



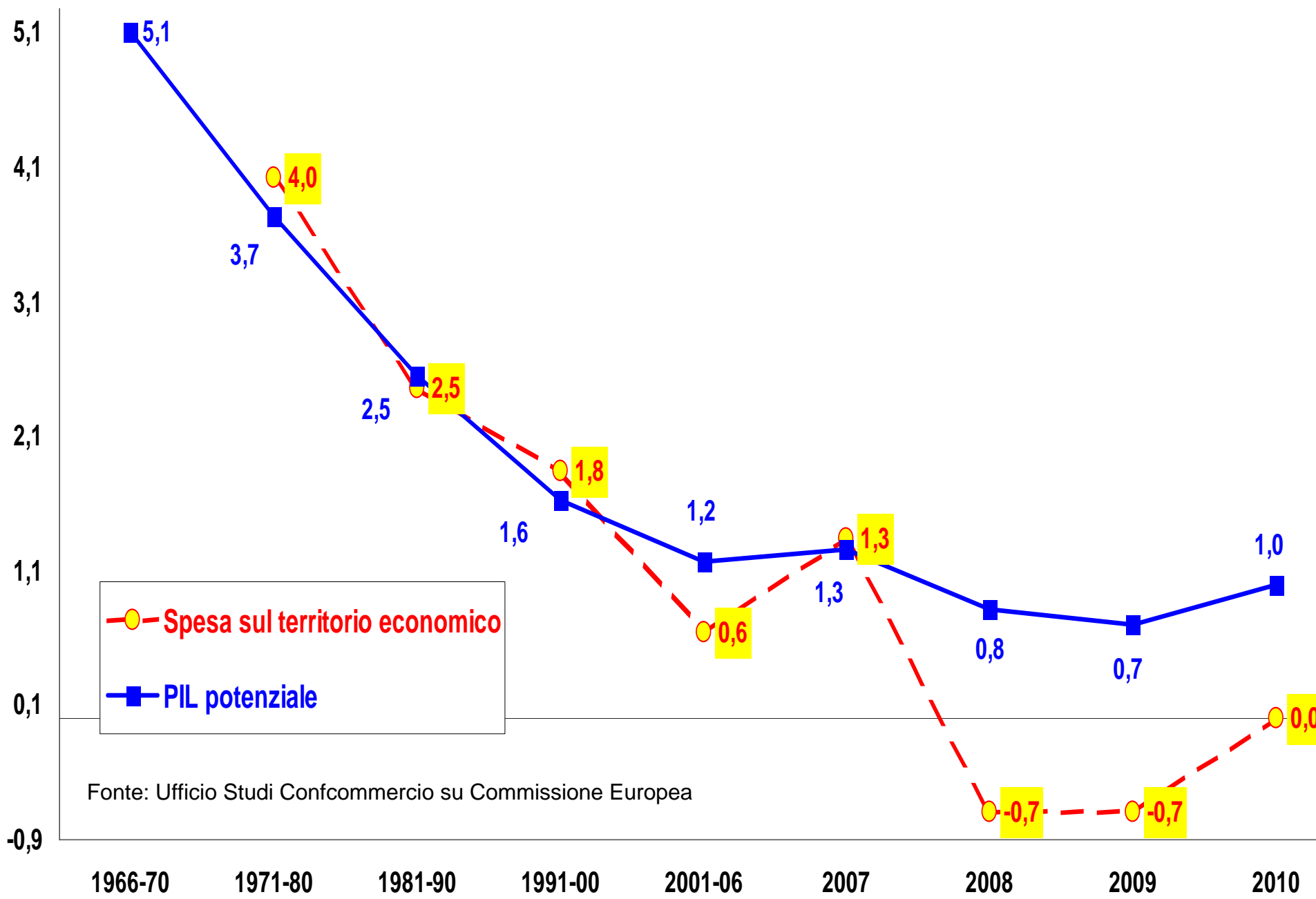
# Rapporto Consumi 2008

## L'economia ai tempi della crisi

Mariano Bella  
Responsabile Ufficio Studi Confcommercio

