



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Nota di aggiornamento sui consumi delle famiglie

AGOSTO 2023

Ufficio Studi Confcommercio

@USConfcommercio #USC

La nota è stata redatta con le informazioni disponibili al 3 agosto 2023 da Mariano Bella, Luciano Mauro e Livia Patrignani.

Editing a cura di Mariangela Santini – Direzione Centrale Comunicazione e Immagine Confcommercio.

© 2023 Confcommercio-Imprese per l'Italia

Seguici su Twitter: @USConfcommercio #USC

1. Nonostante l'arretramento dell'economia italiana nel secondo quarto del 2023, confermiamo il quadro macroeconomico (tab. 1) incardinato su una crescita per l'anno in corso e per il prossimo rispettivamente a +1,2% e +1,3%, con consumi in incremento di due decimi sotto la variazione del PIL.

Tab. 1 - Il quadro macroeconomico

v.m.a. % in termini reali

| | 2008-13 | 2014-19 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|------------------------------------|---------|---------|--------|-------|------|------|------|
| PIL | -1,5 | 0,9 | -9,0 | 7,0 | 3,7 | 1,2 | 1,3 |
| Importazioni | -2,8 | 3,8 | -12,1 | 15,2 | 11,8 | 3,1 | 3,2 |
| Consumi delle famiglie | -1,3 | 1,0 | -10,3 | 4,7 | 4,6 | 1,0 | 1,1 |
| Consumi sul territorio | -1,3 | 1,1 | -11,3 | 4,9 | 5,5 | 1,0 | 1,1 |
| Spesa delle A.P. e ISP | -0,5 | -0,2 | -0,5 | 1,5 | 0,3 | -1,1 | -0,8 |
| Investimenti | -5,2 | 1,8 | -7,9 | 18,6 | 9,4 | 3,8 | 3,7 |
| Esportazioni | -0,7 | 3,0 | -13,5 | 14,0 | 9,4 | 3,3 | 3,4 |
| Var. % prezzi al consumo | 2,1 | 0,5 | -0,2 | 1,9 | 8,1 | 5,7 | 2,3 |
| Occupazione (Ula in 000-var. ass.) | -1.867 | 897 | -2.685 | 1.621 | 805 | 263 | 290 |
| Occupazione (Ula) | -1,3 | 0,6 | -11,1 | 7,6 | 3,5 | 1,1 | 1,2 |

Elaborazioni e stime Ufficio Studi Confcommercio (USC) su dati Istat.

È una valutazione troppo ottimistica, quasi temeraria? Per rispondere bisogna partire dall'analisi della caduta di tre decimi di punto del PIL in termini congiunturali presentata nella stima flash del 31 luglio u.s..

Al rallentamento della manifattura, già nei dati della produzione industriale - della recessione tedesca e del rallentamento del commercio mondiale non si può certo essere lieti - si sarebbe associato un rallentamento nella crescita dei servizi, in particolare quelli turistici intesi in senso lato (quindi alloggio e ristorazione, ma anche cultura, spettacoli, ricreazione e altro): servizi altamente desiderabili legati al migliore impiego possibile del tempo libero (o liberato dagli oneri del lavoro), paradigma che vale per gli italiani quanto per gli stranieri.

Nei primi cinque mesi del 2023 le presenze complessive presso le strutture ricettive sono inferiori del 5,7% rispetto ai livelli registrati nel 2019 (fonte: Istat). Nei

primi tre mesi del 2023 il saldo crediti-debiti della bilancia dei pagamenti turistica è inferiore al dato dello stesso periodo del 2022 (765 milioni di euro rispetto ai 921 dello scorso anno).

Guardando ancora più da vicino la dimensione delle presenze, si deve rilevare che nello scorso mese di maggio le presenze turistiche complessive si sono ridotte addirittura rispetto allo scorso anno: hanno tenuto gli stranieri, sono scese le notti degli italiani del 22%. Non un bel segnale.

Sintetizzando: resta valido il teorema che il testimone della crescita sia passato di recente dalla manifattura ai servizi; non è valido, invece, il corollario che una duratura crescita possa essere trainata soltanto dal turismo. Se ci fosse un rallentamento su questo importante - e sottovalutato - settore si farebbe presto a passare da una variazione congiunturale asfittica a una recessione, come abbiamo più volte sottolineato nel recente passato. E come sembra essere accaduto già nel secondo quarto dell'anno in corso.

