



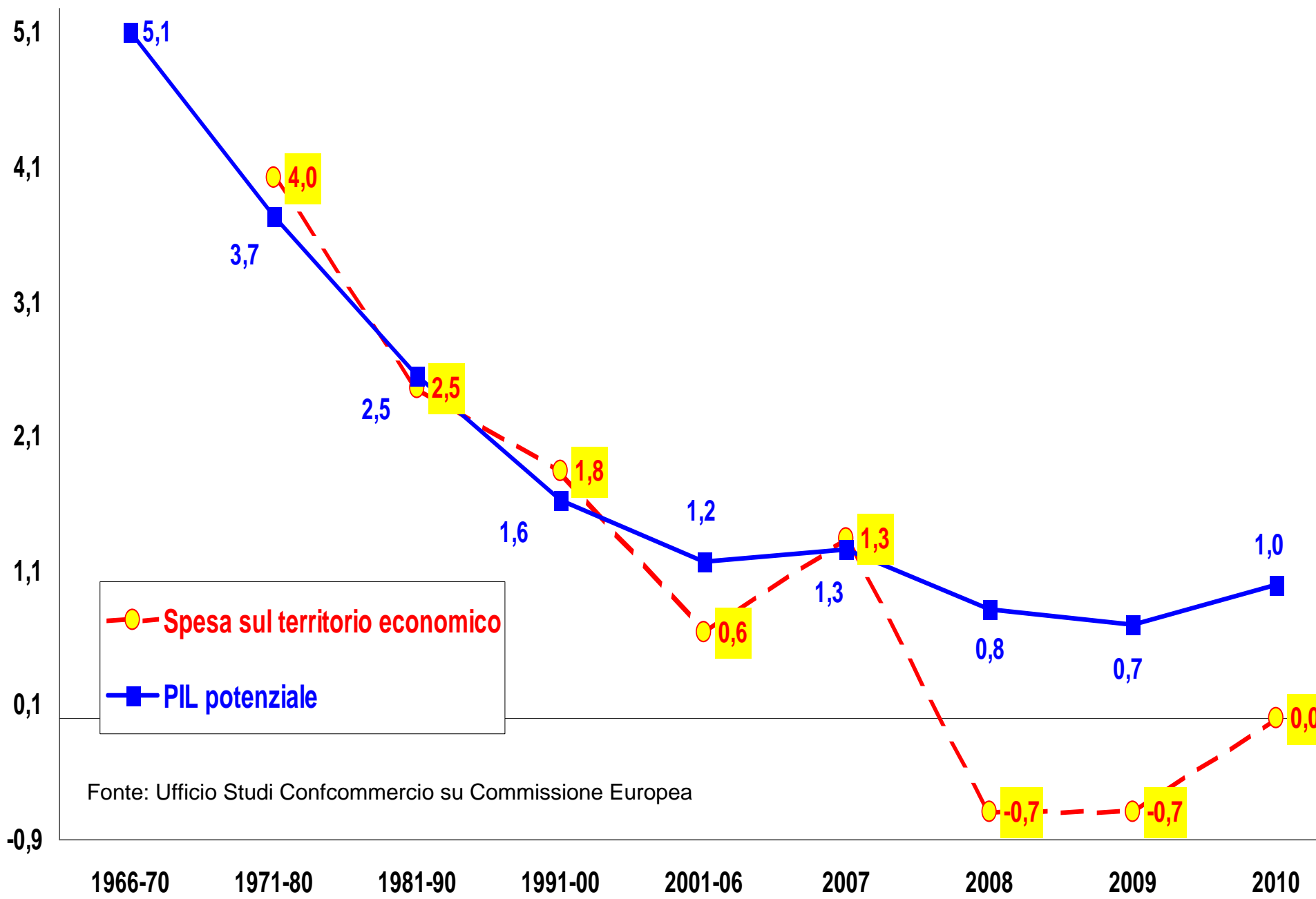
Rapporto Consumi 2008

L'economia ai tempi della crisi

Mariano Bella
Responsabile Ufficio Studi Confcommercio

Roma, 15 Gennaio 2009

ITALIA: PIL POTENZIALE E CONSUMI



Fonte: Ufficio Studi Confcommercio su Commissione Europea

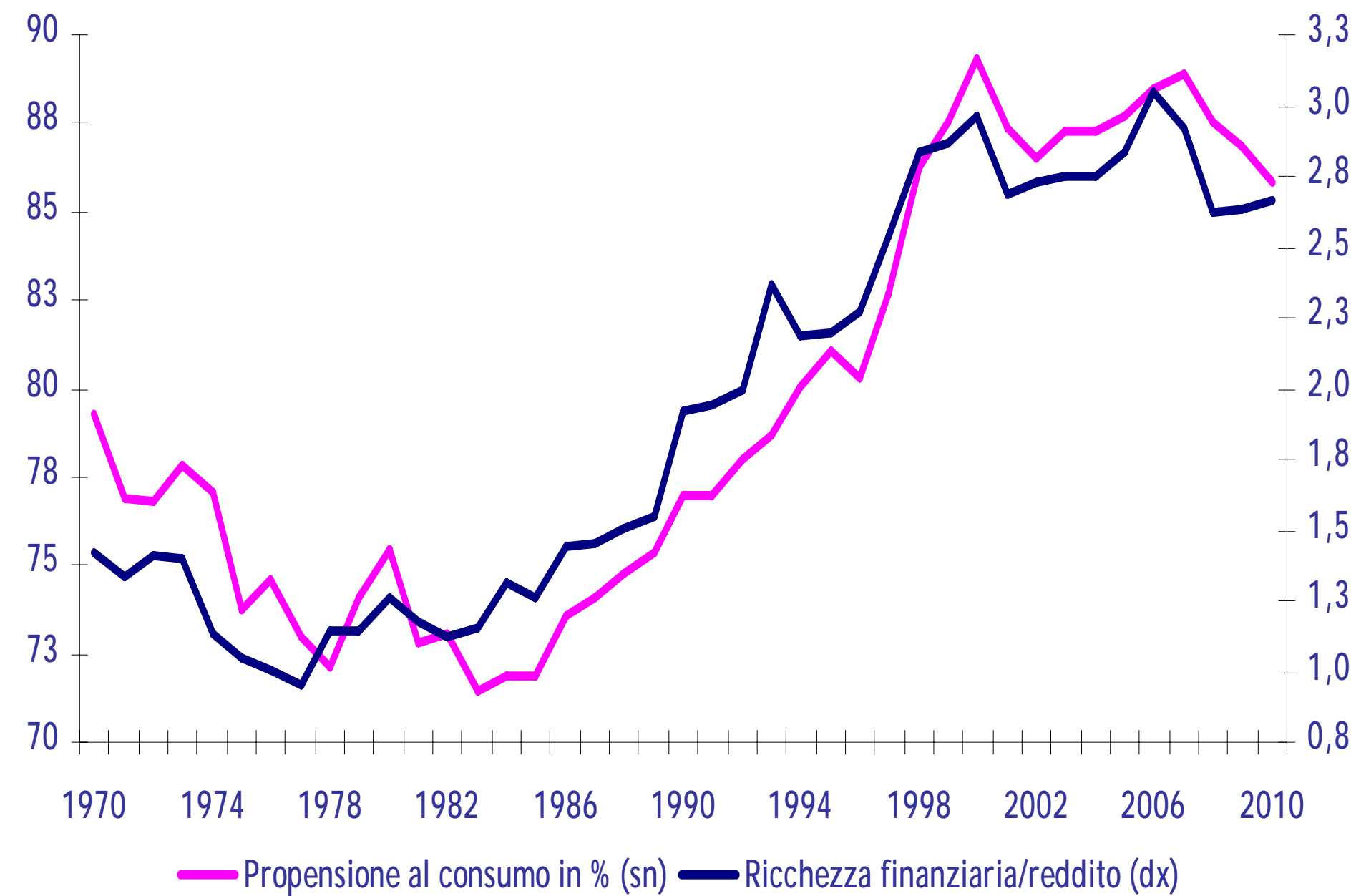
ARRIVA LA CRISI MA NON SIAMO TUTTI UGUALMENTE ATTREZZATI PER AFFRONTARLA ...

	1999	2007	2008(a)
Germania	100	112,2	1,7
Spagna	100	132,8	1,3
Francia	100	117,8	0,9
Italia	100	111,9	0,0
- <i>ITALIA</i> (dato Confcommercio)			-0,4
Regno Unito	100	124,2	0,9

(a) Previsione Commissione Europea, Rapporto di autunno 2008

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat e Commissione Europea-AMECO

IL RUOLO DELLA RICCHEZZA E LA CRISI IN ATTO



— Propensione al consumo in % (sn) — Ricchezza finanziaria/reddito (dx)

