



**2011 > 2020**  
**L'ITALIA**  
**CHE NON**  
**CRESCERE**

**COMMERCIO**  
**E CONSUMI.**  
**UN PAESE**  
**PIÙ POVERO.**

**LALENTE SUL 2020**





**2011 > 2020**  
**L'ITALIA CHE**  
**NON CRESCE**

**COMMERCIO E CONSUMI.**  
**UN PAESE PIÙ POVERO.**

**LALENTE SUL 2020**

Roma, 23 maggio 2019

**S**e il Paese non cresce, ci sono molte ragioni. E ce ne è una in particolare, grande come una casa. In tanti fanno finta di non vederla: la frenata della spesa delle famiglie italiane.

La debole ripresa dei consumi iniziata nel 2014 si è già esaurita, senza recuperare quanto perso durante la crisi. Ad oggi, la spesa media degli italiani è ancora inferiore di oltre 2.500 euro rispetto al 2011. È come se dal bilancio familiare fosse stato cancellato un intero mese di acquisti. Le famiglie italiane vivono con 11 mensilità.

L'impatto sul commercio è stato molto forte. Tra crisi, boom dell'e-commerce e improvvisa 'deregulation forzata' il commercio italiano negli ultimi 8 anni ha registrato la perdita di più di 32mila negozi in sede fissa.

La moria di negozi e botteghe ha cambiato anche le nostre abitudini di acquisto e la morfologia delle città, sempre più desertificate e spente. Era il nostro slogan storico: "Se vive il commercio, vivono le città". Ma andrebbe aggiornato in "Se vive il commercio, cresce l'Italia", perché un Paese con meno consumi e meno negozi è un Paese più povero.

Il mancato recupero della spesa delle famiglie, infatti, non è un problema solo per i commercianti. Il nostro mercato interno, per dimensioni, è il quarto in Europa ed il sesto al mondo: siamo un grande Paese, anche se a volte ce ne dimentichiamo. I consumi sono responsabili del 60% del valore aggiunto. Se la spesa degli italiani si ferma, si ferma anche il Pil, che nel 2019 sarà a malapena ai livelli del 2011, ma al di sotto del livello pre-crisi per circa 70 miliardi.

Con questo report mettiamo sotto la lente di ingrandimento l'andamento della spesa delle famiglie dal 2011 ad oggi, cercando di capire come e quanto sono cambiati i consumi degli italiani, gettando uno sguardo anche alle insidie del 2020 e alla spada di Damocle degli aumenti IVA. E proponendo soluzioni ed interventi per far ripartire la spesa, e quindi la crescita, dell'Italia.

# **OTTO ANNI CON IL FRENO A MANO TIRATO: quanto è diminuita e com'è cambiata la spesa degli italiani**

I consumatori italiani sono stati costretti a muoversi con il passo del gambero, e oggi consumano meno di otto anni fa. Nel 2018 la spesa media annuale in termini reali – cioè al netto dell'inflazione – delle famiglie italiane è stata di 28.251 euro, inferiore di 2.530 euro ai livelli del 2011 (-8,2%). Una cifra superiore ad un mese intero di acquisti da parte di una famiglia media e anche alla perdita effettiva di reddito (-1990 euro) registrata nello stesso periodo.

Complessivamente, il mercato interno italiano ha perso circa 60 miliardi di euro di spesa negli ultimi otto anni, ed il bilancio probabilmente continuerà a peggiorare.