Reputiamo possibile una sequenza di variazioni congiunturali a +0,4% per i prossimi due trimestri, per una chiusura del PIL a +1,2%. La prosecuzione con variazioni attorno allo 0,3% per il 2024 consentirebbe di raggiungere l'obiettivo del +1,3% per il prossimo anno. La varianza delle previsioni resta, tuttavia, molto elevata.

A supporto della visione moderatamente ottimistica sul futuro prossimo dell'economia italiana intervengono i dati di giugno sul mercato del lavoro. A fronte di un -0,3% del PIL l'occupazione cresce in termini congiunturali dello 0,6%. Resta un problema sulla parte indipendente del lavoro, in riduzione rispetto a maggio e in crescita di solo lo 0,6% tendenziale rispetto a una variazione dell'1,9% della frazione alle dipendenze. Ma queste dinamiche, nel complesso, escludono, almeno per adesso, una torsione in negativo delle aspettative di produzione del tessuto imprenditoriale.

Inoltre, sempre a sostenere una lettura favorevole dello scenario, si deve sottolineare come l'inflazione italiana - ed europea - sia avviata a un ordinato rientro. In generale, i governi, le autorità di politica monetaria e il mercato hanno ben operato. Si conferma¹ per il prossimo mese di ottobre un allineamento delle principali misure

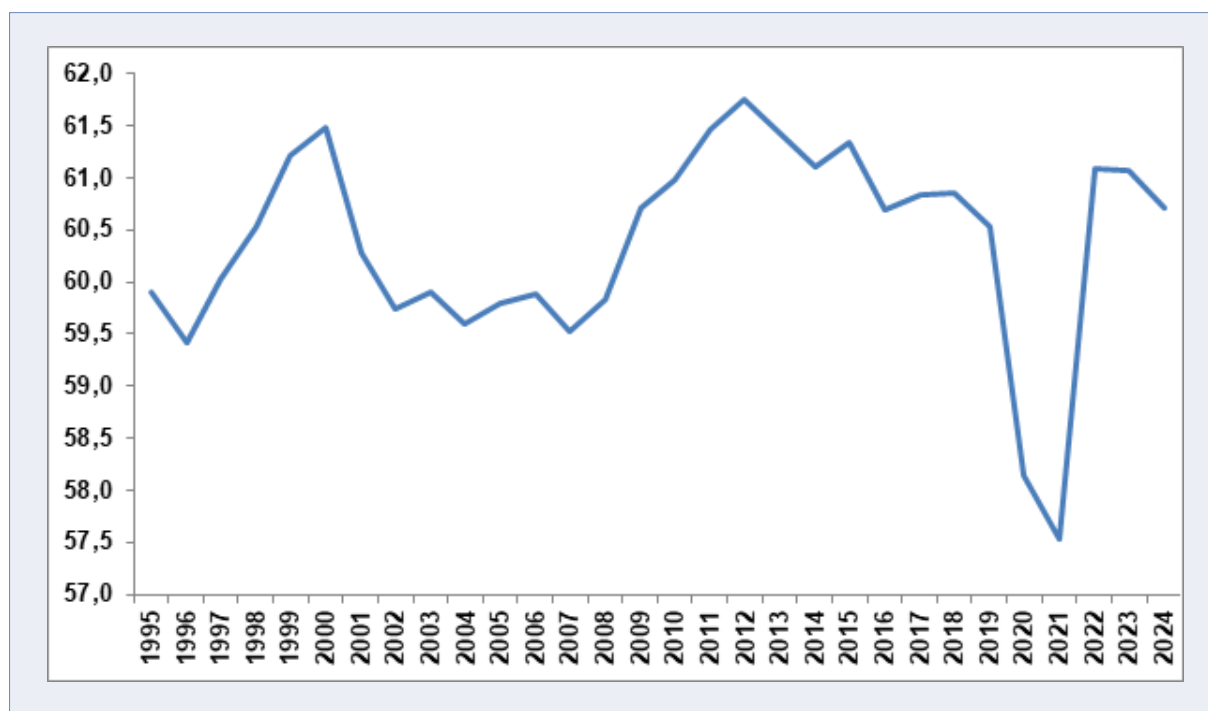
1 Nota sulla dinamica dei prezzi al consumo, Ufficio Studi Confcommercio, luglio 2023 (confcommercio.it).

di inflazione ai target socialmente condivisi, seppure con un certo ritardo rispetto ai desiderata delle istituzioni sovranazionali. Di conseguenza, per il prossimo mese di settembre prevediamo il mantenimento dei tassi di policy della BCE ai valori di luglio.

