

## Documento di discussione di base

Fra la fine del 2008 e la prima parte del 2009 si è verificata la più grave crisi finanziaria per l'economia mondiale dal secondo dopoguerra. La reazione dell'economia reale è stata di dimensioni eccezionali, con perdite di prodotto amplissime. Il collasso della produzione ha spinto al ribasso i corsi delle materie prime, generando una caduta del tasso d'inflazione.

Le politiche economiche hanno reagito prontamente al nuovo scenario, con una serie di misure che hanno coinvolto tanto la politica monetaria, quanto la politica fiscale. Segnali di stabilizzazione del ciclo cominciano ad emergere dai mesi primaverili, con maggiore evidenza nelle economie asiatiche.

In Europa la crisi ha coinvolto tutte le economie, anche se l'intensità della recessione non è stata uniforme fra i paesi. Le perdite di prodotto sono state più intense nei paesi, come Germania e Italia, caratterizzati da una base industriale più ampia.

### **Prospettive dei consumi in Italia**

La crisi del mercato del lavoro definisce le condizioni di fondo che orienteranno le decisioni di spesa delle famiglie. Di fatto i consumatori italiani, dopo un biennio 2008-2009 in cui non hanno subito tutte le conseguenze della crisi, si confrontano con la prospettiva di un biennio 2010-2011 in cui non trarranno benefici dalla fase di ripresa.

La dinamica dei consumi cumulerebbe quindi fra il 2008 e il 2009 una caduta di oltre tre punti percentuali, di cui solo la metà verrebbe recuperata nei due anni successivi. Probabilmente per rivedere il livello dei consumi pre-crisi dovremo attendere il 2013, e per raggiungere il medesimo livello dei consumi in termini pro-capite si rischia di dovere arrivare al 2015.

I limitati margini di recupero sono legati solamente alla domanda di servizi, il cui trend crescente è guidato anche da fattori di carattere strutturale, connessi all'invecchiamento della popolazione (servizi sanitari, servizi alle famiglie) o al mutamento degli stili di vita (servizi ricreativi e ristorazione).

In presenza di una dinamica debole del reddito, la crescita di queste tipologie di consumo va di fatto a spiazzare gli acquisti di beni, e in particolar modo i durevoli.

**Si segnala anche la stagnazione della spesa per consumi di beni non durevoli, dopo un triennio di contrazione a tassi significativi. Queste voci di spesa, al cui interno è predominante la componente alimentare, sono di fatto in una situazione di stazionarietà,** legata anche ai limitati spazi di aumento della popolazione per effetto della transizione demografica in corso in Italia oramai da alcuni anni.

Un altro segnale generato dalla crisi in corso è la crescita delle disuguaglianze. Oltre il 66% delle famiglie italiane si sente povero, un quinto fa fatica a fare la spesa alimentare e a pagare le cure mediche. Ma d'altra parte poco meno della metà della ricchezza finanziaria del nostro Paese si concentra nelle mani di un 10% di italiani.

La percezione di povertà è comunque più diffusa tra le famiglie del Sud e delle isole (sale al 73%), tra i single ovvero gli anziani soli (77%), tra i nuclei con reddito familiare più basso (90%) e ovviamente tra coloro che registrano una situazione lavorativa di difficoltà (hanno già perso o stanno per perdere il posto di lavoro). Il guado della disoccupazione e le attese che si hanno per il prossimo autunno (700.000 occupati in meno nel biennio 2009-2010 prevalentemente nel settore manifatturiero) rappresentano a tutti gli effetti un banco di prova sia per la tenuta dei consumi che per gli equilibri sociali più complessivi.