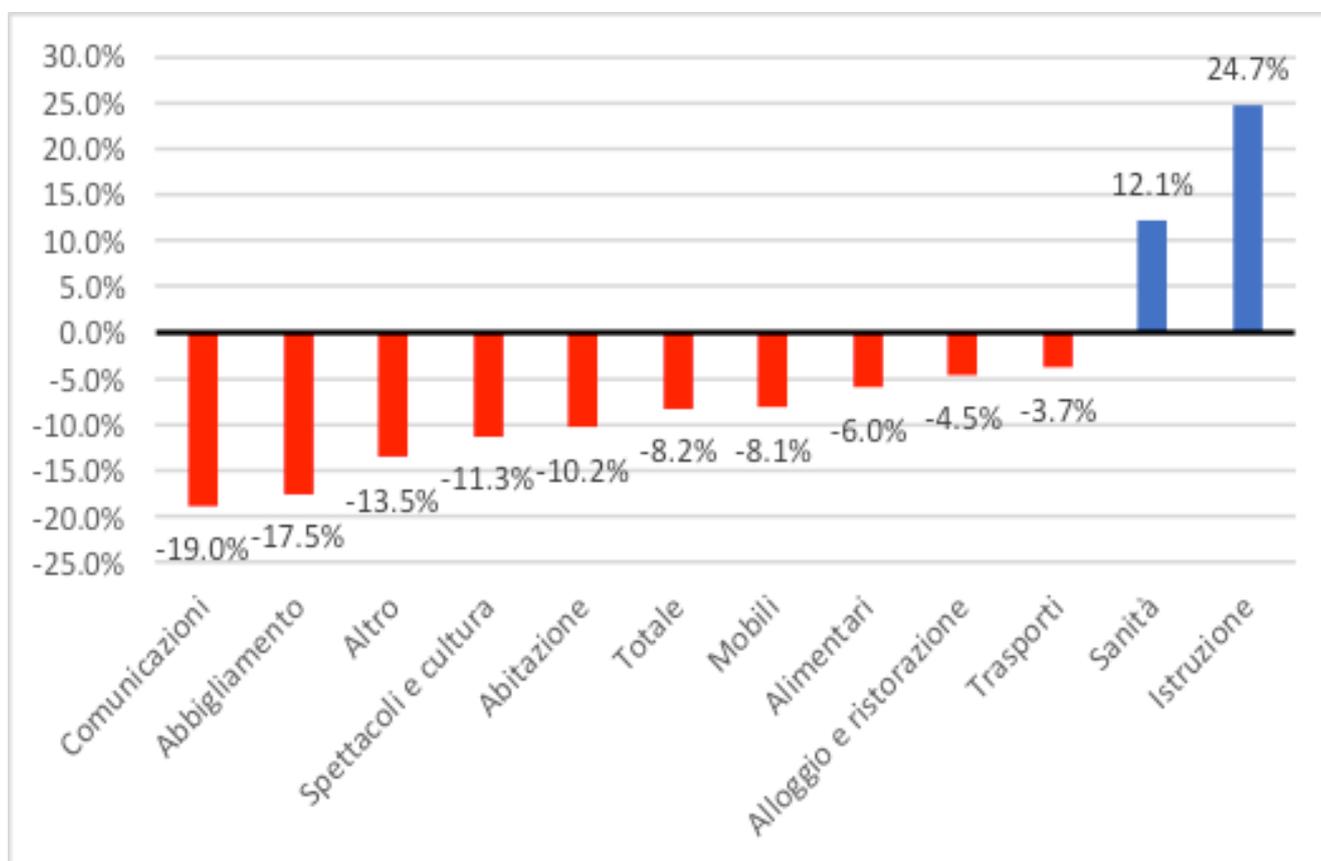
Si spende di meno praticamente su tutto – ad eccezione di Istruzione e Sanità – ma la spending review delle famiglie non ha colpito con la stessa forza tutte le voci.

Tra le spese più rappresentative nei bilanci domestici, sono state tagliate soprattutto le spese per l'abitazione, -1.100 euro circa all'anno per famiglia rispetto al 2011. Tagli importanti anche su abbigliamento (-280 euro), ricreazione e spettacoli (-182 euro), comunicazioni (-164 euro), alimentari (-322 euro).

