

Direzione Risorse Umane Formazione e Studi
Unione Confcommercio Imprese per l'Italia
Milano Lodi Monza e Brianza
Corso Venezia 47/49 - 20121 Milano
Tel. 02 7750.677 - 7750.688 - Fax 02 7752.688



I consumi generati dalla tredicesima 2018 nell'area di Milano Lodi Monza Brianza

3 Dicembre 2018

Questa stima ha per oggetto i consumi generati dalla tredicesima 2018 dei lavoratori dipendenti e dei pensionati e dalle spese aggiuntive dei lavoratori autonomi nelle province di Milano, Lodi, Monza Brianza secondo la metodologia di analisi dell'Ufficio Studi di Confcommercio Nazionale.

La disponibilità dei dati relativi a flussi di erogazione delle pensioni nel 2018 per regione ha consentito di migliorare l'affidabilità delle stima relativa alla dinamica specifica del volume della tredicesima in Lombardia.

Il procedimento è descritto nella nota metodologica insieme alle fonti statistiche utilizzate.

Nel nostro territorio, le province di Milano, Lodi e Monza Brianza, quest'anno la tredicesima destinata ai consumi dovrebbe raggiungere la cifra di 3,144 miliardi di euro contro i 3,058 miliardi di euro del 2017, +2,8% in euro correnti, +1,0% al netto dell'inflazione stimata nel nostro territorio.

CONSUMI GENERATI DALLA TREDICESIMA NELLE PROVINCE DI MILANO, LODI, MONZA BRIANZA

TIPOLOGIA BENI E SERVIZI	Consumi totali 2018 in milioni di euro correnti	Consumi procapite 2018		Spesa media a famiglia in euro correnti			
		euro correnti	quota %	2018	2017	Variazione assoluta 2018 su 2017	Variazione % 2018 su 2017
Alimentare	489	125	15,6	269	264	5	1,97
Moda	233	59	7,4	128	124	4	3,55
Casa	187	48	5,9	103	102	1	0,97
Tecnologia	146	37	4,6	80	78	3	3,48
Cosmesi	71	18	2,3	39	38	2	4,17
Giocattoli sport	54	14	1,7	30	30	0	0,00
Altri beni	229	58	7,3	126	125	1	0,72
TOTALE BENI	1.409	360	44,8	775	759	16	2,07
Cene e pranzi legati alla festività natalizia	278	71	8,9	153	152	1	0,84
Spese per spettacoli, concerti, manifestazioni sportive	61	16	2,0	34	31	3	8,49
Altre spese (rate condominiali, istruzione figli, viaggi e vacanze)	1.396	356	44,4	768	753	15	2,06
Totale 13.ma destinata ai consumi	3.144	803	100,0	1.730	1.695	35	2,07

Fonte: Elaborazione Area Studi Confcommercio MI LO MB su dati Istat, Ufficio Studi Confcommercio Nazionale e altre fonti indicate nella nota metodologica

La spesa media per famiglia dovrebbe attestarsi a 1.730 euro contro i 1.695 dell'anno scorso per un incremento del 2,1% in euro correnti e dello 0,3% al netto dell'inflazione.

La capacità di spesa della famiglia residente nel nostro territorio cresce meno dei consumi totali, perché il mercato si amplia, soprattutto, a causa dell'aumento della popolazione residente, degli occupati e dell'ammontare delle pensioni erogate, piuttosto che per un sostanziale miglioramento del potere di acquisto.

La capacità di Milano, Lodi e Monza Brianza di generare nuovi posti di lavoro e, quindi, di attrarre nuove famiglie costituisce il più importante fattore di crescita dei consumi natalizi.

Nel medio e lungo periodo questo fenomeno potrebbe essere rafforzato dalla dinamica delle 13me dei pensionati per effetto del progressiva uscita dal mercato del lavoro della baby boom generation.

I consumi obbligati, le spese condominiali, gli interessi e la rata del mutuo, le spese di manutenzione dell'automobile e dell'abitazione, le assicurazioni, le spese per l'istruzione dei figli continuano a limitare la disponibilità di risorse per i regali di Natale, per le cene e pranzi con gli amici e parenti e per gli spettacoli.

Nel complesso, infatti, la disponibilità di spesa familiare per gli acquisti di beni legati a questa ricorrenza è di 775 euro, quella per cene e pranzi di 153 euro, quella per spettacoli, concerti e manifestazioni sportive di 34 euro per un totale 962 euro, il 55,6% della dotazione complessiva di 1.730 euro.