## Consumi finali interni delle famiglie

Var. % medie annue

	2007	2008	2009	Previsioni ref.	
				2010	2011
Consumi interni a prezzi costanti	1,1	-1,0	-2,4	0,6	1,2
di cui					
<i>beni durevoli</i>	2,2	-7,2	-7,4	-0,3	0,5
<i>beni semidurevoli</i>	1,0	-1,2	-8,1	1,1	2,3
<i>non durevoli</i>	-1,4	-1,2	-2,1	-0,3	0,2
<i>servizi</i>	2,4	0,4	0,3	1,2	1,7

Gli italiani mettono in discussione abitudini e stili di vita consolidati, che divengono, ora, più sobri e frugali. Si consuma di meno, tentando di non rinunciare alla soddisfazione dei propri bisogni, tagliando il superfluo e ricercando, con razionalità e perseveranza, l'efficienza nella spesa (comprando se possibile in promozione). Si rimandano gli acquisti di beni durevoli: l'auto (-15,1% la stima a fine 2009), l'arredamento (-10,6%), gli elettrodomestici (-7,4%), i prodotti tecnologici. Così come si taglia su vestiario e calzature (-7,5% nel 2009) e sulle spese per il divertimento senza rinunciarvi del tutto (pasti fuoricasa -1,1%, vacanze tutto compreso -1,9%).

**Sul versante alimentare circa il 40% delle famiglie italiane dichiara di risparmiare sui prodotti alimentari di prima necessità (pane e pasta, carne, frutta e verdura) e si stima una riduzione dei consumi delle famiglie pari al -1,9% in quantità.**

## Valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio

Periodo	VARIAZIONI TENDENZIALI		
	Alimentari	Non alimentari	Totale
<b>2009</b>			
Gennaio	-0,6	0,8	0,4
Febbraio	-3,3	-5,4	-4,7
Marzo	-5,3	-4,1	-4,5
Aprile	2,7	-1,6	-0,2
Maggio	-2,6	-2,4	-2,5
Giugno	-0,4	-0,9	-0,8
Luglio	-2,1	-2,8	-2,6
Genn-lug	-2,7	-2,3	-2,1
<b>Vendite Alimentari</b>	<b>Genn-giu 09</b>		
Grande distribuzione	-0,4		
Imprese su piccole superfici	-3,7		

Fonte: Istat

## Inflazione

Sul versante dell'inflazione dei prodotti alimentari la situazione sta gradualmente tornando alla normalità, dopo le impennate dei prezzi al consumo di alcuni prodotti, a loro volta legate alla rapida crescita dei prezzi sui mercati internazionali.

In particolare, nei primi 8 mesi di quest'anno la dinamica tendenziale dei prezzi alimentari è scesa dal 3,8% che ancora si registrava a gennaio, all'1,1% di agosto. Maggiori tensioni si sono registrate nel comparto dei lavorati. Nel complesso l'inflazione alimentare è leggermente superiore a quella media.

### Inflazione dei prodotti alimentari. Var. % **tendenziali**. 2009

	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago
Alimentari, di cui :	3,8	3,5	3,0	2,8	2,4	1,9	1,5	1,1
Alimentari lavorati	4,8	4,2	3,5	3,0	2,5	2,0	1,6	1,2
Alimentari non lavorati	2,3	2,4	2,3	2,4	2,4	1,8	1,4	1,0
<b>Indice generale</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>0,9</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>

Anche per quanto riguarda quei prodotti (pane, pasta) su cui si sta concentrando di più l'attenzione dell'opinione pubblica, si sta delineando un graduale rientro a valori precedenti l'aumento dei prezzi internazionali. Questa dinamica è più facilmente leggibile con i dati congiunturali, che nel valore cumulato da gennaio ad agosto manifestano tendenze alla stasi o alla diminuzione (-3% pasta, -0,3% frutta fresca).

### Variazioni tendenziali dei prezzi per voci di prodotto alimentare

	2008/ 2007	2009							
		Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago
<b>Pane e cereali</b>	10,0	7,0	5,6	4,4	3,5	2,9	2,2	1,5	1,0
Pane	10,3	2,7	2,2	1,6	1,4	1,1	1,0	0,8	0,6
Pasta	20,6	19,4	13,4	9,3	6,9	4,6	2,6	0,5	-0,7
<b>Frutta</b>	6,4	5,7	5,7	5,4	5,3	4,4	2,6	1,2	-0,1
Frutta fresca	6,7	5,9	5,9	5,7	5,5	4,5	2,4	1,0	-0,4
<b>Ortaggi</b>	2,8	0,1	0,7	1,6	2,3	3,1	3,2	2,5	2,4
Ortaggi e legumi freschi	3,3	-0,4	0,0	1,1	2,2	3,2	3,2	3,0	2,4
Patate	-1,5	-5,6	-2,9	-2,2	-1,2	-0,1	0,3	-2,4	-1,5
<b>Indice generale</b>	<b>3,3</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>0,9</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>