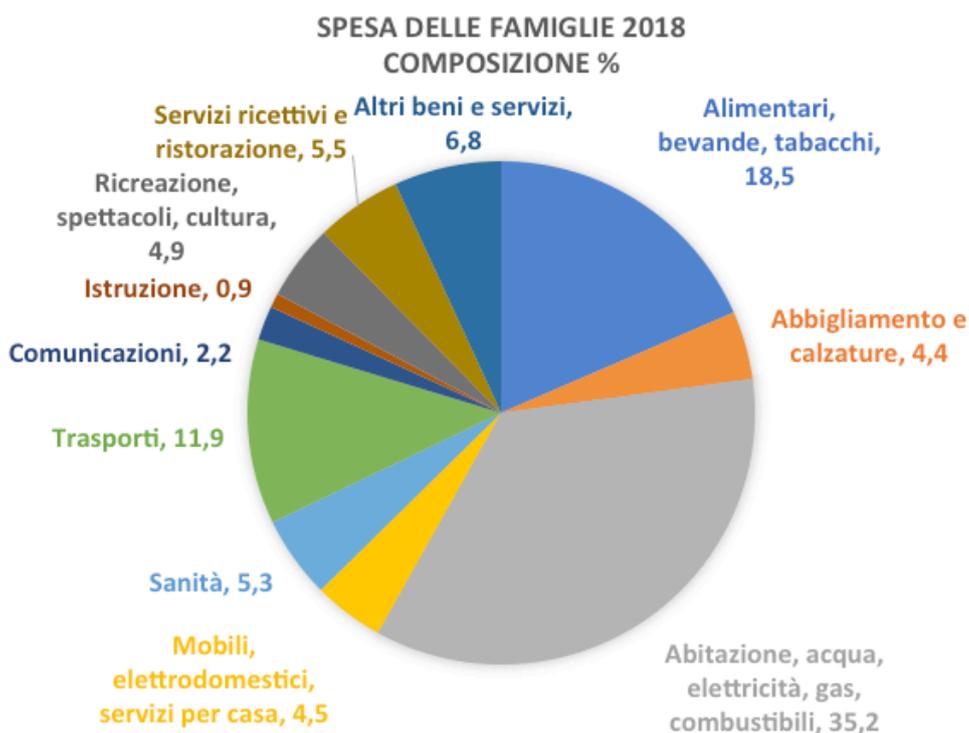
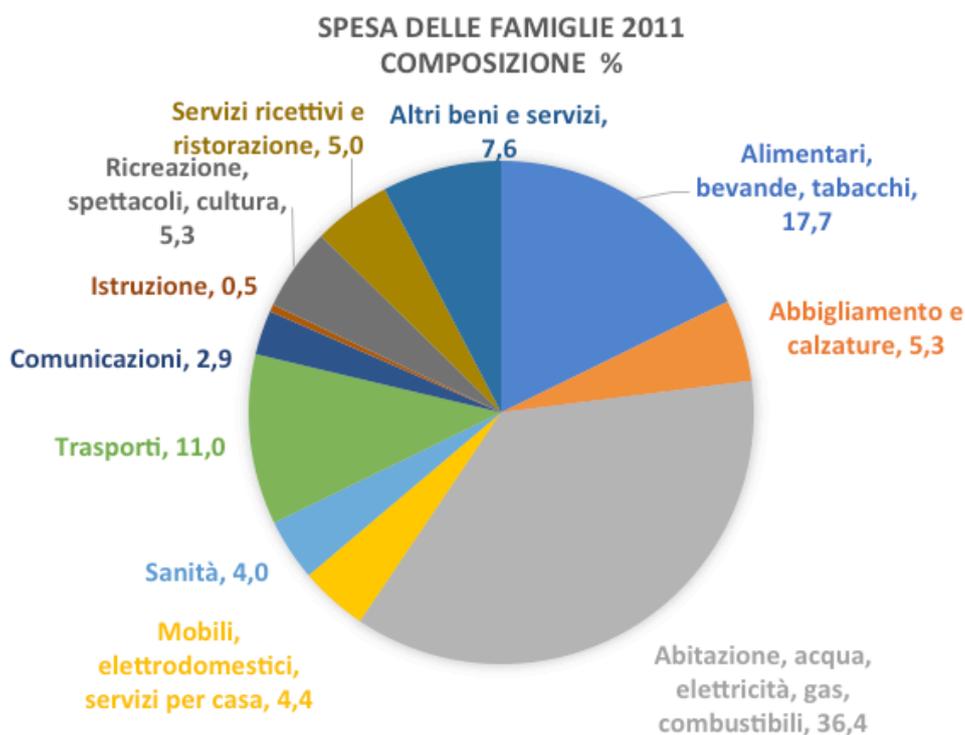
In proporzione, però, è la voce comunicazioni ad aver perso di più: la flessione della spesa è del 19%. Gli italiani spendono di meno anche per gli smartphone, un tempo passione nazionale. Impressionante anche la riduzione del budget impegnato sugli alimentari: una voce di consumo che un tempo si riteneva una 'spesa incompressibile', e che invece ha perso il 6%. Crescono invece le spese per la sanità (+12,1%) e l'istruzione (+24,7%).

**Spesa media annuale familiare, var. assolute 2011/2018**  
**Le voci che diminuiscono**

Spesa media annuale familiare	<b>-2.530</b> euro
Spesa media annuale per l'abitazione	<b>-1.100</b> euro
Spesa media annuale per l'abbigliamento	<b>-280</b> euro
Spesa media annuale per gli alimentari	<b>-322</b> euro
Spesa media annuale per alloggio e ristorazione	<b>-68</b> euro
Spesa media annuale per arredamento	<b>-107</b> euro
Spesa media annuale per comunicazioni	<b>-164</b> euro
Spesa media annuale per ricreazioni, spettacoli	<b>-182</b> euro
Altri beni e servizi	<b>-312</b> euro



## Spesa media annuale familiare, variazioni incidenza delle voci di spesa 2011/2018



## LA SPESA NELLE REGIONI

La crisi dei consumi ha colpito tutta l'Italia, anche se con differenze profonde a seconda dei territori. Quel che è certo, è che il segno meno è la costante: anche le famiglie delle regioni tradizionalmente più ricche hanno stretto la cinghia.

Nell'intero panorama nazionale solo le famiglie della Basilicata, infatti, hanno visto un piccolo progresso - circa 500 euro di spesa media annuale in più - rispetto al 2011. Le restanti 19 regioni hanno registrato cali, in 10 casi superiori ai 3.000 euro a famiglia, in termini reali.