LE VARIABILI CRUCIALI DEL QUADRO MACRO

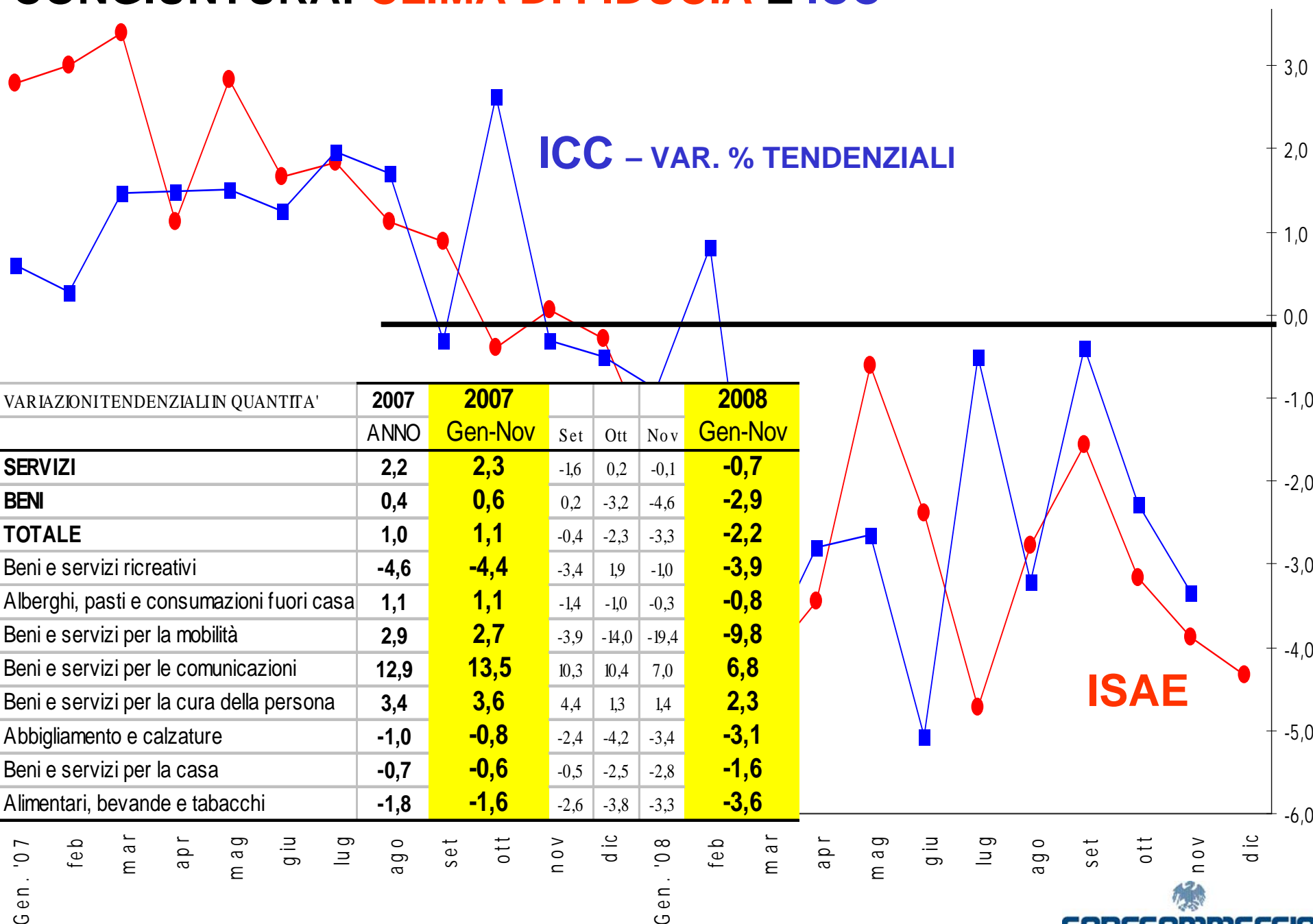
Le previsioni su prodotto e consumi

(variazioni % medie annue in termini reali)

	1981-90	1991-06	2007	2008	2009	2010
Prodotto interno lordo	2,4	1,4	1,5	-0,4	-0,6	0,1
Spesa sul territorio economico	2,5	1,4	1,3	-0,7	-0,7	0,0

