



COMMERCIO E CONSUMI

TRA CRESCITA NOMINALE E DECRESCITA REALE

TRA PIATTAFORME ONLINE E NEGOZI DI VICINATO

TRA DEREGULATION E NORME DA RISCRIVERE

TRA POLARIZZAZIONE E PLURALITÀ DI OFFERTA



L'Italia nel vortice dell'incertezza globale

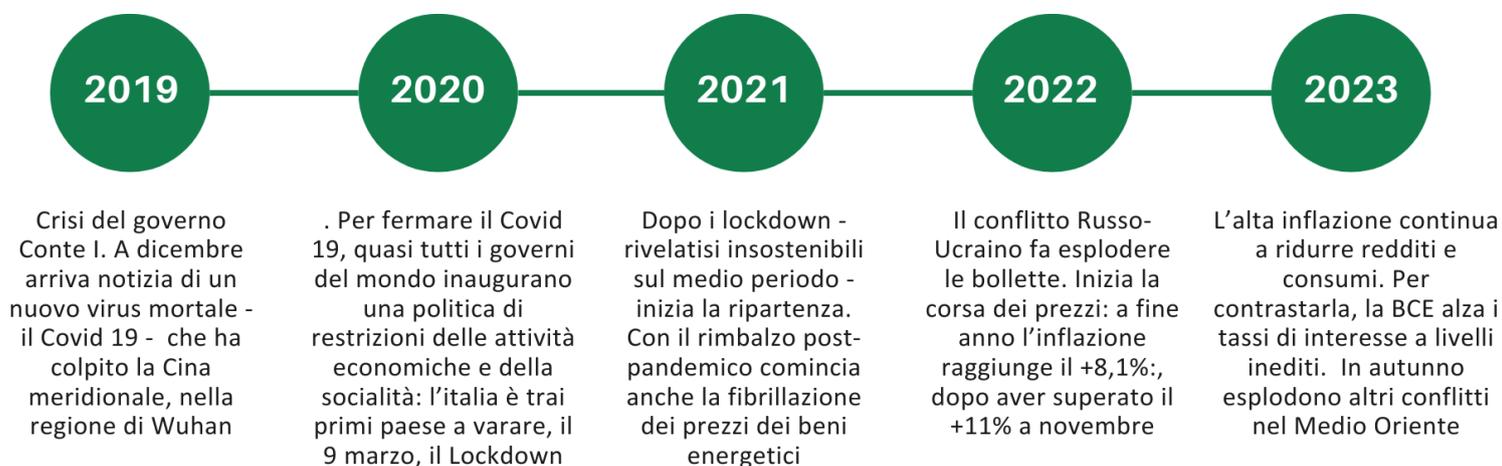
Negli ultimi cinque anni, l'economia italiana è entrata in un vortice di incertezza.

Ogni anno, tra il 2019 ed il 2023, si sono verificate condizioni eccezionali – in parte endogene, ma per lo più esogene – che hanno 'problematizzato' lo sviluppo economico dell'Italia.

Per questa ragione, abbiamo deciso di mettere sotto la lente di ingrandimento questo quinquennio 'eccezionale', con l'obiettivo di verificare le reali ripercussioni sulla nostra economia e, in particolare, sul commercio.

Un'analisi che abbiamo voluto condurre dal punto di vista delle famiglie, esaminando la variazione reale dei redditi, dell'occupazione e della spesa degli italiani, nella convinzione che sia su questi che si misura lo stato di benessere della nostra economia.

Un esercizio che riteniamo utile per comprendere meglio quanto questi cinque anni 'anomali' abbiano influito sui bilanci familiari, sulla spesa e sulle abitudini di consumo, e come questi cambiamenti abbiano influito sulla rete distributiva degli esercizi di vicinato.