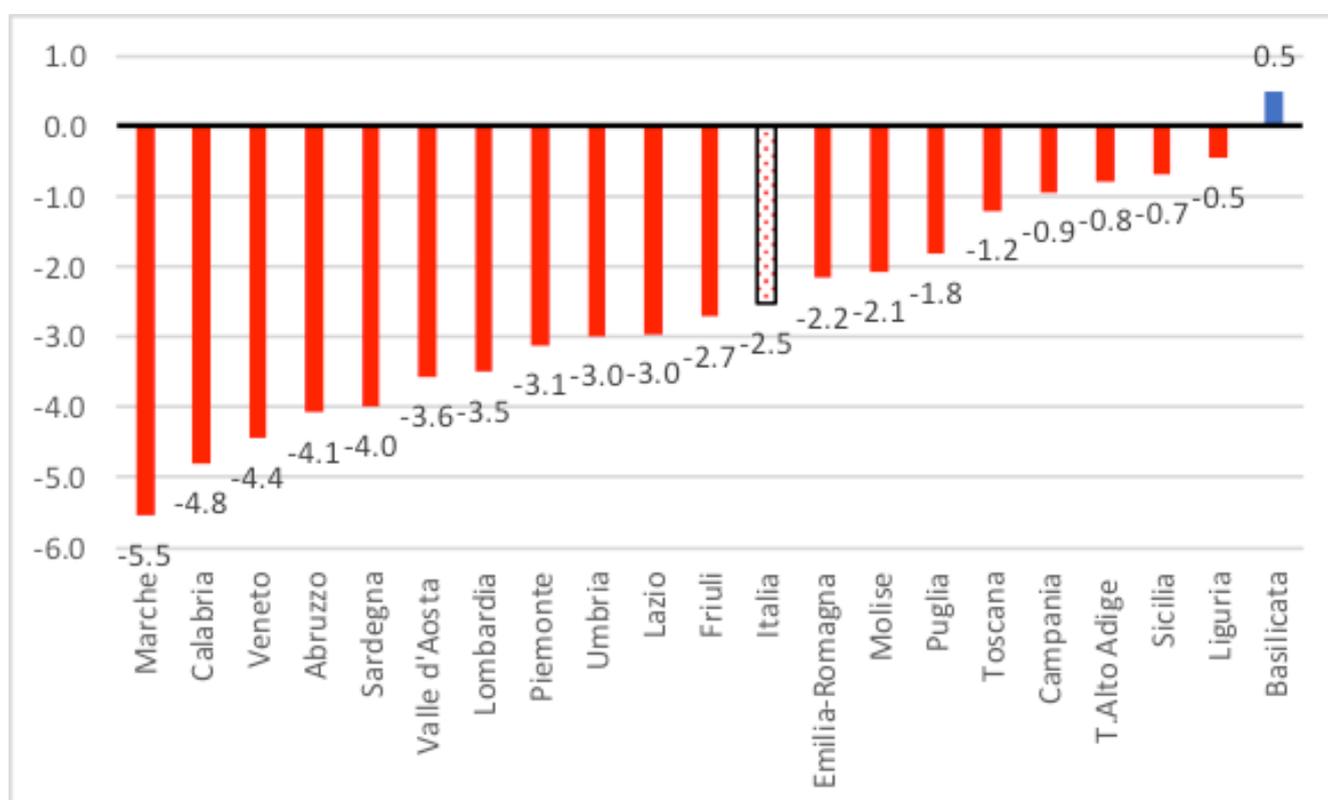
Variazione della spesa annua delle famiglie tra 2011 e 2018 - dati in migliaia di euro



## 2011>2020 L'ITALIA CHE NON CRESCE

A perdere di più sono stati i nuclei familiari delle Marche, dove il budget familiare si è ristretto (anche a causa degli effetti del terremoto) addirittura di 5.500 euro l'anno. Segue la Calabria - 4.800 euro in meno a famiglia - poi il Veneto, dove la spesa è di 4.400 euro inferiore ai livelli del 2011. Tra le performance meno negative, ad esclusione della già citata Basilicata, c'è la Liguria: nella regione si registra un arretramento 'contenuto' di 500 euro. In terza posizione la Sicilia (-700 euro).

