



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO • LODI • MONZA E BRIANZA

**INDAGINE E ANALISI DEI CONSUMI GENERATI
DALLA TREDICESIMA 2024 NELL'AREA DI
MILANO, LODI E MONZA E BRIANZA**

Elaborazione dati a cura del Centro Studi di Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza

La stima ha per oggetto i consumi generati dalla tredicesima mensilità 2024 dei lavoratori dipendenti e dei pensionati e delle spese aggiuntive dei lavoratori autonomi nella città metropolitana di Milano e nelle province di Lodi e Monza e Brianza. È stata inoltre svolta un'indagine volta all'analisi delle abitudini, dell'impiego della tredicesima e degli acquisti natalizi della popolazione delle province precedentemente citate.

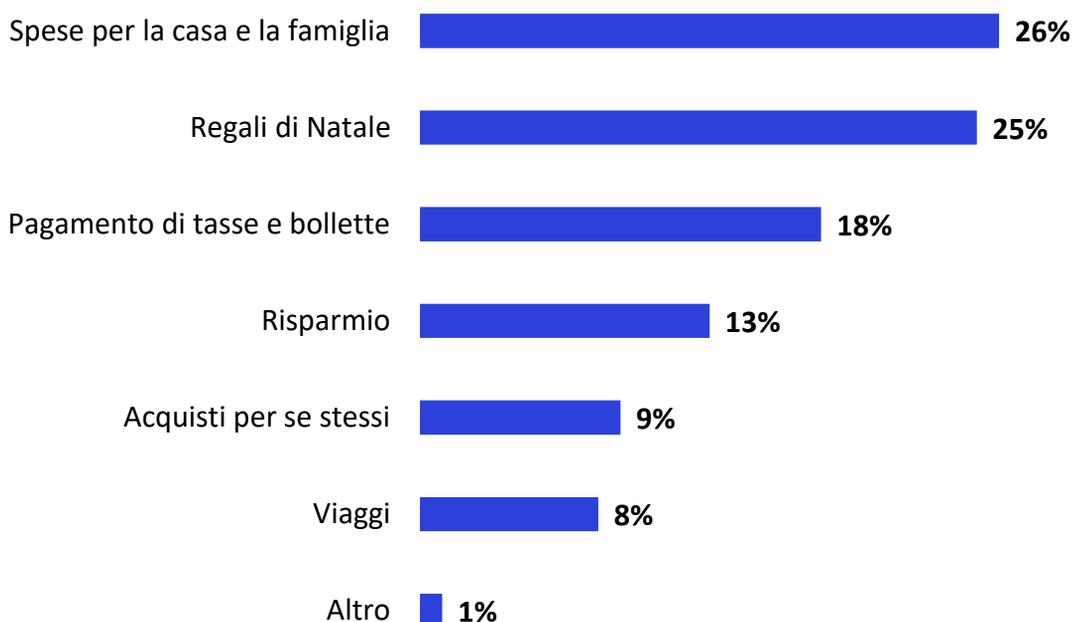
Il procedimento di stima è descritto nella nota metodologica insieme alle fonti statistiche utilizzate.

Nel nostro territorio il valore dei consumi generati dalla tredicesima 2024 si prevede essere pari a 5.052 milioni di euro correnti contro i 4.775 milioni di euro del 2023 (+6%) e contro i 3.225 milioni di euro del 2022 (+9%).

Nel 2024 la dinamica dei consumi natalizi, al netto dell'inflazione, continua ad essere positiva +4,9%, quale saldo tra un aumento del +5,1% a prezzi correnti e un'inflazione del +0,9%.