Roma, 15 Gennaio 2009

# ITALIA: PIL POTENZIALE E CONSUMI



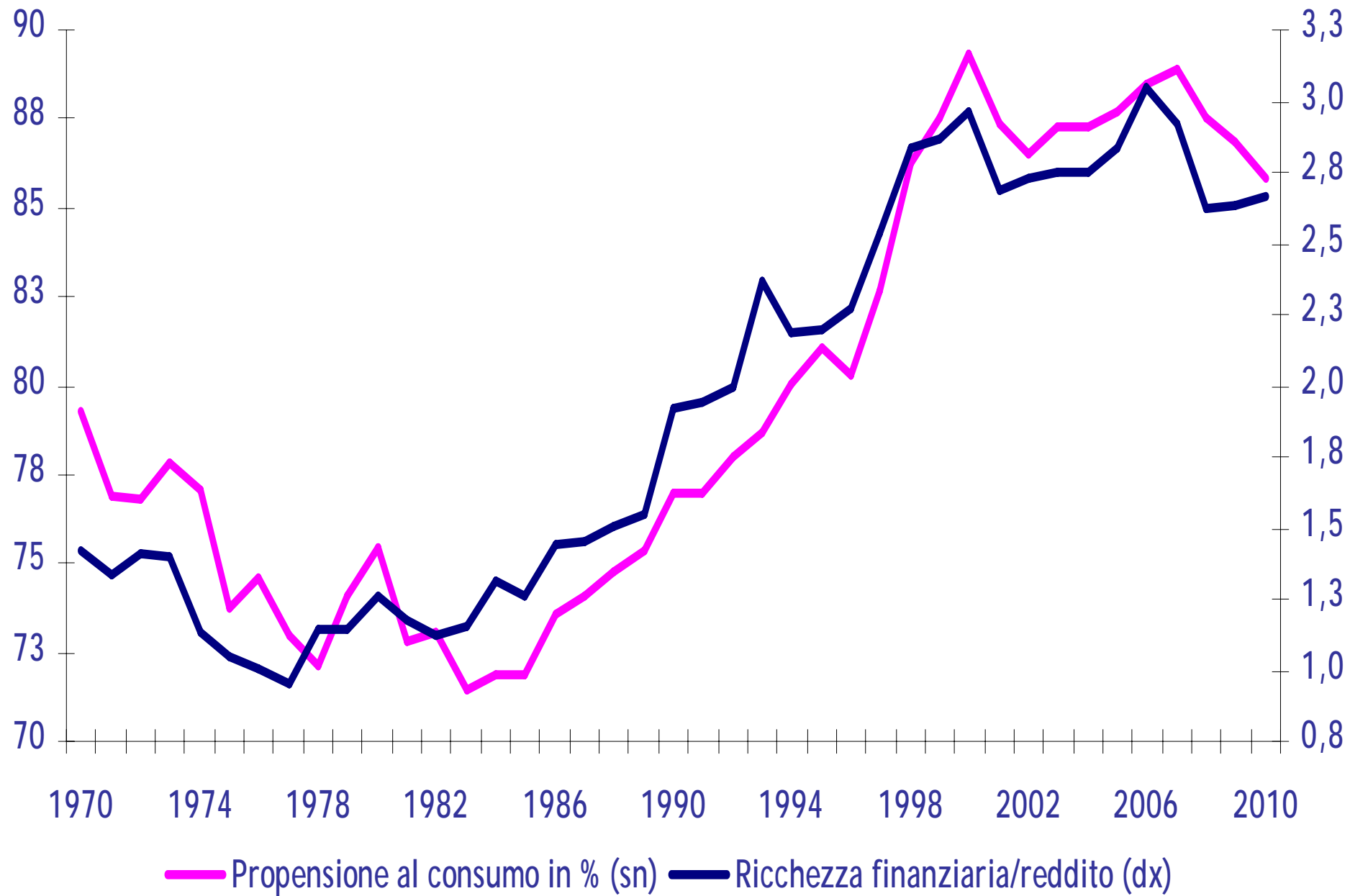
# ARRIVA LA CRISI MA NON SIAMO TUTTI UGUALMENTE ATTREZZATI PER AFFRONTARLA ...