SPESA DELLE FAMIGLIE, NEL 2024 CONTINUA IL RECUPERO, MA E' ANCORA -1.600 EURO SOTTO I LIVELLI PRE-PANDEMIA

Rallentamento dell'inflazione e taglio del cuneo fiscale sostengono la tenuta dei consumi degli italiani nell'anno in corso. Secondo le previsioni Confesercenti CER, nel 2024 la spesa media annuale delle famiglie dovrebbe attestarsi su 34.527 euro l'anno, con un aumento di 1.302 euro rispetto al 2023.

Un salto però ancora 'amplificato' dalla crescita dei prezzi, che pure continua anche se più lentamente: in termini reali, infatti, la spesa media annuale prevista per il 2024 si riduce a 29.126 euro. Un risultato in leggera crescita (+288 euro, circa il +1%) con quello del 2023, ma ancora distante dai numeri pre-pandemia: -1.604 euro (il -5,2%) di spesa annua in meno per famiglia rispetto al 2019.

Spesa media annuale delle famiglie in euro, 2019-2024. Valori nominali e valori reali con base 2019

	2019	2021	2022	2023	2024*	Variazione 2024/2023		Variazione 2024/2019	
						Euro	%	Euro	%
Nominali	30.730	28.977	31.504	33.225	34.527	+1.302	+3,9%	+3.797	+12,4%
Reali	30.730	28.603	28.782	28.837	29.126	+288	+1,0%	-1.604	-5,2%

Il consolidamento della spesa delle famiglie dovrebbe interessare quasi tutte le regioni, anche se con ritmi diversi. La crescita stimata è più forte nel Nord, in particolare nel Trentino Alto Adige/Südtirol (+1,6%), Emilia-Romagna (+1,4%), Lombardia e Valle d'Aosta (+1,2%), Veneto (+1,1%), con il Friuli Venezia Giulia che si allineerebbe alla crescita nazionale (+1%). Sostanzialmente ferma, invece, la spesa delle famiglie in Umbria e in Calabria.

Spesa media annuale delle famiglie in euro, 2024 e variazione su 2023. Valori reali con base 2019

Area	2024	Variazione 2024/2023	
		Euro	%
<i>Italia</i>	29.126	+288	1
<i>Piemonte</i>	28.876	+171	0,6
<i>Valle d'Aosta</i>	31.958	+377	1,2
<i>Liguria</i>	30.378	+33	0,1
<i>Lombardia</i>	33.940	+408	1,2
<i>Trentino Alto Adige</i>	38.592	+603	1,6
<i>Veneto</i>	30.181	+332	1,1
<i>Friuli-Venezia Giulia</i>	29.377	+291	1,0
<i>Emilia-Romagna</i>	32.301	+442	1,4
<i>Toscana</i>	31.736	+153	0,5
<i>Umbria</i>	28.005	-6	-0,02
<i>Marche</i>	26.134	+112	0,4
<i>Lazio</i>	31.768	+168	0,5
<i>Abruzzo</i>	26.980	+165	0,6
<i>Molise</i>	25.189	+39	0,2
<i>Campania</i>	24.425	+64	0,3
<i>Puglia</i>	21.834	+96	0,4
<i>Basilicata</i>	24.424	+140	0,6
<i>Calabria</i>	20.224	-5	-0,02
<i>Sicilia</i>	24.059	+63	0,3
<i>Sardegna</i>	24.439	+58	0,2

COME CAMBIA LA SPESA AI TEMPI DELL'INFLAZIONE

Prosegue dunque, anche se più lentamente di quanto auspicato, il recupero dei consumi delle famiglie. Dopo lo stop imposto dal Covid, i consumi degli italiani sono tornati a crescere, ma la ripresa è stata fortemente condizionata - in particolare negli anni 2022 e 2023 - dall'alto tasso di inflazione.

L'impatto del rapido aumento dei prezzi emerge con chiarezza dall'analisi dell'andamento in termini nominali e reali delle singole voci di spesa tra il 2019 ed il 2023 (ultimo anno disponibile per questo livello di dettaglio).