I principali fattori che hanno contribuito a sostenere la domanda finale di beni e servizi del nostro territorio sono:

- Le tredicesime nette di lavoratori e pensionati residenti in Lombardia che si prevede essere pari a 10.022 milioni di euro per un incremento del +5,3% rispetto al 2023 che vedeva le tredicesime pari a 9.513 milioni di euro. Il 78% dei soggetti della nostra indagine è lavoratore, seguono i pensionati (19%). Coloro che percepiscono la tredicesima (il 90% del totale) la spenderanno per



- Le pensioni in Lombardia, per le quali si prevede una crescita del +8,2% nel 2024 rispetto allo scorso anno, passando da 3.757 milioni di euro nel 2023 a 4.066 milioni di euro nel 2024.
- La continua crescita della spesa turistica di stranieri e italiani nel nostro territorio, che nel 2024 si prevedere raggiunga i 561,03 milioni di euro (+14,7% rispetto al 2023), grazie all'incremento previsto del +18,5% per il 2024 rispetto al 2023 delle presenze turistiche nel mese di dicembre.

La propensione al risparmio non apporta, invece, quel contributo positivo alla crescita che invece ha garantito fino al 2022, sull'onda lunga del periodo del Covid, durante il quale attività economiche e spostamenti erano ridotti.

Un altro fattore rilevante per l'andamento in crescita dei consumi generati dalla tredicesima 2024 è la diminuzione dell'incidenza di povertà delle famiglie, prevista per quest'anno nel nostro territorio: da 4,5% nel 2023 si riduce a 4,2% nel 2024 (fonte Istat e ActionAid).

Consumi generati dalla tredicesima nella Città Metropolitana di Milano e nelle province di Lodi e Monza Brianza

TIPOLOGIA BENI E SERVIZI	Consumi 2021 in milioni di € correnti	Consumi 2022 in milioni di € correnti	Consumi 2023 in milioni di € correnti	Consumi 2024 in milioni di € correnti
Spesa per beni	1.063 €	985 €	1.111 €	1.236 €
Viaggi e vacanze	209 €	288 €	314 €	406 €
Cene e pranzi fuori casa legati alla festività natalizia	68 €	103 €	98 €	97 €
Spesa per spettacoli, concerti, manifestazioni sportive	26 €	43 €	66 €	67 €
Spesa per altri servizi	2.657 €	3.225 €	3.187 €	3.246 €
Totale 13ma destinata ai consumi a prezzi correnti	4.023 €	4.644 €	4.775 €	5.052 €
Dinamica 13ma desitinata ai consumi a prezzi correnti	-	15,5%	2,8%	5,8%
Dinamica dei prezzi*	-	11,3%	0,8%	0,9%
Dinamica 13ma destinata ai consumi al netto dell'inflazione	-	4,1%	2,0%	4,9%
Indice prezzi ai consumi NIC	106,1	118,1	119,1	120,2
Quota beni su totale consumi	26,4%	21,2%	23,3%	24,5%

*Variazioni tendenziali

Fonte: Elaborazione Centro Studi Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza su dati Istat, Ufficio Studi Confcommercio Nazionale e altre fonti indicate nella nota metodologica.

La spesa per i beni dovrebbe attestarsi al valore di 1.236 milioni contro 1.111 milioni del 2023, per un incremento di 125 milioni di euro (+11,3%).