La voce cene e pranzi dovrebbe assorbire l'8,9% della spesa per un tasso di incremento dello 0,8%, mentre quella per spettacoli, concerto e manifestazioni sportive si attesterebbe al 2% con un tasso di crescita piuttosto elevato, +8,5%.

Questi valori medi, è sempre bene ricordarlo, sono sintesi di comportamenti molto differenziati nell'universo dei consumatori, che comprende soggetti ad alta e media frequenza di acquisto e, naturalmente, anche coloro che usufruiscono di questi servizi a carattere ludico in rare o rarissime occasioni.

MACRO AREE DI PRODOTTO	CATEGORIE DI PRODOTTO
Alimentare	alimentare
Moda	abbigliamento e pellicce
	calzature, articoli in pelle e da viaggio
Casa	mobili ed articoli tessili e di arredamento per la casa
	generi casalinghi durevoli e non durevoli
	utensileria per la casa e ferramenta
Tecnologia	elettrodomestici, radio, televisori e registratori
	dotazioni per l'informatica, la telefonia e le telecomunicazioni
Cosmesi	foto-ottica, pellicole, compact-disc, cassette audio-video e strumenti musicali
	prodotti di profumeria e per la cura della persona
Giocattoli Sport	giochi, giocattoli, articoli per lo sport ed il campeggio
	prodotti di cartoleria, libri, giornali e riviste
Altri beni	farmaci ed altri prodotti terapeutici
	altri prodotti non precedentemente classificati

Nell'eterogeneo ambito di consumi di beni la parte del leone la fa sempre il settore Alimentare con 269 euro a famiglia, +1,97% sul 2017.

Il secondo posto spetta alla Moda con 128 euro, +3,55%, mentre il terzo posto compete al segmento Altri Beni con 126 euro, +0,72%.

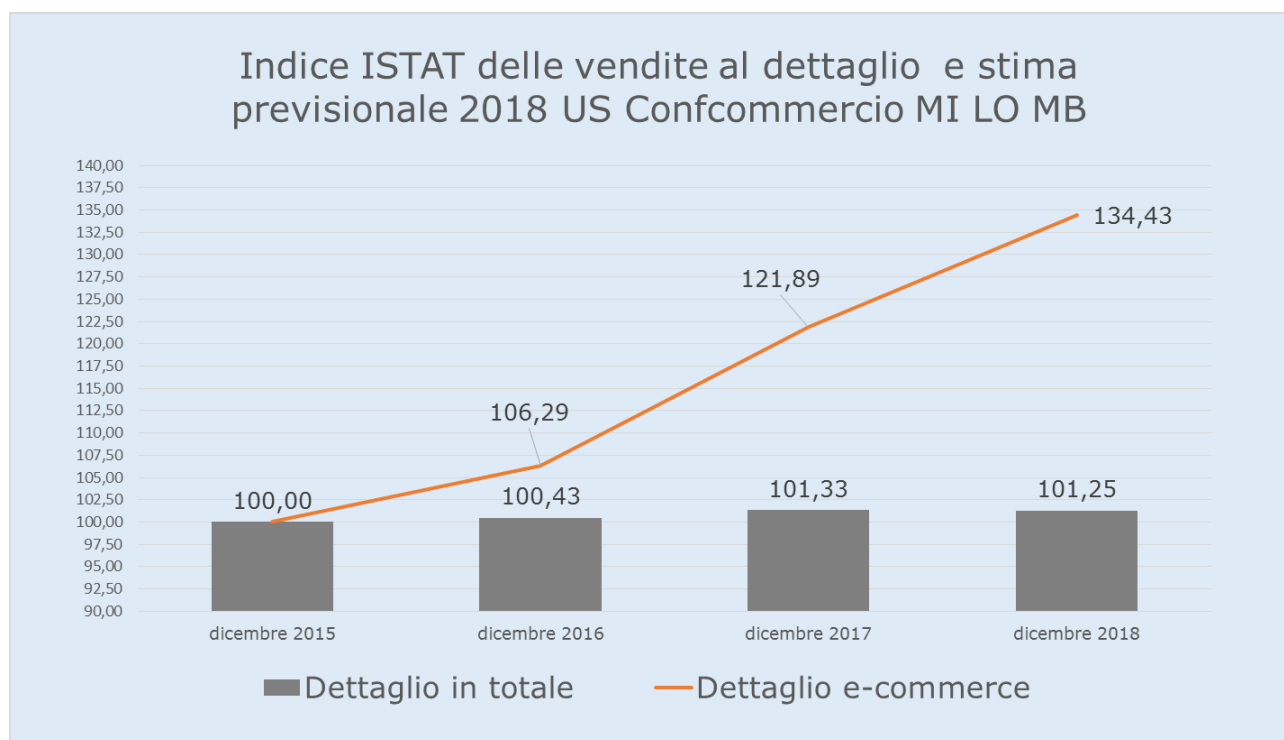
A seguire le altre tipologie, Casa con 103 euro, +0,97%, Tecnologia con 80 euro, +3,48%, Cosmesi con 39 euro, +4,17%.