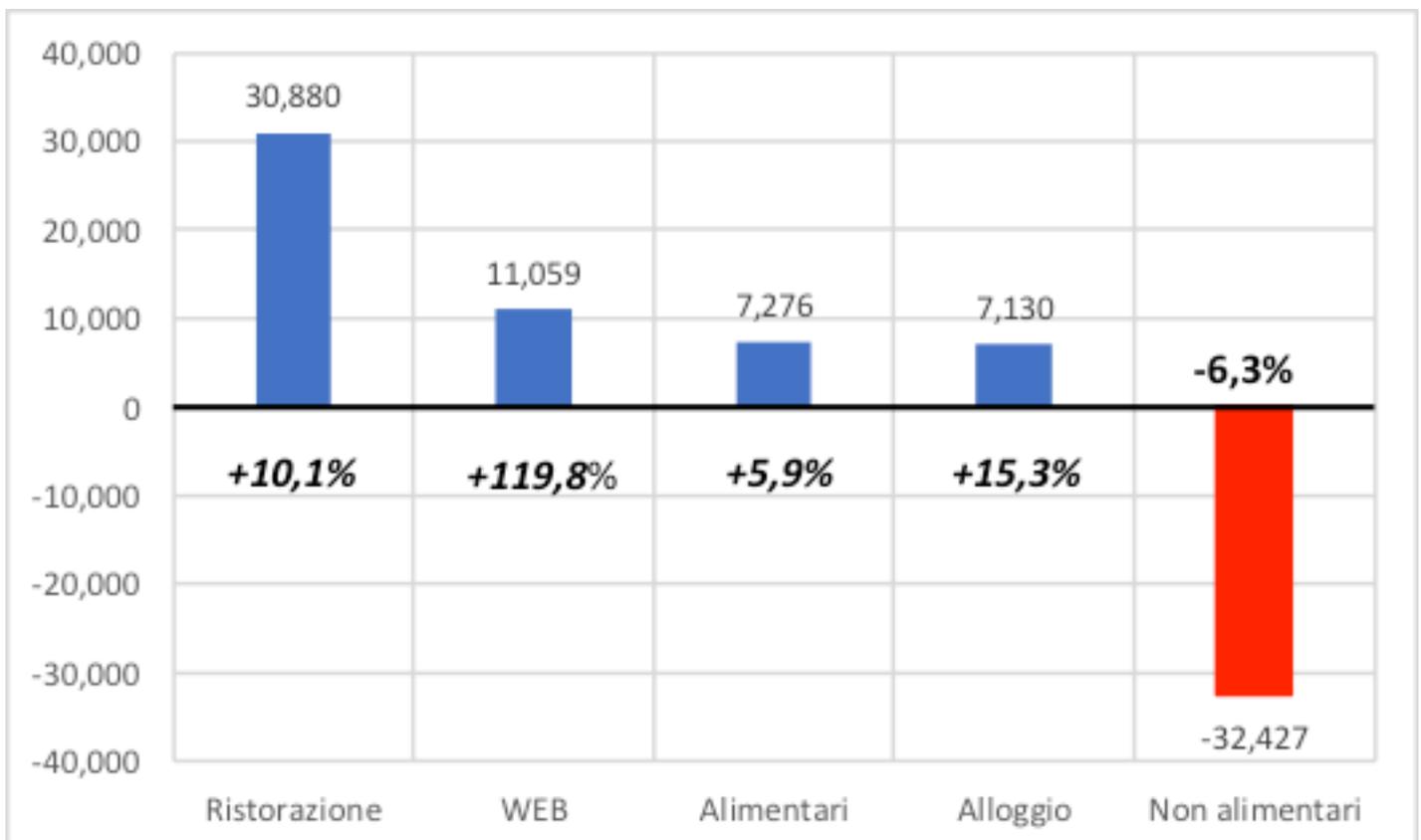
**Variazione della spesa annua delle famiglie tra 2011 e 2018**  
Dati in migliaia di euro (termini reali)



## IL COMMERCIO TRA CRISI E NUOVE ABITUDINI DI SPESA

La riduzione dei consumi da parte delle famiglie ha avuto un impatto molto forte sulle imprese della distribuzione commerciale. Tra il 2011 ed il 2018 sono spariti oltre 32mila negozi in sede fissa specializzati in prodotti non alimentari. È il saldo tra le aperture e le tante, troppe chiusure di imprese che proseguono a ritmi impressionanti: ancora nel 2018 hanno chiuso 153 negozi al giorno.