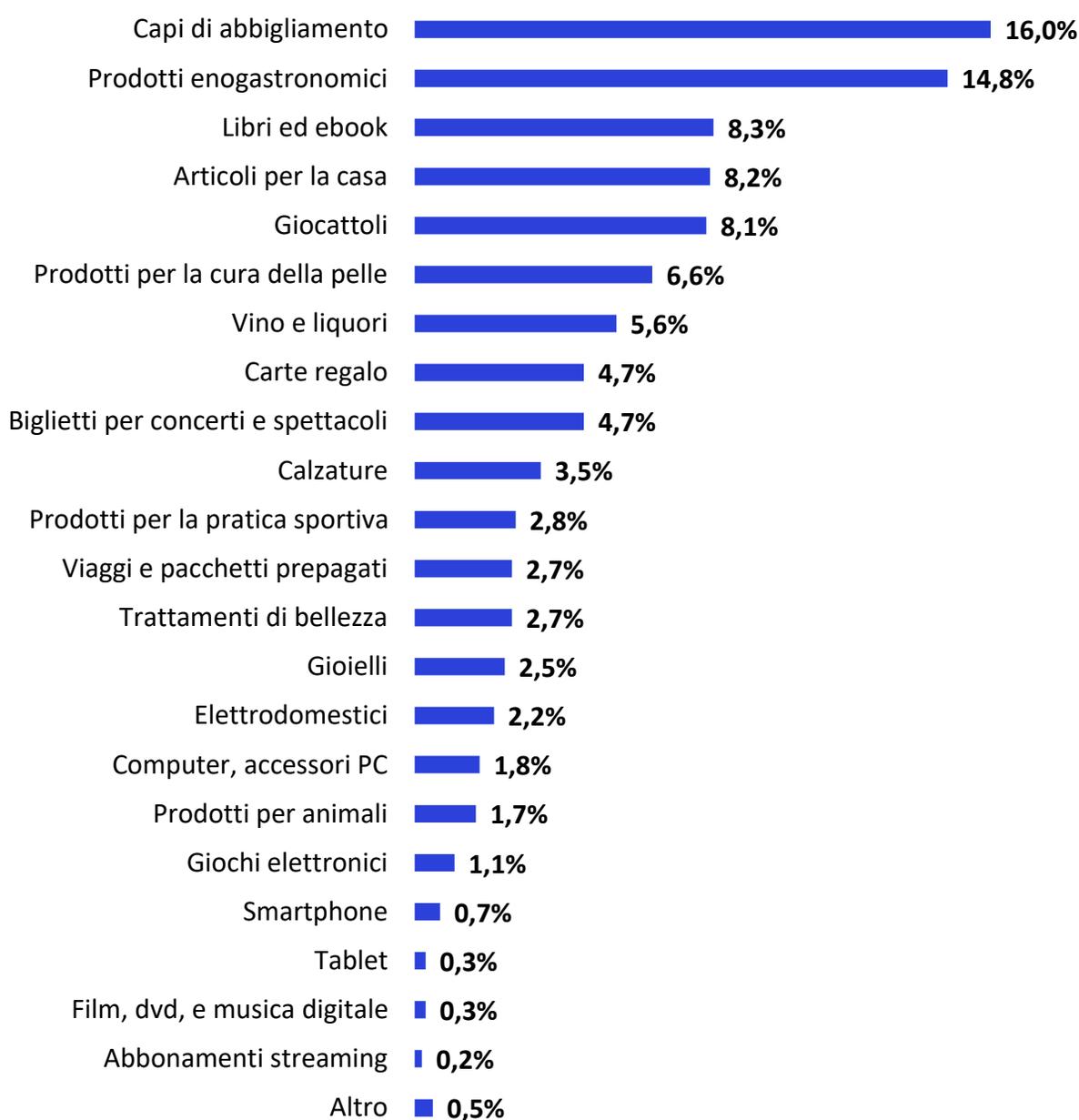
La spesa per viaggi e vacanze dovrebbe essere pari a 406 milioni, in crescita rispetto al 2023, in cui si è registrata una spesa pari a 314 milioni di euro; ciò è dovuto a una forte crescita della quota di spesa che gli italiani sono disposti a sostenere per recarsi all'estero.

Le cene e i pranzi fuori casa legati alla festività natalizia sono in lieve diminuzione rispetto al 2023 (97 milioni di euro nel 2024 contro 98 milioni di euro nel 2023); come si evince nel sondaggio presente nelle prossime pagine - elaborato dal Centro Studi di Milano Lodi Monza e Brianza - il 5% dei rispondenti consumerà il pranzo/la cena di Natale fuori casa (in ristoranti, agriturismi, trattorie).