Il gap più elevato si registra per i consumi Alimentari. In termini nominali, infatti, il budget delle famiglie destinato ai prodotti alimentari è aumentato del 12,9% tra il 2019 ed il 2023 (+720 euro l'anno), ma in valori reali c'è una contrazione dell'8% (-449 euro): un gap di 1.169 euro.

Per Abbigliamento e calzature, invece, una flessione nominale dell'7,4% (-96 euro) si amplifica nel dato reale con una flessione del 13,7% (-178 euro).

Solo apparente anche la crescita delle spese delle famiglie per Mobili e articoli per la casa: l'incremento nominale dal 2019 al 2023 (+1,9% o 23 euro in più) corrisponde infatti a una caduta in termini reali del 9,1% (-114 euro).

Deludente pure l'andamento dei consumi in Ristorazione e servizi ricettivi: nonostante l'andamento brillante del comparto del turismo e dei pubblici esercizi (anche grazie ai turisti) la variazione reale della spesa delle famiglie è leggermente negativa (-2,8%, pari a -44 euro l'anno a famiglia), contro una crescita nominale del +14,4% (circa 229 euro in più).

Nel totale di queste quattro voci, c'è stato un aumento annuale di spesa monetaria di 876 euro, ma il dato effettivo in termini reali, ossia di quantità di beni effettivamente acquistati, evidenzia una contrazione di 785 euro. La voce dove è più evidente la natura esclusivamente monetaria degli aumenti di spesa è però quella delle Abitazioni, colpita direttamente dagli aumenti delle tariffe energetiche. Nominalmente i dati registrano infatti un aumento del 13% (+1.409 euro sul 2019), ma il valore reale della spesa è diminuito di 358 euro (-3,3%). Per la sola componente "Elettricità, gas e altri combustibili", lo scostamento è fra un aumento nominale di spesa del 70,2% (+1.272 euro) e una sostanziale invarianza del consumo reale (-0,7%).

Spesa media annuale delle famiglie per alcune voci, 2019-2023.

Valori nominali e valori reali con base 2019

	2019	2023		2023/2019			
				in %		euro	
		nominale	reale	nominale	reale	nominale	reale
<i>Alimentari</i>	5.591	6.310	5.142	12,9%	-8,0%	720	-449
<i>Abbigliamento</i>	1.301	1.205	1.123	-7,4%	-13,7%	-96	-178
<i>Mobili</i>	1.253	1.276	1.139	1,9%	-9,1%	23	-114
<i>Alloggio e Ristorazione</i>	1.585	1.814	1.541	14,4%	-2,8%	229	-44
<i>Abitazione</i>	10.846	12.255	10.487	13%	-3,3%	1.409	-358
<i>di cui: elettricità e gas</i>	1.812	3.084	1.800	70,2%	-0,7%	1.272	-12

SPESA DELLE FAMIGLIE 2019-2023: REGIONI A CONFRONTO

chi spende di più per generi alimentari		chi spende di meno per generi alimentari	
Campania	5.889	Puglia	4.851
Sicilia	5.828	Trentino Alto Adige	4.744
Valle d'Aosta	5.450	Sardegna	4.156

- Sardegna, Lazio e Marche le regioni con famiglie che hanno ridotto di più la spesa alimentare

chi spende di più per moda		chi spende di meno per moda	
Trentino Alto Adige	1.457	Piemonte	968
Sicilia	1.381	Liguria	894
Valle d'Aosta	1.364	Calabria	778

- Calabria, Molise e Marche le regioni con famiglie che hanno ridotto di più la spesa per abbigliamento

chi spende di più per alloggio e ristorazione		chi spende di meno per alloggio e ristorazione	
Trentino Alto Adige	2.479	Sicilia	788
Lombardia	2.220	Puglia	603
Emilia-Romagna	2.063	Calabria	434

- Umbria, Sardegna e Puglia le regioni con le famiglie che hanno più ridotto la spesa per ristorazione

chi spende di più per mobili e art. casa		chi spende di meno per mobili e art. casa	
Trentino Alto Adige	1.393	Abruzzo	883
Lazio	1.326	Puglia	845
Emilia-Romagna	1.325	Calabria	730

chi spende di più per abitazione		chi spende di meno per abitazione	
Trentino Alto Adige	15.659	Puglia	7.719
Liguria	12.526	Sicilia	7.561
Toscana	12.454	Calabria	6.706