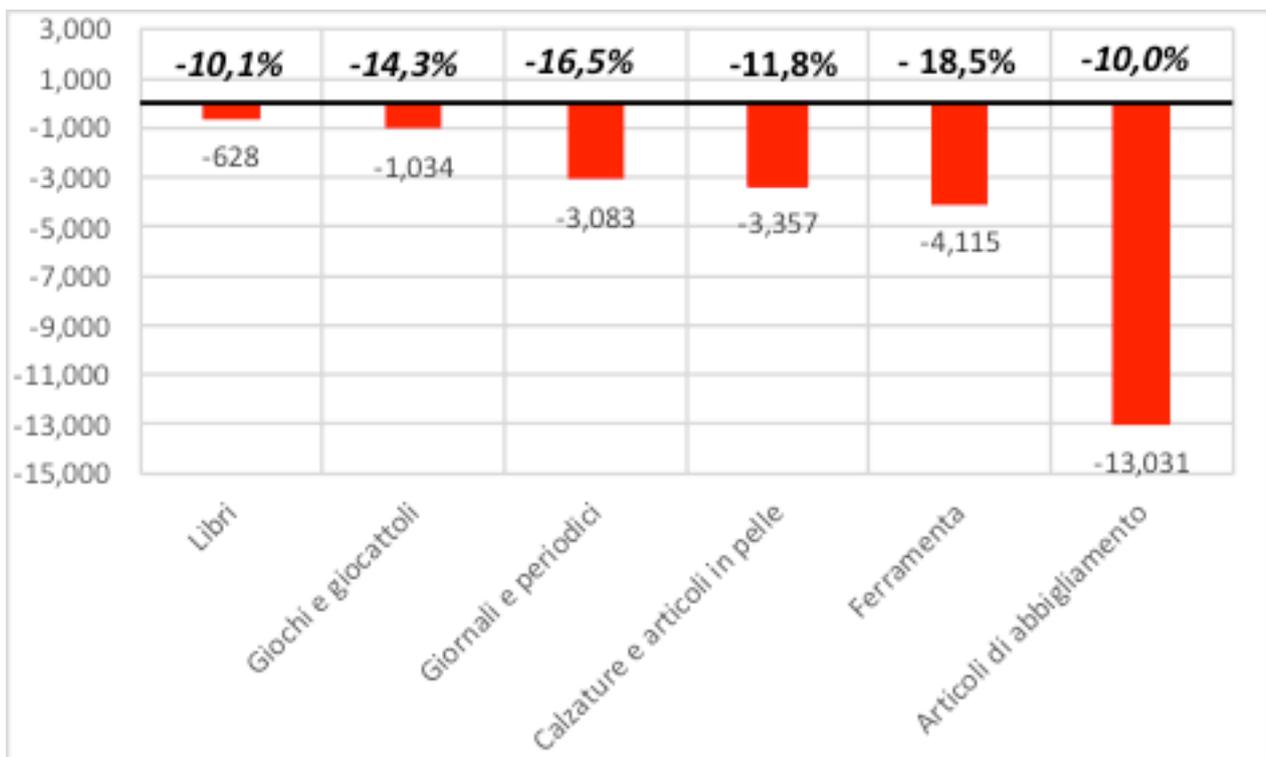
A sostituire le botteghe, sempre di più, ristoranti ed e-commerce. I pubblici esercizi e le altre imprese della ristorazione negli ultimi 8 anni sono aumentati del 10,1%, pari a quasi 31mila attività in più. L'alloggio ha messo invece a segno un aumento del 15,3%. I negozi su internet sono poi letteralmente esplosi: dal 2011 ad oggi ne sono nati altri 11mila, per un incremento a tre cifre del +119,8%.



## SPECIE IN VIA DI ESTINZIONE

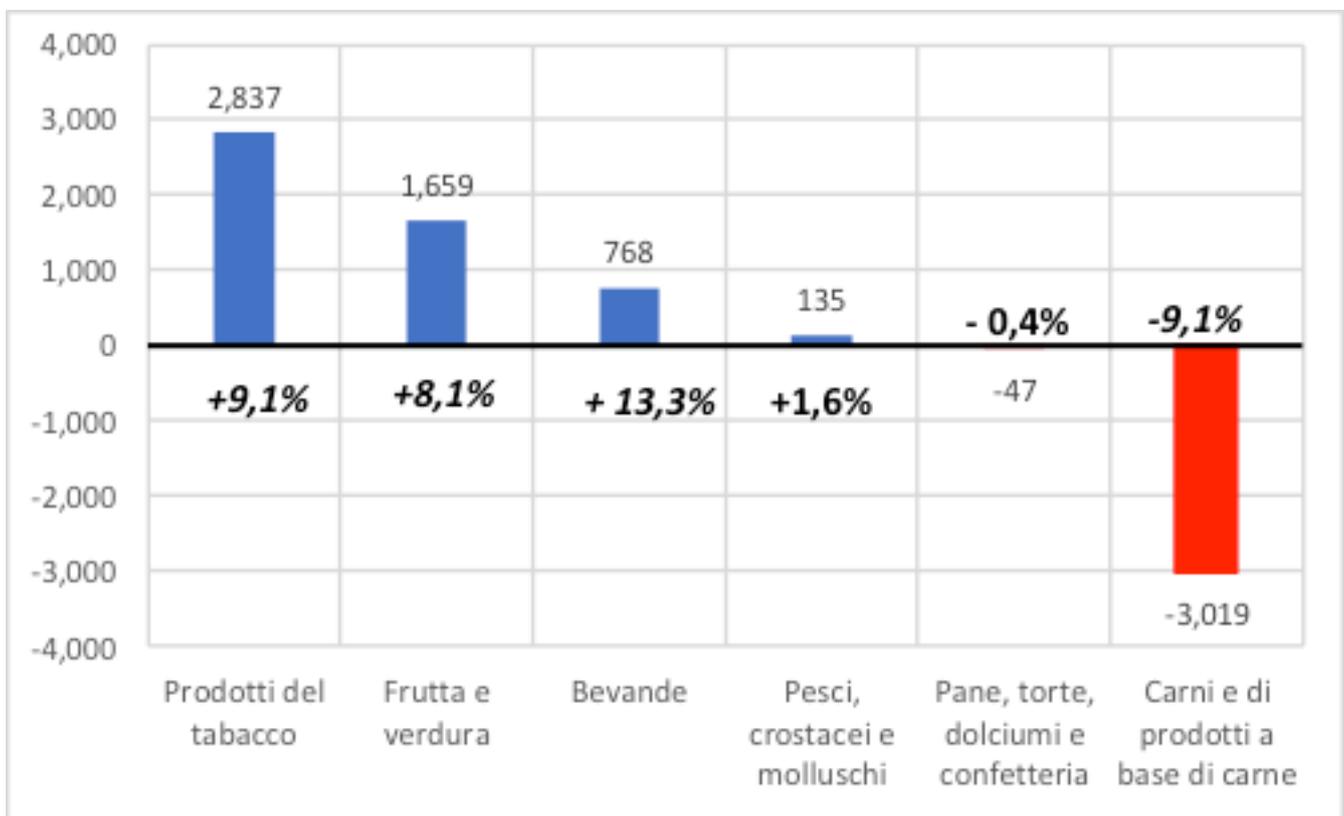
Come le farfalle diurne, fondamentali per l'impollinazione ma a rischio estinzione, molti esercizi specializzati in Italia potrebbero sparire per sempre pur offrendo servizi insostituibili, che 'impollinano' moda, cultura, qualità, originalità e sono utilissimi per la vita delle nostre città.