### Variazioni congiunturali dei prezzi per voci di prodotto alimentare

2009	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Gen-ago
<b>Pane e cereali</b>	0,0	-0,07	-0,07	-0,07	0,07	-0,07	0,00	0,07	<b>-0,1</b>
Pane	-0,1	0,13	0,06	0,00	0,13	0,06	-0,06	0,06	<b>0,3</b>
Pasta	0,0	-1,00	-0,87	-0,36	-0,36	-0,29	0,00	-0,15	<b>-3,0</b>
<b>Frutta</b>	0,0	0,43	0,64	0,99	0,63	-0,07	-1,32	-1,34	<b>0,0</b>
Frutta fresca	-0,1	0,50	0,71	1,05	0,70	-0,14	-1,45	-1,61	<b>-0,3</b>
<b>Ortaggi</b>	0,3	0,71	1,41	1,46	1,37	-0,41	-1,49	-1,31	<b>2,0</b>
Ortaggi e legumi freschi	0,4	0,57	1,48	1,53	1,37	-0,74	-0,68	-1,37	<b>2,5</b>
Patate	-0,2	1,79	2,05	2,80	3,00	0,41	-6,88	-2,90	<b>0,0</b>

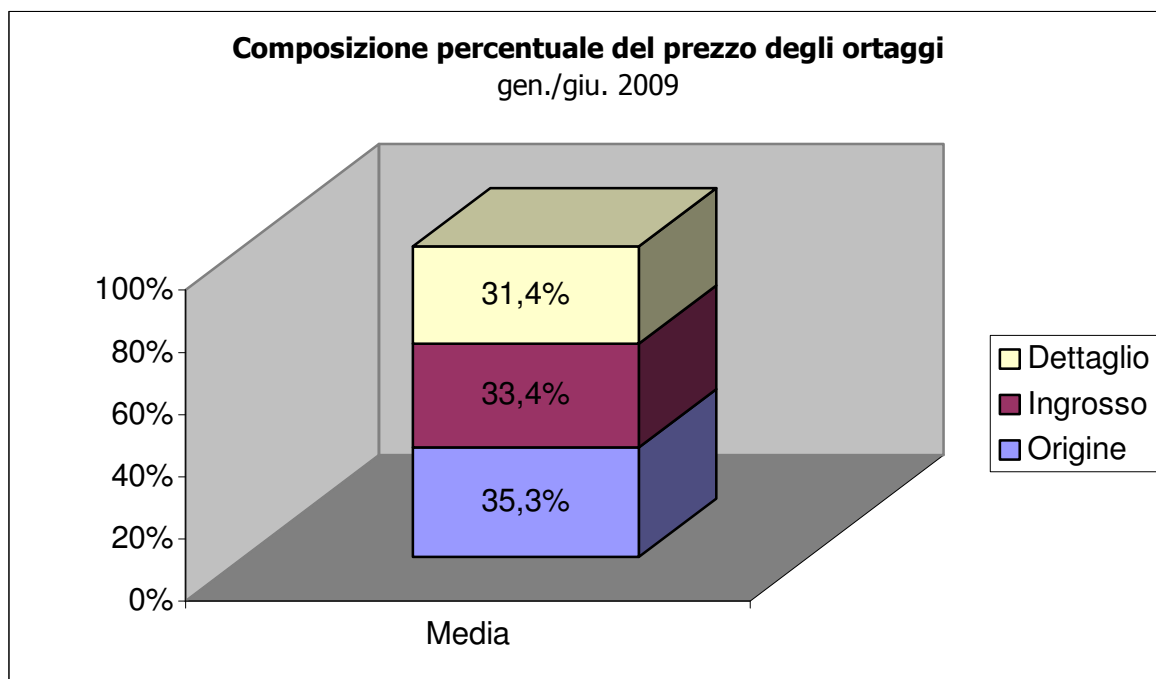
Infine, di recente si sono svolte due iniziative di Coldiretti e di alcune Associazioni dei consumatori (la seconda martedì 22 settembre scorso) aventi come obiettivo, tra l'altro, la denuncia dei forti incrementi di prezzo al consumo di alcuni prodotti ortofrutticoli nonostante la decisa flessione che questi avrebbero subito all'origine (prezzo praticato dai produttori).

