



MonitorFase3

**I consumi degli italiani: prime valutazioni
dell'impatto del COVID-19**

Numero 1 - giugno 2020

Presentazione

Dall'inizio dell'emergenza Covid, al principio di marzo, l'**AreaStudi Legacoop** ha avviato una serie di iniziative finalizzate a monitorare il rapido evolvere della situazione per fornire alle imprese e alle diverse componenti territoriali e settoriali dell'Organizzazione punti di riferimento, in termini di informazione e analisi, per contribuire ad affrontare e interpretare i gravi fenomeni in atto.

Innanzitutto, in un contesto segnato da assoluta incertezza e imprevedibilità degli eventi, si è proceduto alla definizione dei **perimetri di impatto** sulla cooperazione degli eventi in corso e dei provvedimenti di legge, e si è impostato un processo di sistematica rilevazione di **percezioni e opinioni** sia del sistema di imprese aderente a Legacoop sia dell'opinione pubblica italiana.

Il **MonitorFase3** è stato ideato e realizzato in accordo con il partner di ricerca **Prometeia** per osservare, nel passaggio dalla emergenza alla crisi, l'evolvere di alcuni fenomeni economici di interesse per la cooperazione.

Nei prossimi mesi il lavoro proseguirà su due direttrici, ossia: a) sul **monitoraggio** di alcune dimensioni economiche di particolare interesse per imprese, settori e territori in relazione agli avvenimenti ora in corso; e: b) la predisposizione di analisi necessarie a comprendere la trasformazione dei mercati di riferimento della cooperazione italiana, e a sostenere in termini conoscitivi il **riposizionamento** cooperativo e la nuova elaborazione **strategica** associativa.

Augurandoci che le analisi trasmesse siano utili alle cooperatrici e ai operatori per affrontare questa inedita fase, l'AreaStudi è a disposizione per eventuali momenti di approfondimento e dibattito, e i materiali prodotti saranno come sempre disponibili all'indirizzo areastudi.legacoop.coop/

I temi

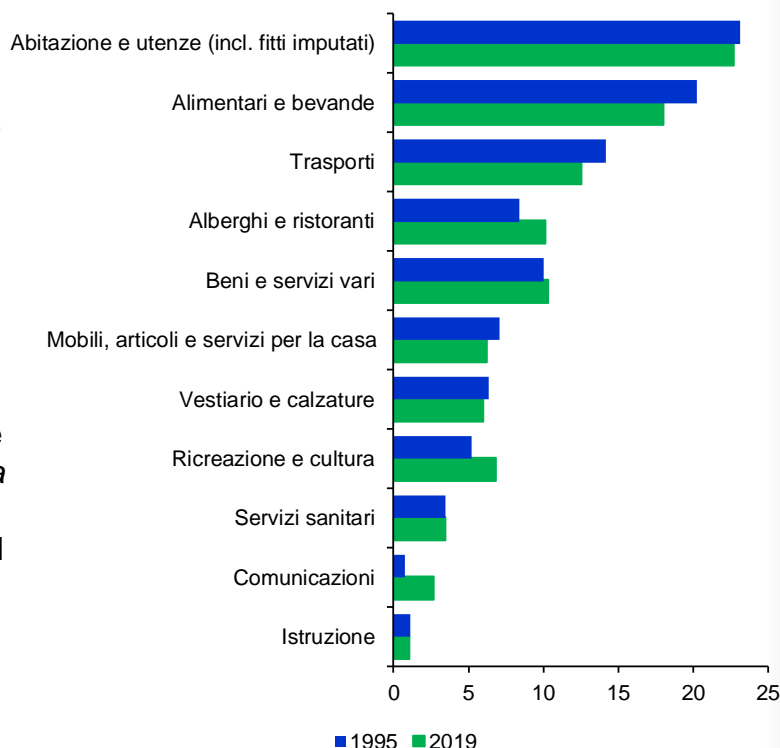
- 1. Con questa prima uscita si vuole offrire una prima valutazione dell'impatto della recente crisi sanitaria sulle abitudini di consumo delle famiglie italiane**
- 2. Si fornisce evidenza sul cambiamento delle scelte di consumo degli italiani in una prospettiva storica**
- 3. Si passa poi a considerare come l'emergenza sanitaria possa rappresentare un punto di rottura delle tendenze che si stavano delineando**