La crisi dei negozi ha colpito in maniera diversa le differenti tipologie di attività commerciale. A pagare più di tutti è l'abbigliamento, che lascia sul campo oltre 13mila saracinesche abbassate: la moda non pare più essere nel Dna degli italiani. Ma pesanti perdite si registrano anche per le librerie (-628), le edicole (-3.083), i ferramenta (-4.115) e anche per i negozi di giocattoli (-1.034).



## SPECIE IN VIA DI SVILUPPO

Ma c'è anche chi cresce, perché in grado di intercettare i cambiamenti delle abitudini di consumo degli italiani dettati dalla crisi e dalle nuove sensibilità. Un fenomeno evidente tra i negozi alimentari: dal 2011 ad oggi spariscono oltre 3000 macellerie, ed una lieve flessione si registra anche per i prodotti da forno ed i dolci (-47). Crescono, invece, i negozi specializzati in prodotti da pescheria (135 negozi in più, per una crescita del +1,6%), quelli che vendono bevande (+768, il 13,3% in più) e di frutta e verdura (+1.659).



## **UN'ESISTENZA IN VITA SEMPRE PIÙ RIDOTTA**

Anche tra chi resiste, però, non è facile. Il tasso di sopravvivenza delle imprese del commercio, infatti, è via via peggiorato nel tempo. Oggi, delle imprese nate 3 anni fa, ne sopravvive solo il 49%. Una percentuale che si abbassa a quota 45% nell'abbigliamento e del 44% nei pubblici esercizi. Con questo trend, tra le imprese commerciali che hanno avviato la propria attività nel 2018, tra due anni, nel 2020 sarà ancora aperto poco più del 40%. Con la formazione continua, stimiamo che il tempo di vita media delle imprese possa essere addirittura raddoppiato.

### **FOCUS: IL BOOM DELL'ECOMMERCE**

Le imprese attive nel commercio via internet, negli ultimi anni, hanno vissuto un autentico boom. Secondo i dati di Confesercenti, nel 2018 sono 22.287, il 119,8% in più rispetto al 2011. Si diffondono a una velocità 12 volte superiore a quella dei nuovi ristoranti, 8 volte superiore a quella di nuove strutture per l'Alloggio. 20 volte superiore a quella di nuovi negozi alimentari. E ogni 3 negozi specializzati che chiudono, nasce una nuova attività sulla Rete.

Gli imprenditori che si dedicano alla vendita via web sono anche più giovani della media. La caratteristica più rilevante del commercio via internet è infatti proprio l'età degli imprenditori, di quasi 10 anni inferiore alla media del commercio al dettaglio (39,7 anni contro 48,2), tanto che la quota di imprenditori con meno di 35 anni è il 28,4% (nel commercio al dettaglio è 14,9%), così come più alta è la quota per gli under 50. Rispetto al complesso del commercio al dettaglio, i mercanti digitali sono anche più spesso italiani (91,6% contro l'83,6% medio del settore) e uomini (69,6% contro 60,7%).

## **FOCUS: LA CRISI DELL'ABBIGLIAMENTO**

Crisi e austerità sembrano aver cancellato il gene della moda dal DNA degli italiani. E anche le botteghe e i negozi di abbigliamento del nostro Paese, un tempo trampolino di lancio delle nuove tendenze mondiali, stanno via via scomparendo.