2. In primo piano, a determinare la crescita o condannare il sistema alla recessione - che sarebbe comunque di durata breve e di intensità moderata - ci sono i consumi, come testimoniato dalla figura 1 che, nel medio-lungo termine, chiarisce che la quota della spesa sul territorio in rapporto al PIL è sempre superiore al 60% (salvo incidenti eccezionali come la pandemia): se si fermano i consumi, difficilmente l'attività economica in un paese come l'Italia può prosperare.

Fig. 1 - Incidenza (%) dei consumi sul territorio sul PIL

Elaborazioni e stime USC su dati Istat.



Nonostante il contributo dei turisti stranieri - incluso nella spesa sul territorio ed escluso dalla spesa dei residenti - i consumi nel complesso non appaiono brillanti. Di qualche fragilità presente se ne ebbe contezza già all'inizio del 2022 quando calarono nel primo trimestre dell'1,1% congiunturale (dello 0,5% se consideriamo il contributo

dei turisti stranieri). Si replicò nell'ultimo trimestre dello scorso anno (-1,7% la spesa dei residenti, con variazione analoga a quella sul territorio).

A questo proposito, una ragione della debolezza che ciclicamente si appalesa nei numeri delle variazioni congiunturali della spesa reale delle famiglie va ascritta alla dinamica della ricchezza finanziaria in termini reali.

La propensione al consumo dipende, infatti, tanto dal reddito da lavoro quanto dal risparmio accumulato (la ricchezza, appunto). Ora, se è vero che il risparmio accumulato durante la pandemia - in larga misura in modo involontario o indesiderato, causa oggettive restrizioni alla spesa - ha successivamente sostenuto i consumi, sia di beni sia di servizi (per esempio nel 2022), è altrettanto vero che l'incremento del livello dei prezzi ne ha ridotto fortemente il valore reale: l'inflazione ha ridotto la quantità di beni e servizi acquistabili con lo stock di risparmio pregresso di cui ciascun italiano dispone. Questo ha avuto di recente, e avrà ancora di più in futuro, effetti di compressione dei consumi.

Secondo le rilevazioni di Banca d'Italia sulla ricchezza finanziaria delle famiglie (e delle istituzioni senza scopo di lucro al servizio delle famiglie), al netto delle passività lo stock si sarebbe ridotto tra la fine del 2021 e la fine del 2022 di circa 300 miliardi di euro in termini nominali. Aggiungendo a tale perdita la riduzione di potere d'acquisto, misurata dall'inflazione al consumo pari all'8,1% nel corso del 2022, le consistenze si sono ridotte di oltre 600 miliardi in termini reali. Nel primo trimestre del 2023, a motivo di un favorevole andamento delle quotazioni della borsa valori, un quarto di tale perdita sarebbe stata recuperata.

Si capisce, dunque, che rispetto al 2021, vuoi per il decumulo di attività a sostegno dei consumi vuoi per lo sfavorevole andamento dei mercati finanziari, nella prima parte del 2023 le famiglie patiscono una perdita di ricchezza reale mediamente attorno a 17mila euro. Il che spiega una certa perdurante fragilità della propensione al consumo. Questo fenomeno è amplificato dall'effetto della distribuzione della ricchezza finanziaria tra le famiglie: i recuperi del 2023 sono dovuti alla componente azionaria, più concentrata delle altre attività presso famiglie ad alto reddito e con propensione media al consumo inferiore a quelle a basso reddito, appunto meno beneficiarie dai più favorevoli corsi di borsa. Ciò non favorisce la propensione aggregata.

Una rappresentazione sintetica dell'andamento deludente dei consumi nel lungo periodo è fornita in tabella 2. Tale andamento è conseguenza - e causa, al contempo - della scarsa crescita aggregata sperimentata dall'Italia negli ultimi trent'anni.