In coda il segmento dei Giocattoli Sport con 30 euro e una sostanziale stasi rispetto al 2017.

Ad una crescita reale dell'1% della domanda di beni corrisponde, tuttavia, un assetto di mercato molto competitivo, che non favorisce la dinamica delle vendite della distribuzione al dettaglio.

Nel nostro territorio la produttività della rete commerciale è superiore a quella media nazionale e, quindi, si stima che su 1,409 miliardi di regali natalizi almeno 917 milioni siano veicolati dalla rete di vendita al dettaglio, il 65% del totale.

La rimanente quota è sottratta dai Factory Outlet e da tutte quelle imprese la cui attività prevalente o esclusiva non è il commercio al dettaglio (cash and carry, distribuzione all'ingrosso, produttori, compresi quelli dell'industria alimentare e dell'agricoltura, che possono vendere nel nostro territorio, pur operando a grande distanza).



Fonte: Istat ed Elaborazione US Confcommercio MI LO MB per il mese di dicembre 2018

Negli ultimi cinque anni il fenomeno del commercio on-line ha accentuato la tendenza all'erosione della quota di mercato della distribuzione al dettaglio.

Secondo stime dell'ufficio studi di Confcommercio Nazionale su dati del Politecnico di Milano e nostre elaborazioni su dati Istat per la previsione al 2018, il volume di affari annuo del commercio elettronico di beni dovrebbe attestarsi a 12,1 miliardi di euro in Italia e ad 1,5 miliardi di euro nella nostra area.

Ciò significa che questo canale dovrebbe esprimere un volume di vendite di 126 milioni di euro, l'8,9% del valore degli acquisti di regali di Natale, pari a 1,409 miliardi di euro nel 2018.

L'incidenza dell'e-commerce appare già adesso significativa e il suo tasso di crescita, monitorato dall'Istat su tutto il territorio nazionale nell'ultimo biennio, lascia pensare che l'importanza di questo canale sia destinata a crescere velocemente nei prossimi anni.

SPESA TURISTICA DICEMBRE 2018 MI LO MB

ANNO 2018	Spesa generata dalla 13ma in milioni di euro	Spesa turistica di Dicembre in milioni di euro	Incidenza Turistica su spesa genrata da 13ma QUOTA %
Beni	1.409	58,7	4,16
Cene e pranzi legati alla festività natalizia	278	34,7	12,50

Fonte: Elaborazione US Confcommercio MI LO MB su dati Istat, Banca di Italia, Camera di Commercio MI LO MB (Barometro alberghiero).

Nel mese di dicembre l'affluenza dei turisti italiani e stranieri nelle province di Milano Lodi e Monza Brianza è destinata a fornire un piccolo contributo aggiuntivo ai consumi natalizi generati dalla tredicesima di lavoratori dipendenti e pensionati e dagli acquisti natalizi dei lavoratori autonomi.

Si prevede, infatti, che nel mese di dicembre i turisti possano aggiungere 58,7 milioni di euro al valore di 1,409 miliardi di euro generato dagli acquisti dei regali natalizi delle famiglie residenti nel nostro territorio.

L'incidenza dello shopping dei turisti è alquanto limitata, 4,16%, e tenderà concentrarsi nella zona del centro storico e delle principali vie e centri commerciali della città capoluogo.

L'apporto del turismo di dicembre si rivelerà più consistente nel segmento della ristorazione (cene e pranzi) dove si stima una spesa aggiuntiva di 34,7 milioni di euro, che rappresentano il 12,5% dei consumi dei residenti per questa tipologia di servizio.

