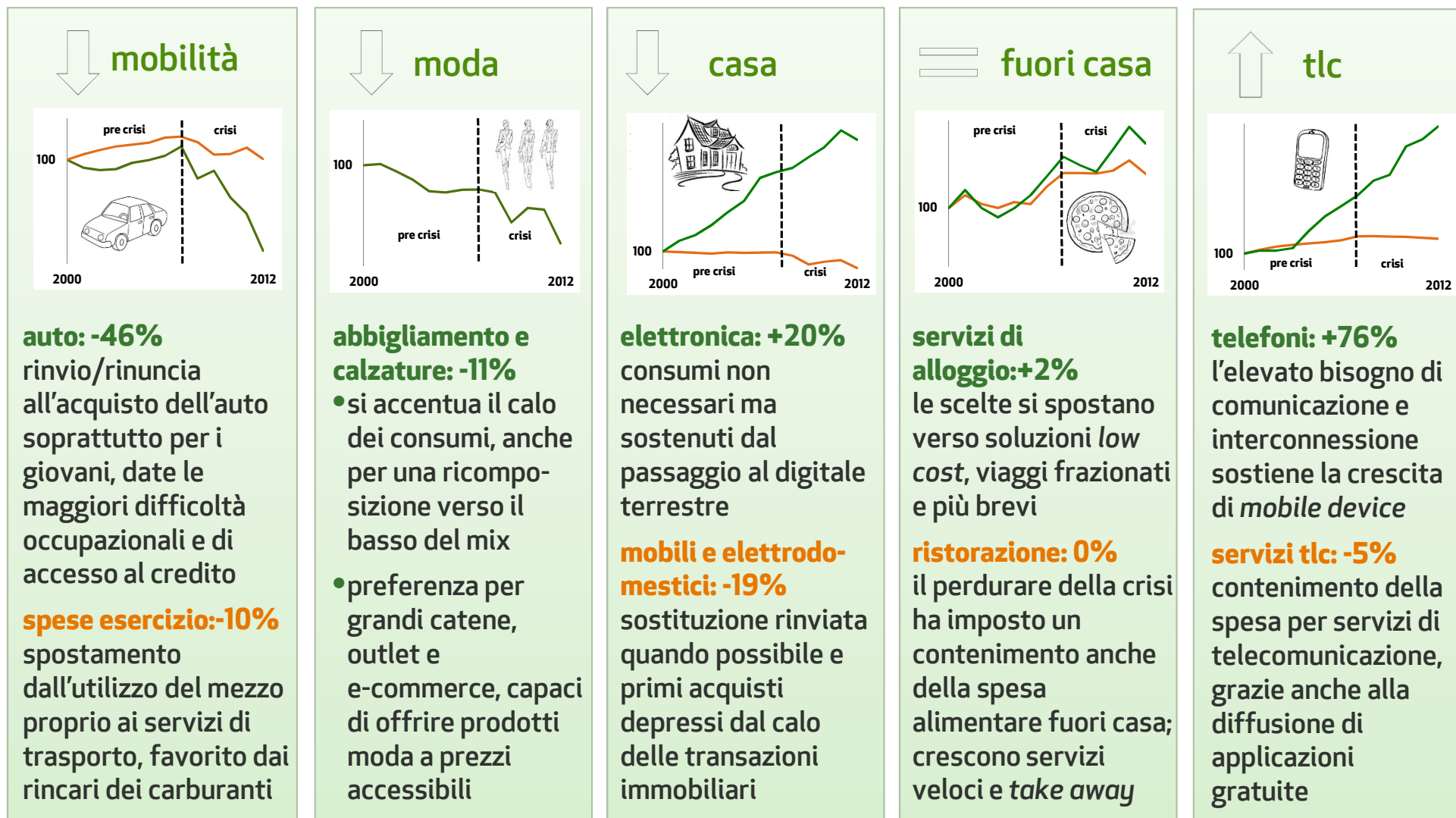
grocery | var.% su corrispondente



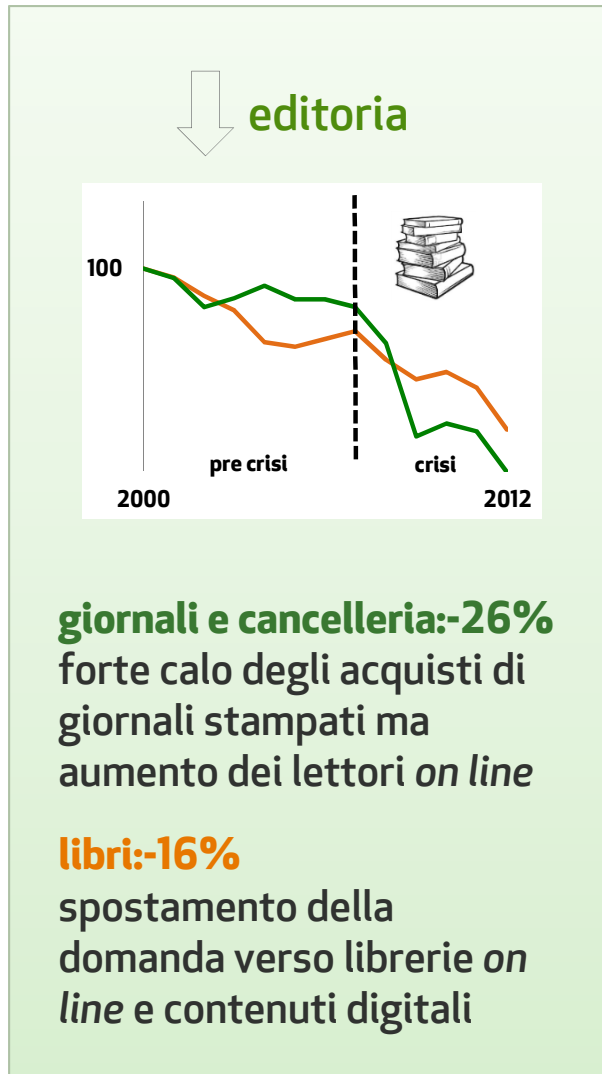
fonte: elaborazioni Prometeia su dati Gfk Panel Services

calo congiunto della spesa e della domanda nel terzo trimestre 2012: queste strategie non sono state sufficienti a contenere il valore della spesa per il grocery, e si sono ridotte anche le quantità acquistate