- Trentino Alto Adige, Basilicata e Liguria sono le regioni dove la spesa per l'abitazione è aumentata di più. Mentre Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna e Piemonte dove si è ridotta di più.

la spesa incide di più		la spesa incide di meno	
Liguria	85,2%	Umbria	68,1%
Trentino Alto Adige	84,5%	Marche	67,8%
Lazio	84,4%	Puglia	67,7%

- La spesa media annuale incide sulle famiglie per il 75,8% del reddito medio annuale.

Italia	75,8%
Liguria	85,2%
Trentino Alto Adige	84,5%
Lazio	84,4%
Sardegna	83,2%
Molise	82,5%
Campania	81,9%
Abruzzo	80,1%
Sicilia	79,1%
Piemonte	77,0%
Basilicata	76,7%
Toscana	75,9%
Friuli-Venezia Giulia	75,0%
Lombardia	74,3%
Valle d'Aosta	73,9%
Emilia-Romagna	73,1%
Calabria	69,9%
Veneto	69,6%
Umbria	68,1%
Marche	67,8%
Puglia	67,7%

ANCHE L'AUMENTO DEI REDDITI E' VIRTUALE

Come per i consumi, anche la ripartenza del reddito delle famiglie è stata pesantemente condizionata dalla corsa dei prezzi. L'analisi di questi, per mancanza di base dati ufficiali, si ferma al 2023.

L'andamento, però, è analogo: tra il 2019 ed il 2023, il reddito medio delle famiglie italiane è passato da poco più di 38.300 euro a oltre 43.800 euro l'anno. Un salto di oltre 5.500 euro che, ancora una volta, è solo virtuale, perché di fatto annullato dall'aumento dell'inflazione: al netto di questa, nel 2023 i redditi reali delle famiglie sono ancora -254 euro (-0,7%) sotto i livelli del 2019. Se si considerano i redditi complessivi degli italiani, siamo oltre 6 miliardi di euro sotto l'ultimo anno prima della pandemia.

Reddito medio annuale delle famiglie italiane in euro, 2019-2023. Valori nominali e reali con base anno 2019

	2019	2020	2021	2022	2023	Variazione 23/19	
						euro	%
Redditi nominali	38.319	37.786	39.144	41.610	43.857	+5.538	14,5%
Redditi reali	38.319	37.740	38.484	38.014	38.065	-254	-0,7

Gli andamenti nelle regioni. Il calo del reddito medio rilevato a livello nazionale è la sintesi di tendenze territoriali molto diverse tra loro.

Per le famiglie di un numero ristretto di regioni, il bilancio è positivo, prevalentemente a nord.

A registrare un aumento del reddito medio in termini reali rispetto al 2019 sono infatti Valle d'Aosta (+2.951 euro, l'incremento più alto), Lombardia (+1.930 euro), le province autonome di Trento (+1.639 euro) e Bolzano (+2.237 euro), Veneto (+241 euro) e Friuli-Venezia Giulia (+483 euro).

Tra le regioni che hanno 'battuto' l'inflazione, anche la centrale Umbria (+1.391 euro sul 2019) e, nel mezzogiorno, la Puglia (+150 euro) la Sicilia (+1.007) e la Basilicata, che vede il reddito medio reale crescere di 2.907 euro in cinque anni. Si tratta dell'incremento maggiore dopo quello della Valle d'Aosta: un risultato positivo, cui ha contribuito lo sviluppo nella regione, negli ultimi anni, delle industrie estrattive e turistica.

La maggior parte dell'Italia, invece, resta indietro.