	<b>1999</b>	<b>2007</b>	<b>2008(a)</b>
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

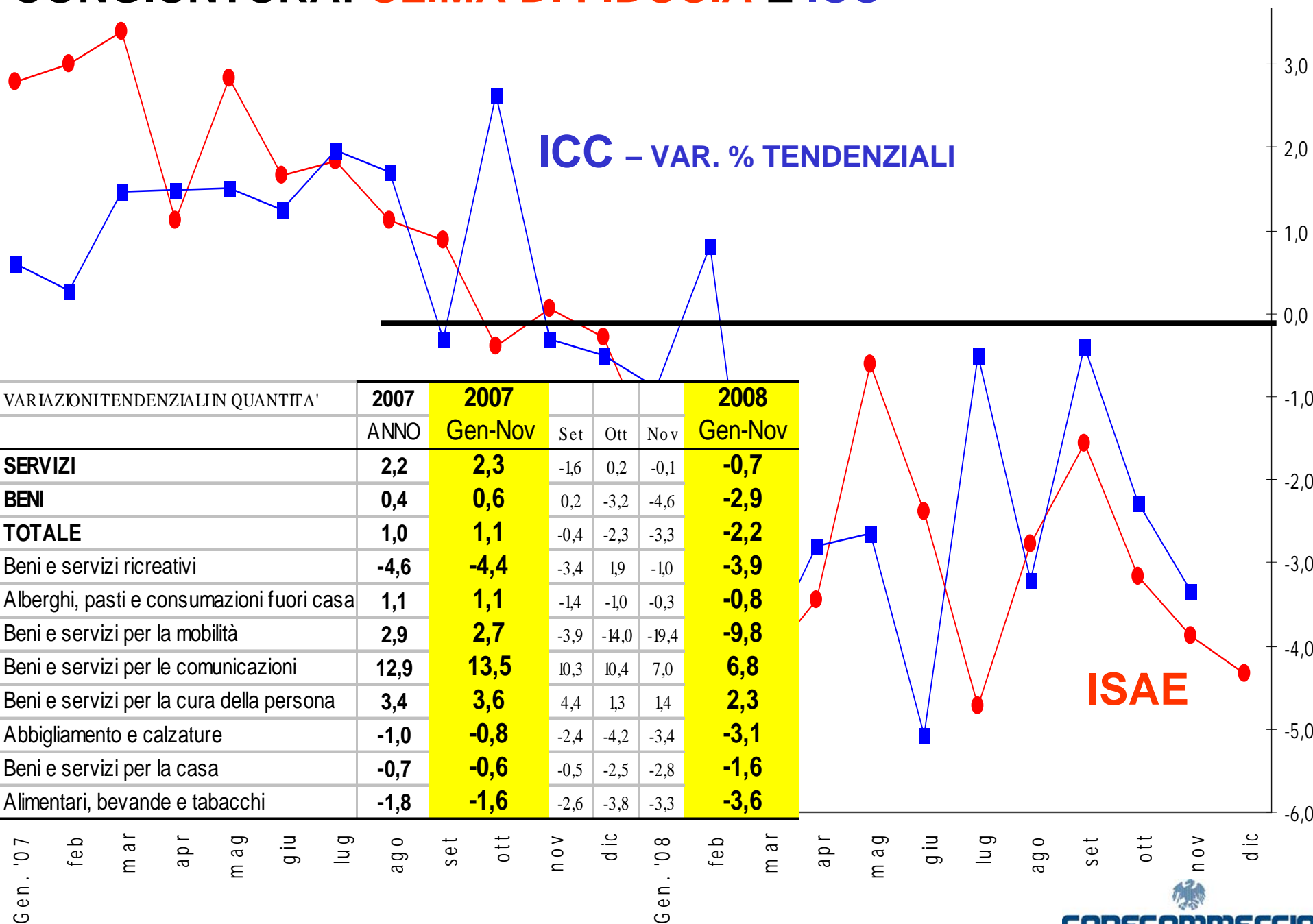
## Le previsioni su prodotto e consumi

*(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

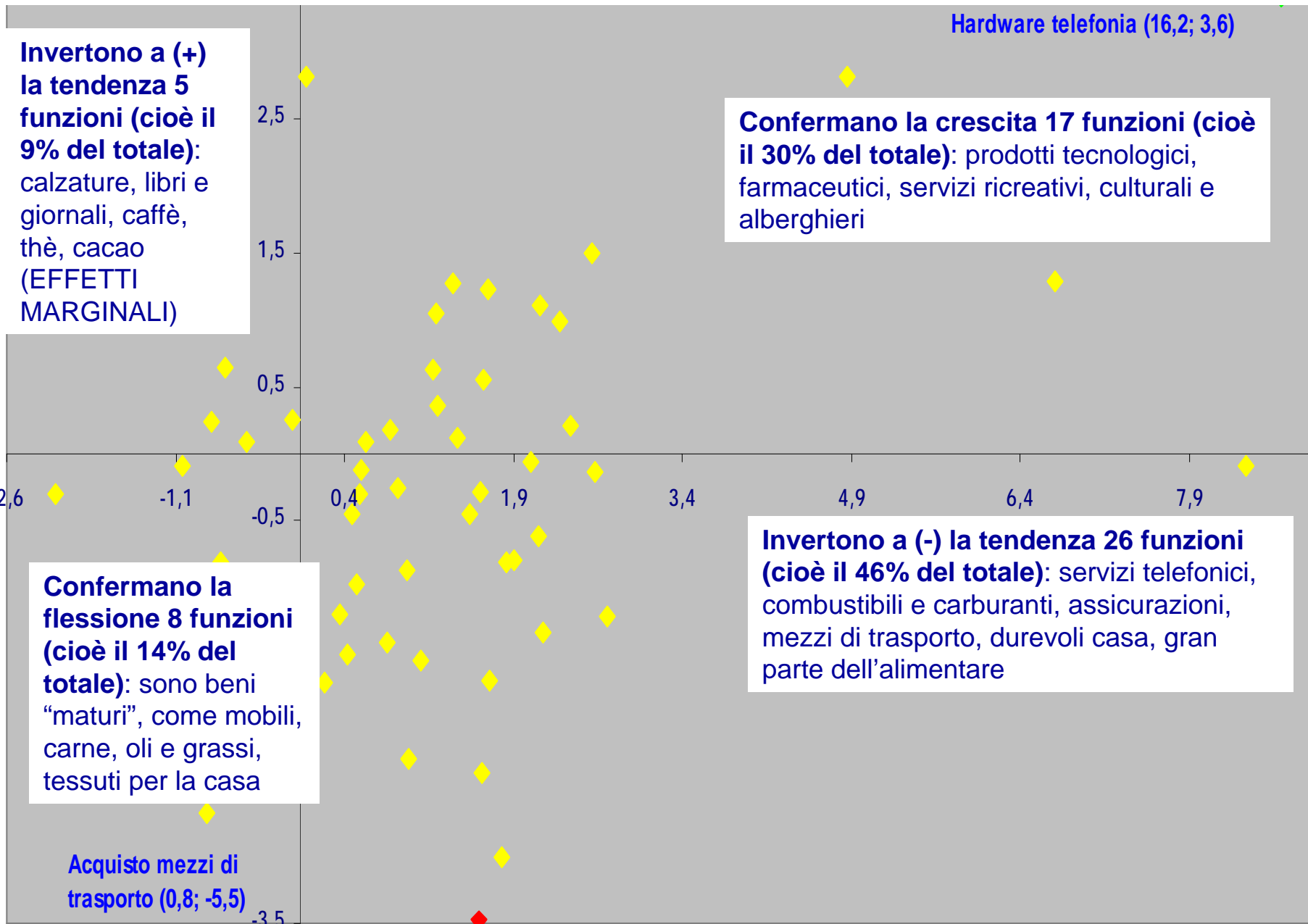
## variazioni % medie annue in termini reali

	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
<b>Spesa sul territorio economico</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,5</b>

*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