Quella dell'abbigliamento è una crisi nella crisi. La spesa delle famiglie per il vestiario è scesa del 17,5% in otto anni, per un totale di quasi 8 miliardi di euro di spesa in meno.

La quota di spesa dedicata al vestiario e alle calzature si attesta oggi al 4,4%: meno di un terzo del 13,6% registrato nel 1992, e che ci poneva - assieme al Giappone - al vertice della classifica mondiale. In parte il processo è dovuto senz'altro a motivi culturali: il concetto stesso di status symbol, che una volta includeva spesso e volentieri particolari capi di vestiario, anche importanti, sembra ormai essersi spostato su altri prodotti.

Ma il calo di spesa, consistente e prolungato, mette a rischio la storica rete italiana di negozi di abbigliamento tradizionali. Che, tra le imprese travolte dalla crisi del mercato interno, sono i più colpiti: dal 2011 ad oggi sono spariti oltre 13mila negozi di abbigliamento e 3.300 di calzature. È giunto il momento di creare specifiche misure di sostegno per il settore.

## SPESA 2020: IVA O NON IVA

Tra questo ed il prossimo anno, la spesa delle famiglie dovrebbe registrare un lieve recupero, anche grazie alle misure espansive adottate nell'ultima legge di Bilancio (vedi Focus): al 2020 si stima una spesa media annuale in termini reali di 28.533 euro, con un incremento annuo di poco più di 140 euro.

La previsione, però, non incorpora il possibile aumento delle aliquote Iva previsto dalle clausole di salvaguardia per il 2020, e non ancora scongiurato ufficialmente.

L'aumento dell'Iva annullerebbe tutti i progressi, portando ad una riduzione di 8,1 miliardi di euro della spesa delle famiglie, pari a 311 euro di minori consumi a testa.

L'impatto dell'IVA avrebbe un effetto devastante anche sul tessuto delle imprese del commercio, già in sofferenza. La frenata dei consumi che seguirebbe l'incremento delle aliquote IVA porterebbe, secondo le nostre stime, alla scomparsa di altri 9mila negozi circa da qui al 2020.

### Spesa media annuale delle famiglie (euro, termini reali) e numerosità esercizi commerciali 2011/2018/2020 con aumento Iva e senza aumento Iva

	2011	2018	2020 SENZA IVA	2020 CON IVA	Differenza IVA/SENZA IV
Spesa famiglie (euro)	30.781	28.251	28.533	28.223	- 310
Numero negozi	762.917	742.490	733.000	724.010	- 8.990

## FOCUS: REDDITO DI CITTADINANZA

Il reddito di cittadinanza e gli altri interventi espansivi contenuti nella manovra (regime forfettario, etc..) potrebbero portare ad un aumento della spesa delle famiglie di 7 miliardi di euro in tre anni (2019-2021). L'effetto della misura è più contenuto nel 2019, più incisivo nel 2020-2021: al netto dell'inflazione, infatti, la spesa delle famiglie è prevista aumentare di un miliardo nel 2019 e di 6 miliardi nel biennio 2020-21. Si tratta di stime basate sulle previsioni ufficiali della numerosità di beneficiari del provvedimento: nel caso in cui, come sembra dai primi dati, i richiedenti dovessero essere meno del previsto, gli effetti sui consumi sarebbero minori.

## **SI PUÒ E SI DEVE CRESCERE**

La via maestra per rilanciare i consumi delle famiglie è l'occupazione. I temi del lavoro devono essere al centro delle politiche di sviluppo del nostro Paese: abbiamo bisogno di regole chiare e di più coraggio per ridurre il costo del lavoro e far ripartire le retribuzioni.

Abbiamo bisogno di mettere più soldi nelle tasche di chi lavora, in particolare dei salari medi, quelli che hanno più sofferto durante la crisi.

Per questo siamo però convinti che quella del salario minimo sia la strada sbagliata da percorrere. Dobbiamo far ripartire la contrattazione, non cancellarla: diciamo dunque sì, con convinzione, alla proposta di una flat tax sugli aumenti salariali al di sopra dei minimi contrattuali.

Secondo le nostre stime, una detassazione degli incrementi retributivi per tre anni potrebbe lasciare nelle tasche degli italiani 2,1 miliardi all'anno. Risorse che si trasformerebbero in una spinta di 1,7 miliardi di euro ai consumi, di cui 900 milioni accreditabili alla spesa delle famiglie ed il resto ai consumi di imprese e pubblici.

La detassazione degli aumenti, accompagnata al non aumento dell'IVA, ci darebbe nel 2020 circa 9 miliardi di spesa delle famiglie in più, facendo finalmente ripartire il motore dei consumi e quindi la crescita.