La ricomposizione del carrello della spesa

Tendenze di lungo periodo

- Tra il 1995 e il 2019 si evidenzia una **ricomposizione del carrello della spesa** delle famiglie italiane
- Il **comparto della casa rimane il capitolo che pesa di più**, anche se la corrispondente quota è in lieve flessione: dal 23.1% nel 1995 al 22.7% nel 2019. Circa il 60% di questa spesa è rappresentato dai fitti imputati.
- Scende** la quota di consumo in *Alimentari e Bevande, Trasporto e Mobili, articoli e servizi per la casa*
- Aumenta** la quota di consumo nel comparto delle *Comunicazioni, Ricreazione spettacoli e cultura e Servizi ricettivi e di ristorazione*

Quote di consumo per capitolo di spesa, 1995 vs 2019 *valori percentuali*



Fonte: elaborazioni Prometeia su dati Istat

Comparti con quote di consumo in **diminuzione** *valori percentuali*

Capitolo di spesa	1995	2007	2018
Alimentari e bevande	20.3	19.7	18.0
Trasporti	14.2	14.6	12.6
Mobili, articoli e servizi per la casa	7.1	6.8	6.2

Comparti con quote di consumo in **aumento** *valori percentuali*

Capitolo di spesa	1995	2007	2018
Comunicazioni	0.8	2.0	2.7
Ricreazione e cultura	5.2	6.4	6.8
Alberghi e ristoranti	8.4	9.2	10.1

all rights reserved

Cambiamenti nei pattern di consumo

A fattori congiunturali si sovrappongono fattori strutturali

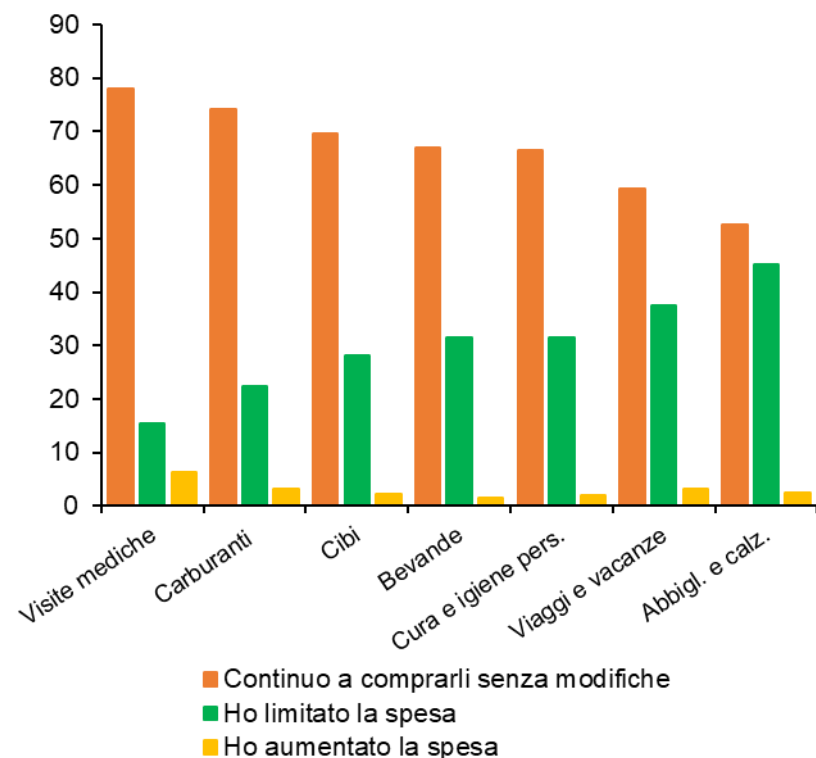
- Da una rivelazione sui mutamenti nelle scelte di consumo delle famiglie italiane emerge che nel 2019 la voce di spesa che le famiglie cercano di **contenere di più** è **Abbigliamento e calzature**, mentre quella che risulta più **incomprimibile** è la spesa per visite mediche