Il confronto tra il reddito medio reale del 2023 e quello del 2019 è negativo in tutte le altre regioni, con variazioni comprese tra i -69 euro del Molise e i -4.000 euro delle famiglie della Sardegna, che subiscono il crollo di reddito reale più rilevante. Flessioni significative anche per le Marche (-2.762 euro) e il Lazio (-2.251 euro)

La maglia nera, però, resta alla Calabria: il reddito medio reale delle famiglie della regione nel 2023 è di poco sotto i 29mila euro l'anno.

Si tratta di oltre 18mila euro in meno del reddito medio reale delle famiglie di Bolzano (oltre 47mila euro l'anno).

Reddito medio annuale reale (valori base 2019) nelle regioni italiane, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023	Variazione 23/19	
						euro	%
Piemonte	39.094	38.506	38.544	37.782	37.293	-1.801	-4,6
Valle d'Aosta	39.786	38.782	41.127	41.833	42.737	+2.951	+7,4
Liguria	38.144	37.322	36.087	36.790	35.603	-2.541	-6,7
Lombardia	43.228	43.158	45.802	46.173	45.158	+1.930	+4,5
Prov. Aut. Bolzano / Bozen	45.095	45.120	48.016	51.352	47.332	+2.237	+5,0
Prov. Aut. Trento	40.938	41.493	42.477	44.231	42.576	+1.638	+4,0
Veneto	42.629	41.277	42.421	44.184	42.870	+241	+0,6
Friuli-Venezia Giulia	38.321	39.181	40.030	41.771	38.804	+483	+1,3
Emilia-Romagna	44.435	43.377	45.373	47.147	43.601	-834	-1,9
Toscana	42.332	41.046	41.983	45.392	41.601	-731	-1,7
Umbria	39.726	38.712	42.191	43.969	41.117	+1.391	+3,5
Marche	41.162	40.014	38.597	41.905	38.400	-2.762	-6,7
Lazio	39.671	38.675	38.623	41.560	37.420	-2.251	-5,7
Abruzzo	34.484	28.988	32.978	35.036	33.492	-992	-2,9
Molise	30.550	29.775	30.370	33.677	30.481	-69	-0,2
Campania	31.047	29.990	29.715	33.041	29.750	-1.297	-4,2
Puglia	31.957	30.997	31.722	36.097	32.107	+150	+0,5
Basilicata	28.735	31.494	32.021	34.880	31.642	+2.907	+10,1
Calabria	30.342	32.561	29.914	33.523	28.937	-1.405	-4,6
Sicilia	29.320	30.135	30.391	34.382	30.327	+1.007	3,4
Sardegna	33.300	32.659	30.574	34.174	29.299	-4.001	-12,0

COMMERCIO E ATTIVITÀ DI VICINATO

Crollano le nascite di nuove imprese. I fiocchi rosa e azzurri stanno diventando una rarità all'esterno delle vetrine dei negozi delle città. Un fenomeno troppo sottovalutato che mette a rischio ricchezza e sicurezza dei nostri territori.

La frenata della ripresa dei consumi ha amplificato anche le difficoltà della distribuzione commerciale, e delle imprese del commercio di vicinato in particolare. Tra concorrenza dei nuovi canali di vendita e aumenti dei costi di attività, fare impresa nel commercio è diventato sempre meno attraente, come testimonia il crollo di iscrizioni del comparto: nel 2023 si sono iscritte ai registri camerali 23.574 nuove imprese del commercio, il 20% in meno rispetto al 2019. Nella ristorazione, il calo è del 21,7%. Un vero e proprio crollo delle nascite di imprese, che - non sostituite - continuano a ridursi: tra il 2019 e il 2023 le attività di commercio al dettaglio diminuiscono del 7,4%, per un totale di 56 mila attività in meno. Le attività della ristorazione, invece si riducono del 2%: 6 mila e 700 in meno.