NOTA METODOLOGICA

Il procedimento di stima si è sviluppato nel seguente modo:

1. Acquisizione del dato Istat relativo al valore delle retribuzioni lorde dei dipendenti e dei relativi oneri previdenziali dalla fonte Istat inerente al Reddito Disponibile delle Famiglie 2016 ed aggiornamento al 2018 sulla base delle stime previsionali di Ref-Ricerche srl.
2. Stima del valore della Tredicesima dei lavoratori dipendenti e dei pensionati delle province di Milano, Lodi, Monza e Brianza sulla base dei dati sul numero di pensioni vigenti in Lombardia di fonte INPS, sul numero di occupati dipendenti e indipendenti in Lombardia della indagine delle forze di lavoro dell'Istat e della nota metodologica dell'Ufficio Studi di Confcommercio Nazionale.
3. Stima del valore della Tredicesima al netto delle imposte Irpef sulla base dei dati MEF sulle dichiarazioni fiscali 2016 per regione e posizione professionale.
4. Stima dei consumi aggiuntivi dei Lavoratori Autonomi delle province di Milano, Lodi, Monza e Brianza sulla base dei dati sul numero di occupati indipendenti in Lombardia della indagine delle forze di lavoro dell'Istat e della nota metodologica dell'Ufficio Studi di Confcommercio Nazionale.

La disponibilità dei dati regionali sul numero di pensioni vigenti e di occupati ha comportato una revisione della serie storica e, quindi, **la stima dei consumi generati dalla tredicesima nel 2017 non può coincidere con il valore diffuso un anno fa.**

L'articolazione delle vendite natalizie per macro area di spesa destinata ai beni è stata definita in funzione della serie storica Istat dei Numeri Indice delle Vendite al Dettaglio in Italia per settore merceologico e della struttura di ponderazione illustrata nella *Nota Informativa Istat del 27 marzo 2013*; in particolare i numeri indice delle vendite al dettaglio di Dicembre 2017, per i 14 settori merceologici considerati e per il totale, sono stati stimati in base al coefficiente di variazione della media Gennaio/Settembre 2018 sulla media Gennaio/Settembre 2017.

La stima dei consumi natalizi di ristorazione è riferita alla tipologia del pranzo e delle cene, escludendo le prime colazioni.

E' un'elaborazione su dati Istat (numeri indici del fatturato dei servizi in relazione al segmento ristorazione) e indicatori di spesa presentati nel rapporto annuale FIPE-Federazione Italiana Pubblici Esercizi.

La stima della spesa per spettacoli, concerti e manifestazioni sportive è stata elaborata sulla base dei dati dell'Osservatorio SIAE- Società Italiana degli Autori ed Editori, che disaggrega la spesa al botteghino per regione e mese dell'anno e dell'indice ICC Confcommercio nazionale relativo alla voce ricreazione e cultura.

Infine, la stima della spesa turistica di dicembre si sviluppa secondo questo procedimento:

- A. Acquisizione dati Istat sul numero di arrivi 2017 nelle strutture ricettive delle province di Milano, Lodi e Monza Brianza e della spesa turistica pro-capite 2017 dei viaggiatori pernottanti della fonte Banca di Italia; il prodotto di questi due valori consente di definire la spesa turistica totale annua dei viaggiatori pernottanti nelle strutture ricettive delle province citate.
- B. Definizione della spesa turistica media mensile, dividendo la spesa turistica annua MI LO MB per 12.
- C. Stima del coefficiente di scostamento dalla media del tasso di occupazione camere di dicembre 2017 rispetto al tasso di occupazione camere medio mensile dell'anno 2017.
- D. Stima della spesa turistica di dicembre 2017 MI LO MB 2017, moltiplicando la spesa turistica media mensile per il coefficiente di cui al punto C.
- E. Ripartizione della spesa turistica di dicembre 2017 in due capitoli di spesa , acquisto di beni e acquisto di servizi di ristorazione sulla base del conto satellite del turismo ISTAT riferito al 2015, ultima rilevazione disponibile.
- F. Aggiornamento al 2018 di questi due valori sulla base della variazione della spesa turistica totale dei viaggiatori stranieri in Lombardia tra gennaio-agosto 2017 e gennaio-agosto 2018 che è risultata pari a + 5,3% secondo la rilevazione di Banca di Italia.