Chiave di lettura

Le scelte di consumo dipendono da una serie di fattori con effetti che si sovrappongono tra di loro:

- Mutamenti sociali e di stili lavorativi** (p.es. aumento tassi di partecipazione femminile): preferenza per il consumo di pasti fuori casa, più viaggi, turismo, spettacoli e cultura
- Progresso tecnologico**: acquisto di smartphone, connessione internet, servizi di home entertainment
- Ageing**: maggiore spesa per il comparto sanitario e per servizi di assistenza agli anziani
- Immigrazione** (famiglie numerose a basso reddito): consumi concentrati su beni e servizi di prima necessità

Comportamento di spesa delle famiglie nel 2019 rispetto a beni e servizi acquistati nel 2018 *valori percentuali*



Fonte: Istat

all rights reserved

L'impatto del COVID-19 sulle abitudini di consumo

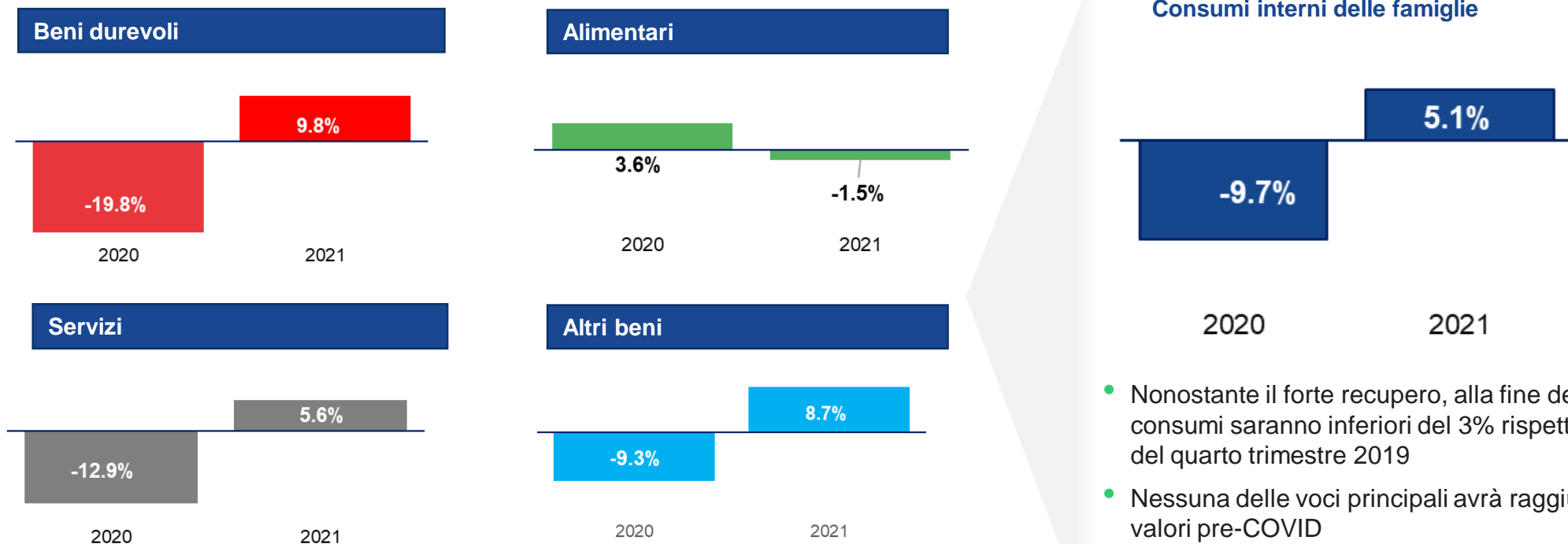
Emergono nuovi bisogni, se ne rafforzano altri



all rights reserved

Torneremo a consumare come prima? (1/2)

Alla fine del 2021 ancora sotto i livelli pre-Covid 19



- Nonostante il forte recupero, alla fine del 2021 i consumi saranno inferiori del 3% rispetto al valore del quarto trimestre 2019
- Nessuna delle voci principali avrà raggiunto i valori pre-COVID