Tab. 2 - Spesa per consumi

euro pro capite a prezzi 2023

| | consumi delle famiglie residenti | consumi sul territorio |
|------|----------------------------------|------------------------|
| 1995 | 18.144 | 18.730 |
| 2007 | 21.232 | 21.569 |
| 2019 | 20.491 | 20.914 |
| 2022 | 20.390 | 20.810 |
| 2023 | 20.650 | 21.083 |
| 2024 | 20.927 | 21.365 |

Elaborazioni, stime e previsioni USC su dati Istat.

La metrica dei consumi pro capite sul territorio è inficiata da un errore sistematico, quando si attribuisce ai residenti anche lo scarto tra la spesa degli stranieri in Italia e quella degli italiani all'estero (scarto ampiamente positivo che fa del turismo un settore costantemente a sostegno della bilancia dei pagamenti alla voce servizi).

Al di là di questa doverosa annotazione, la spesa dei residenti - in termini reali, ovviamente - lo scorso anno, a differenza del prodotto lordo, non aveva recuperato i valori costanti precedenti la crisi pandemica. Tale recupero si completerebbe nella media dell'anno in corso. Tuttavia, nel 2024 non si sarebbero recuperati i livelli del picco del 2007: ancora trecento euro di spesa a testa in meno.

Questo è il principale e incontrovertibile indizio di una patologia da scarsa crescita strutturale. La speranza di invertire la tendenza con le riforme e gli investimenti del PNRR è flebile.

Con la riduzione delle vendite al dettaglio nel mese di giugno 2023 si chiude il primo semestre con una riduzione del 3,7% in volume rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. La debolezza dei consumi si legge, quindi, anche nelle statistiche congiunturali.

3. Molte delle considerazioni declinate, fin qui, in termini macroeconomici, si leggono meglio osservando i **consumi con qualche grado di dettaglio** (tab. 3). I dati e le stime, presentati in forma sintetica, si basano sulle 56 funzioni di consumo della spesa sul territorio², diffuse annualmente dall'Istat, riaggregate nelle consuete sei macro-funzioni di spesa.

I dati sintetici di lungo periodo evidenziano chiaramente come nel 2022 la spesa pro capite non sia ancora tornata ai livelli del 2019 (tab. 2), considerando tanto la spesa sul territorio quanto quella dei residenti.

Pure con le cautele espresse al paragrafo precedente sull'utilizzo della popolazione residente per calcolare la spesa pro capite sul territorio, si valutano facilmente i grandi attrattori di spesa nel medio-lungo termine (tab. 3), fenomeno che perdura, talvolta sotto traccia, anche durante e dopo la pandemia.

Rispetto al 1995 la spesa per l'equipaggiamento telefonico in termini reali, cioè al netto della variazione dei prezzi, è cresciuta del cinquemilatrecento e rotti per cento! Cioè per ogni euro speso in questa categoria nel 1995 oggi se ne spendono oltre 54, a parità di potere d'acquisto.

Cresce tutto ciò che è tecnologia, come gli elettrodomestici cosiddetti bruni e i personal computer che fanno parte della multimedialità e dell'audiovisivo che contribuiscono alla creazione dei palinsesti per lo svago fruito in casa (nel 2023 nove volte la dimensione del 1995 e quasi il triplo rispetto al 2007). Prova ne sia che l'acquisto di servizi ricreativi e culturali prodotti altrove è cresciuto "solo" del 93% nello stesso periodo.

² Le serie sono costruite, fino al 2021, utilizzando i dati relativi alla Spesa delle famiglie sul territorio di Contabilità Nazionale, Istat marzo 2023. Per il 2022 le stime sono state effettuate mantenendo la compatibilità, in termini di dati a prezzi correnti, ai prezzi dell'anno precedente e a valori concatenati, con le informazioni diffuse dall'Istat a marzo 2023 per le 12 macro-funzioni di spesa. Per la stima delle singole voci ci si è avvalsi delle indicazioni provenienti dall'ICC (Indicatore dei Consumi Confcommercio) e dal NIC (indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale). Per il 2023 le stime tengono conto delle indicazioni provenienti dall'ICC e dal NIC (primi sei mesi del 2023).