Variazione delle imprese attive e delle iscrizioni di nuove imprese nel commercio al dettaglio e nella ristorazione, 2019-2023

Commercio al dettaglio	2019	2023	Var. ass	Var. %
Attive	766.471	710.040	-56.431	-7,4%
Iscritte	29.533	23.574	-5.959	-20,2%
Ristorazione				
Attive	338.588	331.888	-6.700	-2,0%
Iscritte	13.185	10.319	-2.866	-21,7%

Le 3 regioni dove le consistenze di imprese nel Commercio al dettaglio e nella Ristorazione si riducono di più e di meno

Var. % Consistenze Commercio al dettaglio	
<i>Marche</i>	-17%
<i>Lazio</i>	-15%
<i>Abruzzo</i>	-10%
<i>Puglia</i>	-5%
<i>Campania</i>	-4%
<i>Sicilia</i>	-2%
Var. % Consistenze Ristorazione	
<i>Lazio</i>	-8,0%
<i>Marche</i>	-7,1%
<i>Friuli-Venezia Giulia</i>	-6,2%
<i>Calabria</i>	3,1%
<i>Campania</i>	3,6%
<i>Sicilia</i>	8,4%

NEGOZI, CALANO ANCORA LE QUOTE DI MERCATO

Le imprese che operano su piccole superfici, sottoposte alla “tenaglia” Grande distribuzione-eCommerce rischiano di diventare sempre più marginali: in questi 5 anni hanno perso circa 1 punto percentuale nel largo consumo e quasi 4 nel non alimentare in termini di quote di mercato. Come si nota chiaramente dalla tabella nel non alimentare il loro peso già da tempo è molto basso e nel 2023 è di poco superiore al 10%, un livello che potremmo dire “di sopravvivenza”.

In termini nominali la tabella indica la crescita della spesa per questa tipologia di esercizi di 1 miliardo di euro per il largo consumo e di 1,3 miliardi nel non alimentare.

In realtà, se consideriamo i volumi, nel caso dell'alimentare i piccoli esercizi hanno perso 3 miliardi mentre nel non alimentare 3,5. La quota dell'eCommerce, invece è quasi raddoppiata in cinque anni, passando dal 17 a 32,7 miliardi di euro.

	2019		2023	
	v.a.	quote %	v.a.	quote %
Alimentari	120,4		140,1	
<i>di cui</i>				
<i>grande distribuzione</i>	90,7	75,3%	107,2	76,5%
<i>piccole superfici</i>	15,7	13,0%	16,7	11,9%
<i>eCommerce</i>	1,6	1,3%	4,9	3,5%
<i>al di fuori dei negozi</i>	12,4	10,3%	11,2	8,0%
<i>commercio su aree pubbliche</i>	5,0	4,1%	4,5	3,2%
Non alimentari	110,8		127,1	
<i>di cui</i>				
<i>grande distribuzione</i>	45,7	41,2%	48,6	38,2%
<i>piccole superfici</i>	43,0	38,8%	44,3	34,9%
<i>eCommerce</i>	15,4	13,9%	27,8	21,9%
<i>al di fuori dei negozi</i>	6,7	6,0%	6,4	5,0%
<i>di cui commercio su aree pubbliche</i>	4,0	3,6%	3,8	3,0%
TOTALE	231,2		267,1	
<i>Di cui eCommerce</i>	17,0	6,7%	32,7	12,2%

COMMERCIO E DENATALITÀ

La misurazione dei livelli di consumo dei cittadini è, a nostro parere, essenziale per valutare non solo lo stato di salute, ma anche quello di 'benessere' della nostra economia. Mutuando un termine medico, potremmo definirli un 'marker' fondamentale, da mantenere costantemente sotto controllo.

I consumi contribuiscono per oltre il 58% alla formazione del nostro prodotto interno lordo: un dato che conferma il legame strettissimo tra la crescita della spesa delle famiglie e quella della nostra economia. Soprattutto in una fase come quella attuale, in cui fattori di perturbazione di origine globale rallentano il contributo di esportazioni e investimenti, lo sviluppo economico del nostro Paese non può prescindere dalla rivitalizzazione dei consumi, che deve dunque essere messa al centro dell'agenda economica del Paese.