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

CONGIUNTURA: CLIMA DI FIDUCIA E ICC



LE GRANDI FUNZIONI DI SPESA

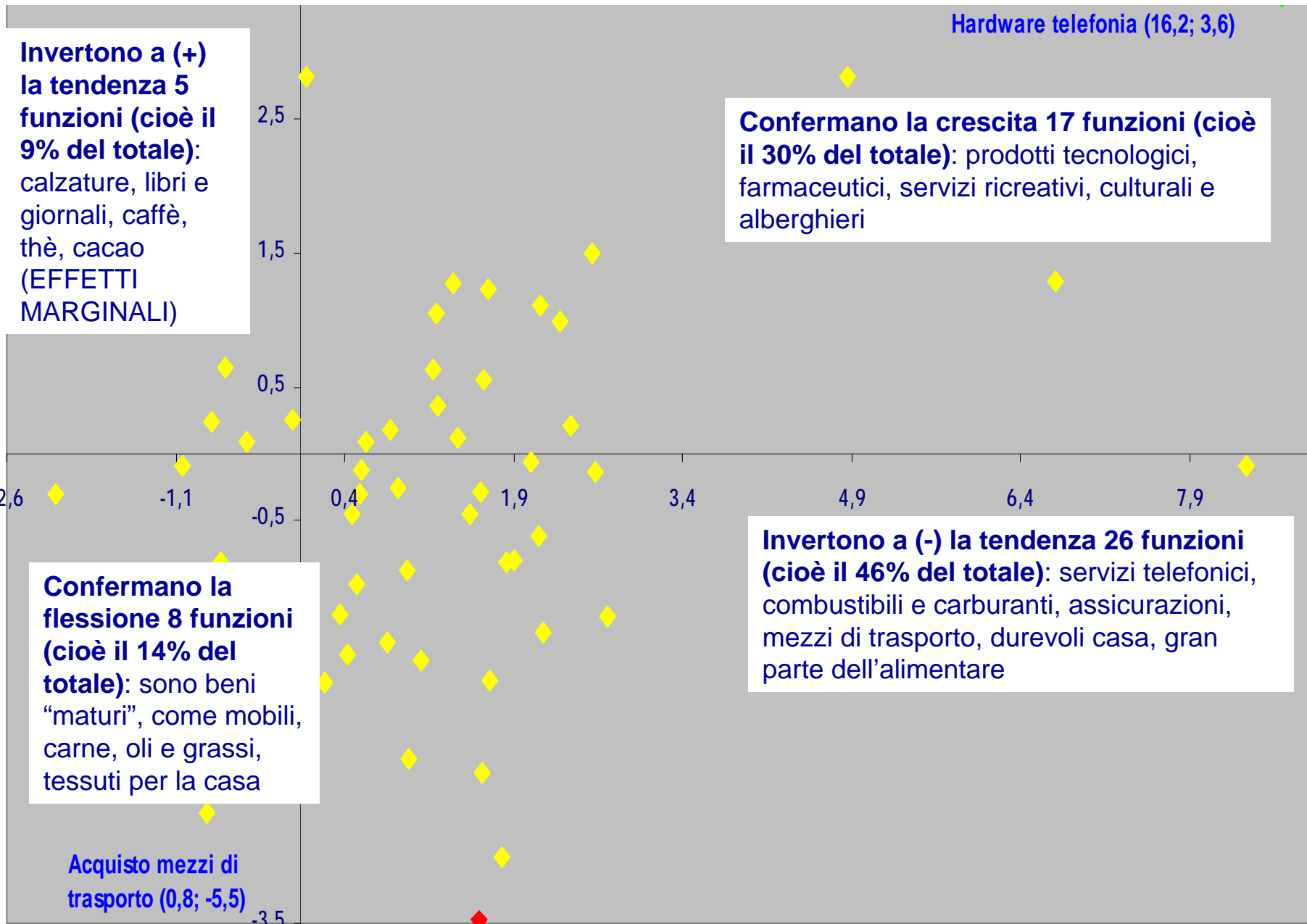
variazioni % medie annue in termini reali

	1993-2006	2007	2008-2010
Tempo libero	1,9	1,2	0,6
Vacanze	2,0	1,4	0,7
Mobilità e comunicazioni	2,9	3,7	-1,4
Cura del sé	0,7	1,5	-0,4
Abitazione	0,7	0,3	-0,3
Pasti in casa e fuori casa	1,0	0,5	-0,5
Spesa sul territorio economico	1,3	1,3	-0,5

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat

LA CRISI CAMBIA LE TENDENZE DI CONSUMO?

var. % media annua 2008-10 in termini reali



var. % media annua 1993-07 in termini reali

DINAMICHE DEI CONSUMI

variazioni medie annue % in termini reali 2008-2010

Le 10 voci di consumo che cresceranno di più...

1	Telefoni ed equipaggiamento telefonico	3,6
2	Prodotti medicinali, articoli sanitari ed altro	2,8
3	Servizi ricreativi e culturali	1,5
4	Elettrodomestici bruni	1,3
5	Elettrodomestici bianchi	1,3
6	Acque minerali, bevande gassate e succhi	1,2
7	Alberghieri e alloggiativi	1,1
8	Altri beni durevoli per la ricreazione	1,1
9	Servizi postali	1,0
10	Altri articoli ricreativi ed equipaggiamento	1,0

... e le 10 voci di consumo che cresceranno di meno

47	Manutenzione e riparazione dell'abitazione	-1,6
48	Pane e cereali	-1,7
49	Tabacco	-1,7
50	Bevande alcoliche	-1,8
51	Effetti personali n.a.c	-2,1
52	Cristalleria, vasellame, utensili per la casa	-2,3
53	Beni non durevoli per la casa	-2,4
54	Servizi finanziari	-2,7
55	Servizi di trasporto	-3,0
56	Acquisto mezzi di trasporto	-5,5