Tab. 3 - I consumi sul territorio per grandi funzioni di spesa³

spesa pro capite a prezzi 2023

| | euro pro capite a prezzi 2023 | | | | indici 1995=100 | | | |
|--|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2007 | 2019 | 2022 | 2023 | 2007 | 2019 | 2022 | 2023 |
| Tempo libero | 1.311 | 1.336 | 1.496 | 1.559 | 135,2 | 137,9 | 154,4 | 160,8 |
| <i>Prodotti audiovisivi e multimediali</i> | 71 | 129 | 203 | 204 | 311,0 | 561,4 | 881,3 | 886,3 |
| <i>Servizi ricreativi e culturali</i> | 451 | 537 | 528 | 581 | 149,9 | 178,5 | 175,5 | 193,0 |
| Viaggi, vacanze e alberghi | 633 | 711 | 529 | 655 | 111,4 | 125,3 | 93,1 | 115,4 |
| Mobilità e comunicazioni | 3.862 | 3.509 | 3.376 | 3.485 | 137,1 | 124,6 | 119,9 | 123,8 |
| <i>Telefoni</i> | 18 | 85 | 141 | 144 | 696,7 | 3191,9 | 5298,5 | 5439,9 |
| Cura del sé | 4.171 | 4.155 | 4.151 | 4.153 | 109,9 | 109,5 | 109,4 | 109,4 |
| <i>Abbigliamento e calzature</i> | 1.223 | 1.167 | 1.142 | 1.145 | 108,7 | 103,7 | 101,5 | 101,7 |
| Casa | 6.306 | 6.206 | 6.416 | 6.372 | 105,9 | 104,2 | 107,8 | 107,0 |
| <i>Elettricità, gas e altri combustibili</i> | 1.389 | 1.171 | 1.206 | 1.168 | 104,3 | 87,9 | 90,6 | 87,8 |
| <i>Mobili ed elettrodomestici</i> | 1.117 | 955 | 1.029 | 1.004 | 105,6 | 90,3 | 97,3 | 94,9 |
| Pasti in casa e fuori casa | 5.311 | 5.005 | 4.836 | 4.858 | 109,8 | 103,5 | 100,0 | 100,4 |
| <i>Alimentari e bevande</i> | 3.730 | 3.350 | 3.310 | 3.202 | 103,4 | 92,9 | 91,7 | 88,8 |
| <i>Pubblici esercizi</i> | 1.588 | 1.657 | 1.529 | 1.656 | 128,4 | 134,0 | 123,6 | 133,9 |
| Totale sul territorio economico | 21.569 | 20.914 | 20.810 | 21.083 | 115,2 | 111,7 | 111,1 | 112,6 |

nota: in corsivo alcune sotto-categorie che fanno parte della funzione di spesa; i dati espressi a valori concatenati non sono sommabili; il totale dei consumi differisce pertanto dalla somma delle sei macro-funzioni; le differenze aumentano nel tempo allontanandosi dall'anno di riferimento (2023).

Elaborazioni, stime e previsioni USC su dati Istat.

Al di là della tecnologia resta poco altro in termini di crescite spettacolari. E non potrebbe essere diversamente, vista la complessiva stagnazione dei consumi nel lungo periodo di cui siamo ben consapevoli. Fenomeno, questo, testimoniato, per esempio, dalla dinamica di vestiario e calzature, una volta categoria centrale nella spesa degli italiani e oggi ancora ai livelli di quasi trent'anni fa.

3 **Tempo libero:** Attrezzature audiovisive, fotografiche e di elaborazione delle informazioni (prodotti audiovisivi e multimediali); Altri beni durevoli per la ricreazione e la cultura; Altri articoli ricreativi ed equipaggiamento; Fiori, piante ed animali domestici; Servizi ricreativi e culturali; Libri Giornali, ed articoli di cancelleria; Istruzione; **Viaggi e vacanze:** Vacanze tutto compreso; Servizi alberghieri e alloggiativi; **Mobilità e comunicazioni:** Acquisto mezzi di trasporto; Spese d'esercizio dei mezzi di trasporto esclusi i combustibili; Combustibili e lubrificanti; Servizi di trasporto; Servizi postali; Telefoni ed equipaggiamento telefonico (telefoni); Servizi telefonici, telegrafi e telefax; Assicurazioni; **Cura del sé:** Tabacco; Abbigliamento e calzature; Sanità; Apparecchi, articoli e prodotti per la cura della persona; Effetti personali n.a.c.; Barbieri, parrucchieri e saloni e altri servizi per la persona; Servizi sociali; Servizi finanziari; Altri servizi n.a.c.; **Casa:** Fitti effettivi; Fitti imputati; Manutenzione e riparazione dell'abitazione; Acqua e altri servizi dell'abitazione; Elettricità, gas e altri combustibili; Mobili ed elettrodomestici; Servizi domestici e per l'igiene della casa; **Pasti in casa e fuori casa:** Alimentari e bevande; Pubblici esercizi.