Dati a prezzi correnti. Fonte: Previsioni Prometeia su dati Istat



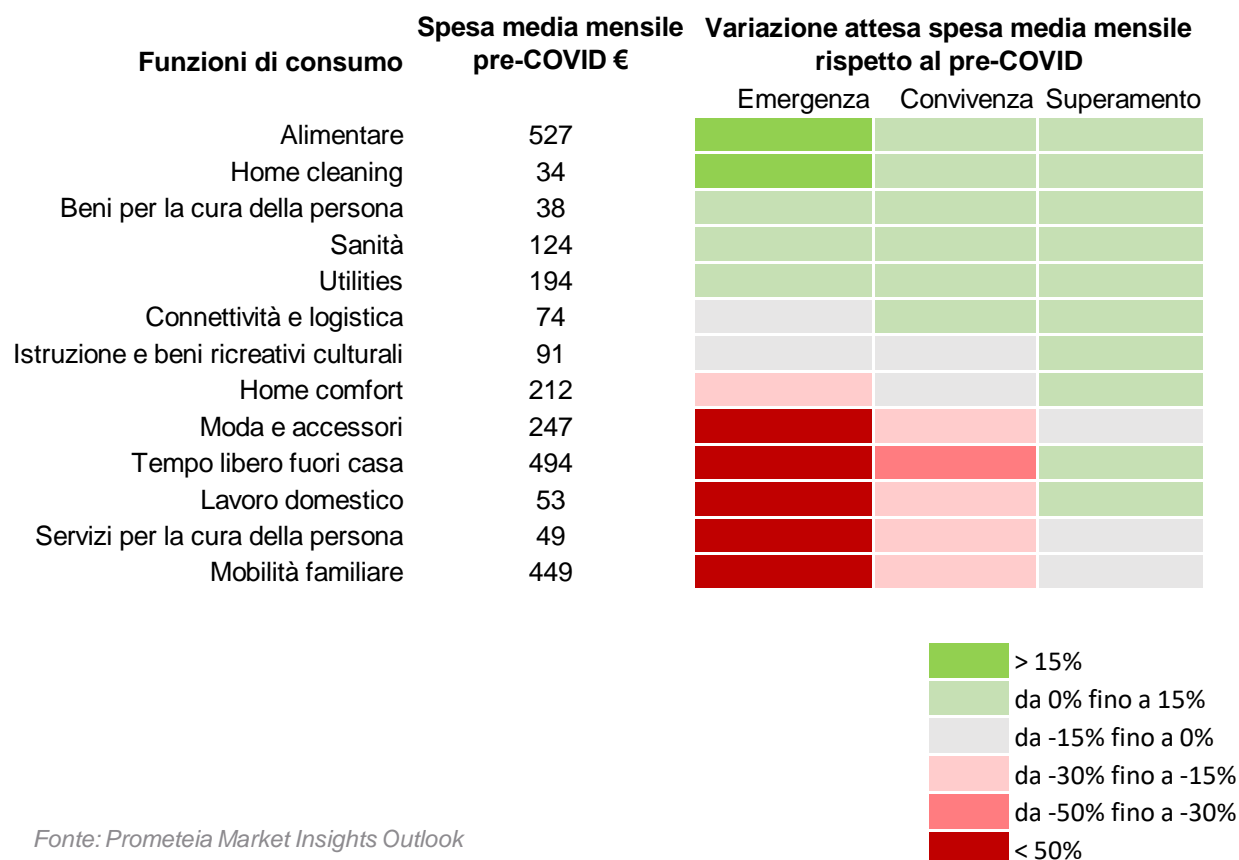
Propensione al risparmio

Impossibilità di consumare durante il lockdown e incertezza sulle prospettive economiche future accresceranno la propensione al risparmio di quasi 6 punti percentuali nel 2020, portandola sul valore più alto degli ultimi venti anni

Torneremo a consumare come prima? (2/2)

Il ritorno alla normalità favorirà alcuni capitoli di spesa, come quelli legati alla digitalizzazione della casa

Variazione attesa spesa media mensile familiare rispetto al pre-COVID: fase di emergenza, convivenza e superamento