3. lo scenario dei consumi | nuove scelte nel non food (1/2)



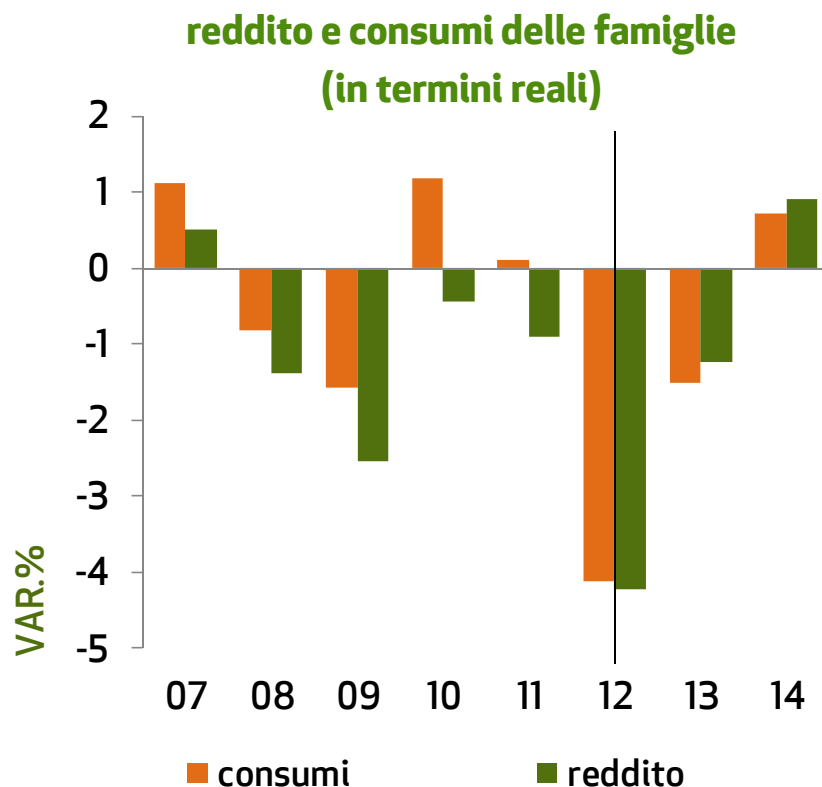
3. lo scenario dei consumi | nuove scelte nel non food (2/2)



- le difficoltà economiche e la sempre maggiore integrazione della tecnologia nella vita quotidiana favoriscono la lettura di giornali *on line*
- gli acquisti di libri si spostano in rete, a scapito di punti di vendita tradizionali e GDO; rapida ascesa per gli *e-book*, favorita dalla diffusione di *device* dedicati, tuttavia insufficiente a compensare il calo del cartaceo



3. lo scenario dei consumi | tassi di crescita positivi solo da fine 2013



- nel 2013 si allentano i fattori che hanno determinato il crollo del 2012
 - l'aumento della pressione fiscale è meno della metà dell'aumento dell'anno precedente
 - l'inflazione in rallentamento consente una caduta più contenuta del potere d'acquisto
 - nella seconda parte dell'anno si stabilizza il mercato del lavoro e inizia la ripresa dei redditi
 - normalizzazione dei mercati finanziari e politica del credito meno selettiva
- nel 2014 le tendenze proseguiranno consentendo ai redditi e ai consumi di tornare a crescere

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

	pro capite	var.% dei consumi in termini nominali			
	2011 (euro)	2011	2012	2013	2014
libri	68	-1.5	-7.4	-3.0	1.5
giornali e riviste	93	-1.2	-6.3	-1.5	3.5
durevoli per ricreazione e cultura	131	-1.5	-11.7	-4.4	4.1
telecomunicazioni (beni e servizi)	369	-1.8	0.0	-2.1	-0.2
alberghi e viaggi	457	5.2	-3.2	1.5	3.2
spettacoli e servizi ricreativi	542	5.6	1.6	2.2	2.5
altri beni e servizi	1556	3.5	-2.9	0.4	1.7
TEMPO LIBERO, CULTURA E RELAZIONI	3 216	3.0	-2.4	0.3	2.0
CONSUMI TOTALI	16 194	3.0	-1.4	0.3	2.6

fonte: Prometeia - Club Consumo, agg.to gennaio 2013

- le spese legate al tempo libero, alla cultura e alle relazioni, sacrificate più della media dei consumi durante la crisi, manterranno nel prossimo biennio una dinamica positiva molto contenuta
- la spesa per i prodotti dell'editoria non recupererà, entro l'orizzonte di previsione, il calo degli anni recenti; il mercato resterà debole, continuando a scontare i cambiamenti strutturali che stanno interessando i mezzi di diffusione dell'informazione e della cultura

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

www.prometeia.com

info@prometeia.com