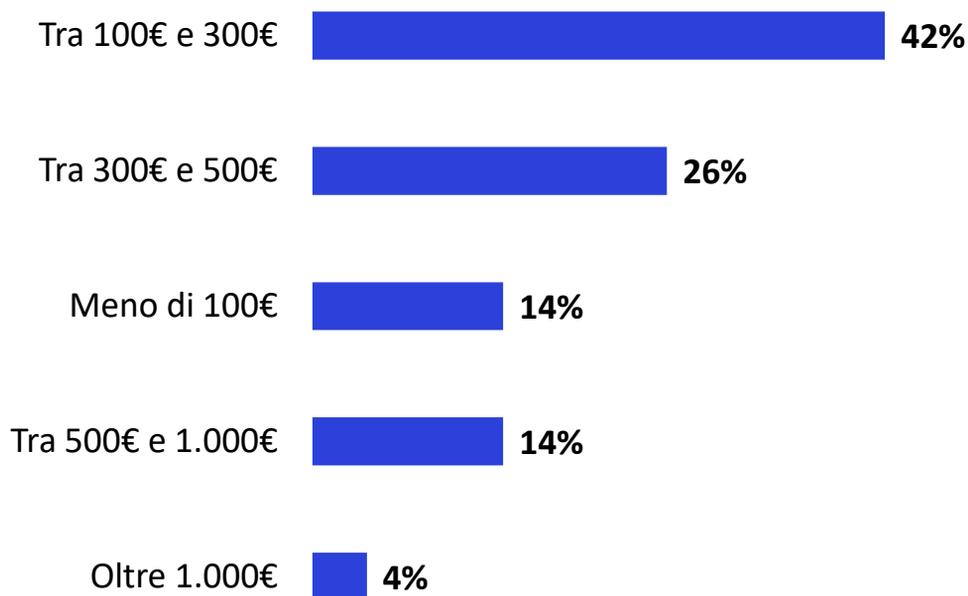
Un lieve miglioramento avviene nella spesa per spettacoli, concerti e manifestazioni sportive, si passa da 66 milioni di euro nel 2023 a 67 milioni di euro nel 2024.

Nel 2024 si prevede una spesa per altri servizi di 3.246 milioni di euro, +1,9% rispetto al 2023; un aggregato eterogeneo che comprende voci di consumo incompressibili (rate condominiali, mutui o rette scolastiche, premi assicurativi, spese mediche) insieme a voci di acquisto meno condizionate da vincoli di necessità (manutenzione di casa e automobile, riparazioni e pulizia di capi di abbigliamento, igiene della persona) fino a toccare ambiti che sconfinano nelle attività ricreative o di benessere personale (estetista, fitness, corsi di danza, di lingue, ecc.). Dai risultati dell'indagine emerge quali siano i beni e i servizi che i milanesi, i lodigiani e i brianzoli sono più propensi a regalare durante le festività natalizie del 2024 e il budget della spesa per gli acquisti.