Allo stesso tempo, è necessario riflettere sullo stato e le prospettive della distribuzione commerciale. Il tasso di concorrenza tra i diversi canali distributivi – distribuzione tradizionale, grande distribuzione organizzata ed eCommerce – è costantemente cresciuto negli ultimi venti anni, accelerando ulteriormente dalla pandemia ad oggi. Anche in questo caso, si osserva un forte condizionamento dall'esterno: il commercio, prima dominato dalle micro, piccole e medie imprese 'del territorio', ha vissuto una forte alterazione degli equilibri prima con l'arrivo delle grandi catene internazionali della GDO, e successivamente con l'affermazione delle piattaforme internazionali di eCommerce, che hanno potuto godere di condizioni di mercato che di fatto garantiscono loro un vantaggio competitivo sugli altri canali distributivi, a partire dal fisco.

In un quadro in cui la spesa delle famiglie non solo cala in termini reali, ma si sposta sempre di più sui servizi - e quella in beni migra da un canale all'altro (soprattutto dal retail fisico a quello online) - vengono meno le imprese del territorio, con il conseguente impoverimento, non solo economico, del sistema locale.

Innovazione, tecnologia e modernizzazione non si possono fermare. Tutto però si può - e si deve - governare. Commercio e *commerci*, nella storia dell'umanità, hanno sempre portato valore, ricchezza e benessere laddove si sono sviluppati. Il rischio che questa ricchezza abbandoni il territorio e si trasferisca sulle grandi piattaforme internazionali è reale. Rimarranno sul territorio solo i servizi non (ancora) distribuiti via rete?

Evitare la desertificazione delle attività commerciali è interesse di tutti. Per raggiungere questo obiettivo, a nostro avviso, è necessario riequilibrare le sperequazioni concorrenziali - soprattutto sul lato fiscale - che esistono tra i diversi canali.

La web tax - un provvedimento appena partito, di cui monitoreremo l'efficacia - va in questa direzione. Occorre, però, anche alleggerire il peso che il fisco ha attualmente sulle piccole attività.

La nostra proposta è istituire una fiscalità di vantaggio per i negozi di vicinato con un fatturato inferiore ai 400mila euro l'anno, un provvedimento che l'associazione ritiene essenziale per contrastare il fenomeno della desertificazione commerciale che sta interessando sempre più grandi e piccoli centri urbani italiani, con un grave impatto non solo sul settore ma anche sull'accessibilità sul territorio dei servizi per i cittadini.

Per guidare davvero il cambiamento, però, dobbiamo rivedere anche l'approccio della politica economica alla distribuzione commerciale. Un comparto che, negli ultimi anni, è stato solo e costantemente deregolamentato.

Un eccesso che ha accelerato la crisi della rete degli esercizi di vicinato che, forse, erano troppi quando sono stati approvati i diversi provvedimenti di liberalizzazione; ma che ora rischiano di essere davvero troppo pochi: un serio pericolo per la tenuta socioeconomica delle nostre città.

Dobbiamo cambiare passo: il comparto non può rimanere, di fatto, senza governo. Servono regole - nuove, al passo con i tempi - per tutelare il pluralismo della distribuzione e la libertà di fare impresa.

NOTA: La stima 2023 e la previsione 2024 sulla spesa per consumi sono state elaborate dal CER per Confesercenti sulla base dei dati Istat, Indagine sulle spese delle famiglie, anni 2019-2022: i valori sono arrotondati. Le stime su iscrizioni, cessazioni e numerosità attività imprenditoriali sono elaborazioni Confesercenti su dati camerali. L'analisi e la stima delle quote dei canali retail sono frutto di elaborazioni e stime Confesercenti su dati Istat e PoLiMi.

UniSalute
SPECIALISTI NELL'ASSICURAZIONE SALUTE

UnipolSai
ASSICURAZIONI

 **EBN. TER**
Ente Bilaterale Nazionale Unitario per il Terziario

 **EBN**
Ente Bilaterale Unitario del settore Turismo

 **ASTER**

 **MUTUA IMPRESE**
HYGEIA
La tua mutua sanitaria