A questo proposito, ancora una volta, abbiamo elaborato dei dati dell'Ismea sui prezzi applicati lungo la filiera (origine, ingrosso e dettaglio) per un campione di ortaggi e di frutta fresca. Ancora una volta si può notare come, fatto pari a 100 il prezzo finale di vendita, la quota percentuale attribuibile al dettaglio **non è superiore** a quella delle altre due fasi della filiera.

### Prezzo medio ortaggi

	Origine	Ingrosso	Dettaglio
Prezzo medio gen./giu. 2009	€ 0,61	€ 1,18	€ 1,72

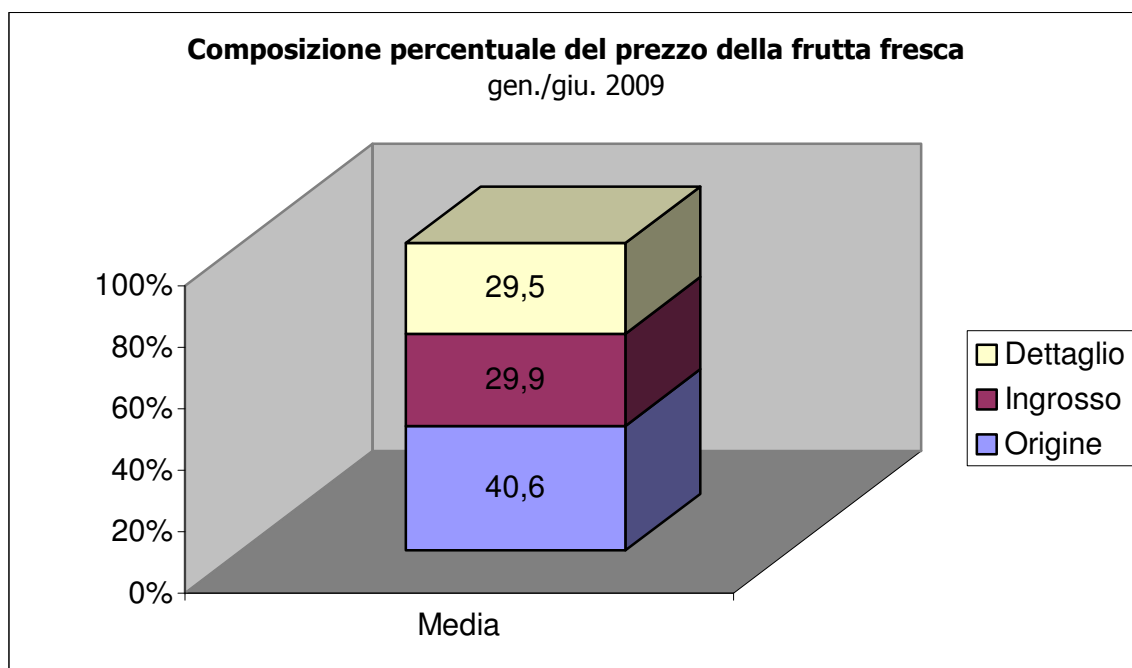
I valori percentuali sono ottenuti dai prezzi medi mensili di alcuni prodotti: carote, cipolle, finocchi, radicchio, lattuga, melanzane, patate, pomodori, spinaci, zucchine.



## Prezzo medio frutta

	Origine	Ingrosso	Dettaglio
Prezzo medio gen./giu. 2009	€ 0,63	€ 1,15	€ 1,56

I valori percentuali sono ottenuti dai prezzi medi mensili di alcuni prodotti: limoni, mandarini, Kiwi, mele, pere ed altro



Nota a cura dell'Ufficio economico – Confesercenti Nazionale