Fonte: Prometeia Market Insights Outlook

- Sulla base delle previsioni sul contesto macroeconomico, si identifica la variazione attesa della spesa mensile familiare per varie aree di consumo rispetto al pre-COVID
- L'analisi viene distinta in 3 fasi: (i) **Emergenza**: livelli di contagio elevati e severo distanziamento sociale; (ii) **Convivenza**: livelli di contagio contenuti e scelte di consumo dettate dal Governo e dal buon senso (iii) **Superamento**: ritorno alla «normalità» ma priorità di consumo influenzate dall'esperienza COVID-19
- Nella fase di emergenza aumenta la spesa per beni alimentari, cura della casa e della persona, ma si riducono le spese legate al tempo libero e alla mobilità. Simili pattern di consumo si osservano nella fase di convivenza.
- Nella fase di superamento cresce il bisogno di condividere spazi comuni anche se non si ritornerà come prima. Con il consolidamento dello *smartworking*, crescerà il bisogno di rendere la casa più confortevole e «tecnologica»

In sintesi

- ✓ Tra il 1995 e il 2019 si è verificata una ricomposizione del carrello della spesa delle famiglie italiane
- ✓ L'**incidenza sulla spesa totale** del comparto degli *Alimentari e bevande*, dei *Trasporti* e dei *Mobili, articoli e servizi per la casa* è **diminuita**. E' **umentata** invece quella relativa alle *Comunicazioni*, alla *Ricreazione, spettacoli e cultura* e ai *Servizi ricettivi e di ristorazione*
- ✓ L'**emergenza sanitaria** degli ultimi mesi rappresenta un punto di rottura delle tendenze di lungo presentate
 - Per effetto del lockdown il comparto del tempo libero (in particolare, *Ricreazione spettacoli e cultura* e *Servizi ricettivi e di ristorazione*), e del *commercio al dettaglio* (tra cui il settore dell'abbigliamento e delle calzature), hanno subito una battuta di arresto
 - Altri settori invece sono in **espansione**, come quello degli **alimentari** e della **salute**
- ✓ La crisi sanitaria comporterà dei **cambiamenti nelle preferenze** di spesa delle famiglie italiane dovuti all'**emergere di nuovi bisogno** e al **rafforzamento di altri**
- ✓ Emerge la necessità di **sentirsi protetti** e di **passare più tempo a casa**, non solo per svolgere attività lavorative e/o di studio ma anche di intrattenimento
- ✓ E' aumentata la sensibilità verso il **consumo responsabile e sostenibile** che si innesta in un quadro più generale di transizione verso la **green economy**
- ✓ Si è consolidato lo *smart working* e accelerato il passo verso la trasformazione digitale dell'economia (*digital economy*)

Appendice

all rights reserved

Il carrello della spesa degli italiani

I dati

- Per determinare come è cambiato il carrello della spesa degli italiani in una prospettiva storica si utilizzano le informazioni sui consumi per tipologia di spesa raccolte dall'Istat per il periodo tra il 1995 e il 2019
- I consumi sono espressi in valori concatenati con anno di riferimento 2015
- Per facilitare la rappresentazione grafica, si considerano i seguenti aggregati di spesa (classificazione COICOP):

Capitoli di spesa COICOP

COICOP	Capitoli di spesa
01 e 02	Alimentari e bevande
03	Vestiario e calzature
04	Abitazione e utenze (incl. fitti imputati)
05	Mobili, articoli e servizi per la casa
06	Servizi sanitari
07	Trasporti
08	Comunicazioni
09	Ricreazione e cultura
10	Istruzione
11	Alberghi e ristoranti
12	Beni e servizi vari

- Per ogni capitolo si calcola l'incidenza sulla spesa totale

Confidentiality

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 e LegaCoop.

Contatti:



Bologna – sede centrale
Piazza Trento e Trieste, 3
+39 051 6480911
italy@prometeia.com

www.prometeia.it

 Prometeia

 @PrometeiaGroup

 Prometeiagroup

 Prometeia



Roma – sede centrale
Via G.A. Guattani. 9
+39 06 884391

www.areastudi.legacoop.coop