Ed è altrettanto interessante la dinamica della spesa per l'elettricità e il gas. Le politiche di risparmio energetico funzionano e gli sprechi si riducono. Cioè si riduce la quantità, ovvero la spesa in termini reali. Per l'energia e, in generale, le spese per l'abitazione, purtroppo vale quanto discusso di recente a proposito delle spese obbligate⁴: la crescita dei prezzi unitari di questi beni (sono classificati come tali, non come servizi) ne ha sviluppato la quota di spesa (tab. 5), generando una inevitabile compressione dei consumi liberi e, quindi, del benessere economico che le famiglie ritraggono dalla spesa per consumi.

Dalle ultime righe della tabella 3 si nota la sostanziale stazionarietà della spesa per alimentazione, ove si abbia l'accortezza di sommare alimentazione in casa e fuori casa. Naturalmente, le due componenti hanno trend radicalmente diversi, e questo vale anche al netto dell'approssimazione introdotta dall'utilizzo della popolazione residente e non di quella teoricamente sottostante la spesa sul territorio. Mentre il fuori casa è sospinto dalla tendenza a sviluppare benessere individuale attraverso la fruizione di servizi legati al tempo libero, l'alimentazione in casa è compressa anche dalle tendenze demografiche. Una popolazione più anziana richiede, strutturalmente, meno contributi alimentari di base e più contenuto di servizio. Sta alle imprese rispondere con successo a queste ineludibili sfide.

Nella tabella 4 sono indicate le variazioni aggregate in termini reali dei consumi sul territorio per funzioni di spesa. Nel complesso, l'anno in corso si presenta per molti aspetti come il vero ritorno alla normalità. Il contributo del turismo è ben visibile: dai servizi ricreativi e culturali agli alberghi e ai viaggi, fino ai consumi fuori casa presso i pubblici esercizi. Sono questi i pilastri della potenziale crescita economica, generata, appunto, dal terziario di mercato, in attesa di una ripresa della manifattura esportatrice.

4. Come visto, sebbene in crescita, i consumi non torneranno alla fine del 2023 ai livelli del 2019 (e resteranno lontani dal picco del 2007, anche nella media del 2024).

4 Nota di aggiornamento sulle spese obbligate, Ufficio Studi Confcommercio, luglio 2023 (confcommercio.it).

Tab. 4 - I consumi sul territorio: le grandi funzioni di spesa

var. % medie annue in termini reali

| | 1996-2007 | 2008-2019 | 2020-2022 | 2023 |
|---|------------|-------------|-------------|------------|
| Tempo libero | 2,8 | 0,3 | 3,4 | 3,9 |
| <i>Prodotti audiovisivi e multimediali</i> | 10,2 | 5,2 | 15,7 | 0,3 |
| <i>Servizi ricreativi e culturali</i> | 3,7 | 1,6 | -1,0 | 9,7 |
| Viaggi, vacanze e alberghi | 1,2 | 1,1 | -9,8 | 23,6 |
| Mobilità e comunicazioni | 3,0 | -0,7 | -1,7 | 2,9 |
| <i>Telefoni</i> | 17,9 | 13,7 | 17,9 | 2,4 |
| Cura del sé | 1,1 | 0,1 | -0,5 | -0,2 |
| <i>Abbigliamento e calzature</i> | 1,0 | -0,3 | -1,2 | 0,0 |
| Casa | 0,8 | 0,0 | 0,7 | -1,0 |
| <i>Elettricità, gas ew altri combustibili</i> | 0,6 | -1,3 | 0,5 | -3,4 |
| <i>Mobili ed elettrodomestici</i> | 0,7 | -1,2 | 2,1 | -2,7 |
| Pasti in casa e fuori casa | 1,1 | -0,4 | -1,6 | 0,2 |
| <i>Alimentari e bevande</i> | 0,6 | -0,8 | -0,8 | -3,5 |
| <i>Pubblici esercizi</i> | 2,4 | 0,5 | -3,1 | 8,0 |
| Totale sul territorio economico | 1,5 | -0,1 | -0,6 | 1,0 |

Elaborazioni e stime USC su dati Istat.

Tab. 5 - La struttura dei consumi sul territorio

quote di spesa a prezzi correnti

| | 1995 | 2007 | 2019 | 2022 | 2023 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Tempo libero | 7,6 | 7,4 | 7,0 | 7,3 | 7,4 |
| <i>Prodotti audiovisivi e multimediali</i> | 0,9 | 0,9 | 0,8 | 1,0 | 1,0 |
| <i>Servizi ricreativi e culturali</i> | 2,0 | 2,4 | 2,8 | 2,6 | 2,8 |
| Viaggi, vacanze e alberghi | 2,3 | 2,8 | 3,2 | 2,4 | 3,1 |
| Mobilità e comunicazioni | 16,7 | 18,7 | 17,3 | 16,5 | 16,5 |
| <i>Telefoni</i> | 0,4 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,7 |
| Cura del sé | 23,8 | 21,6 | 20,9 | 20,1 | 19,7 |
| <i>Abbigliamento e calzature</i> | 7,6 | 6,6 | 6,0 | 5,6 | 5,4 |
| Casa | 25,7 | 27,3 | 28,6 | 31,2 | 30,2 |
| <i>Elettricità, gas e altri combustibili</i> | 4,1 | 3,8 | 3,4 | 6,1 | 5,5 |
| <i>Mobili ed elettrodomestici</i> | 6,5 | 5,4 | 4,7 | 4,9 | 4,8 |
| Pasti in casa e fuori casa | 23,9 | 22,2 | 23,1 | 22,6 | 23,0 |
| <i>Alimentari e bevande</i> | 17,9 | 15,4 | 15,2 | 15,3 | 15,2 |
| <i>Pubblici esercizi</i> | 6,0 | 6,8 | 7,9 | 7,2 | 7,9 |
| Totale sul territorio economico | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Elaborazioni e stime USC su dati Istat.

Salvo tempo libero, tecnologia e viaggi e alberghi, nessuna macro-funzione riesce a tornare, nel 2023, ai livelli di spesa pro capite del 2019. In termini reali, elettricità, gas e altri combustibili, mobili ed elettrodomestici e alimentari consumati in casa mostrano spese reali inferiori a quasi trent'anni prima (tab. 3).

Di conseguenza è rilevante valutare come si modifica la struttura di spesa, tenendo conto, questa volta, anche della dinamica dei prezzi al consumo dei vari beni e servizi acquistati e fruiti dalle famiglie italiane. La tabella 5 risponde in modo compatto a quest'esigenza.

Nel lungo periodo, l'area del tempo libero occupa una frazione costante nel budget di spesa: crescono molto le quantità e ciò accade anche perché la parte di tecnologia viene offerta e comprata a prezzi decrescenti. Quindi la quota a valore è stabile, ma rappresenta un vettore crescente di benessere individuale.

Così è anche per la sottovoce riguardante i prodotti della telefonia.

L'esatto contrario, invece, capita per i prodotti energetici in senso lato. Prezzi crescenti sostengono la quota, che in volume però è decrescente. Se la quota in valore comunque cresce, ciò comprime le altre spese libere. È un tema persistente nella struttura dei consumi delle famiglie italiane.

Il cambiamento della moda nel lungo periodo porta a una riduzione del peso della voce abbigliamento e calzature. Anche in questo caso si tratta di un fenomeno strutturale. Gli stessi prezzi crescono meno della media del paniere complessivo di consumo.

La forte crescita della spesa per consumazioni e pasti presso bar e ristoranti, in assoluto e in quota, è governata dalle preferenze, più che dalla dinamica dei prezzi. E, specularmente, ciò riduce la quota destinata all'alimentazione fruita in casa.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

www.confcommercio.it