Prodotti e servizi che verranno regalati a Natale

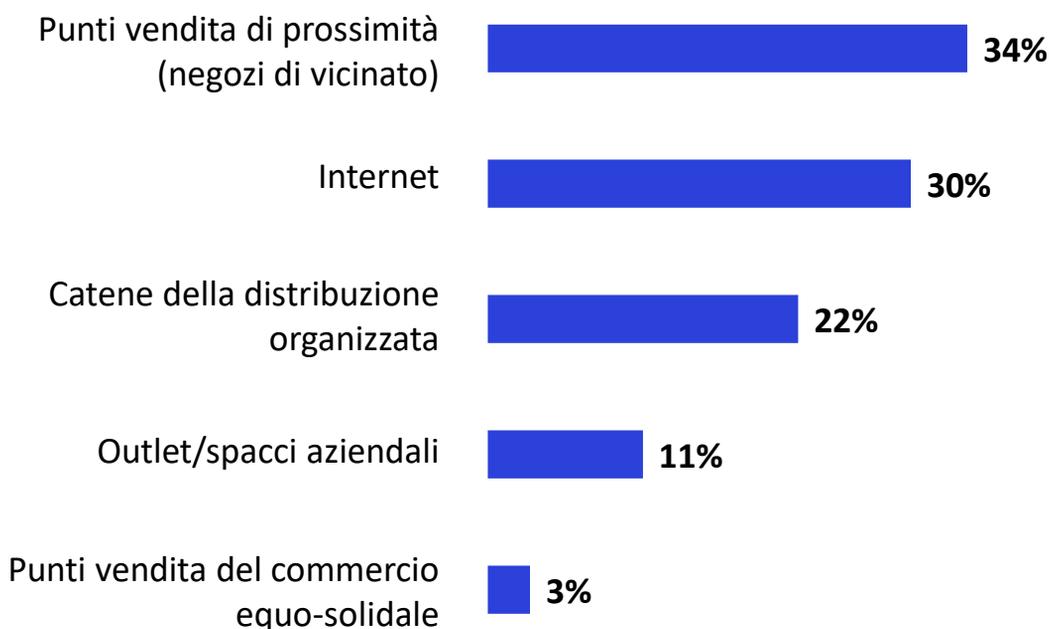


Budget della spesa per gli acquisti natalizi



I prodotti/servizi verranno acquistati prevalentemente presso i negozi di vicinato; a seguire gli altri canali di acquisto.

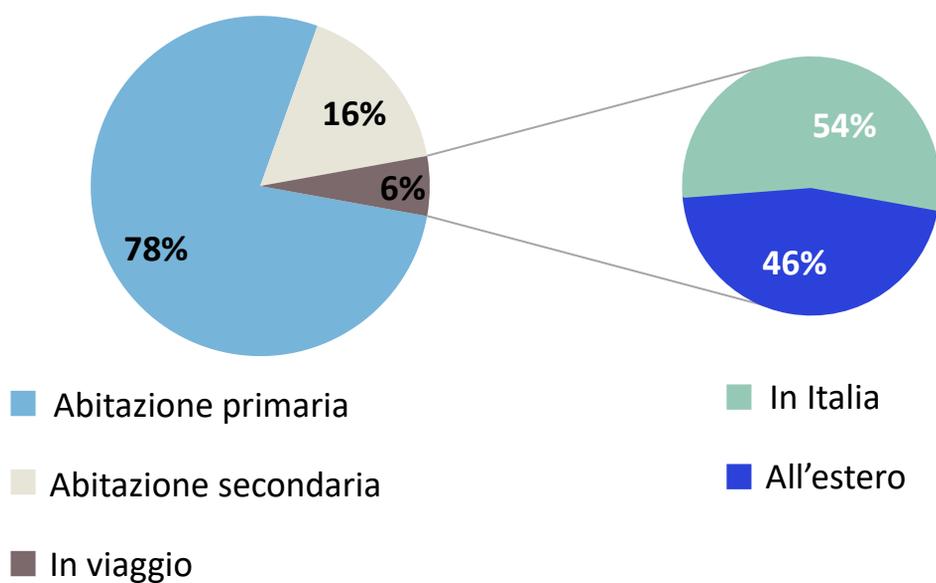
Canali di acquisto per i regali natalizi



Oltre all'analisi degli acquisti e dei consumi della tredicesima, l'indagine ha come obiettivo quello di individuare le abitudini della popolazione d'interesse durante le vacanze natalizie.

È stato chiesto ai rispondenti il luogo in cui trascorreranno le festività natalizie e dove consumeranno il pranzo/la cena di Natale.

La maggior parte della popolazione delle province di Milano, Lodi e Monza e Brianza passerà le vacanze nella propria abitazione primaria; a seguire in abitazione secondaria e in viaggio.



Il 94% svolgerà il pranzo/la cena di Natale in casa, il 5% fuori casa (al ristorante/agriturismo/trattoria/ecc..). La restante parte non festeggerà il Natale oppure lavorerà.

NOTA METODOLOGICA

Il procedimento di stima ha riguardato il valore dei consumi totali generati dalla tredicesima, il valore dei consumi relativi ai beni, viaggi e vacanze, ristorazione e spettacoli.

Consumi totali generati dalla tredicesima

1. Acquisizione del valore delle retribuzioni annue lorde dei dipendenti e dei relativi oneri previdenziali di fonte Istat in relazione al Reddito Disponibile delle famiglie 2021, 2022 in Lombardia e aggiornamento al 2023 e 2024 sulla base delle stime previsionali di Ref-Ricerche Srl; acquisizione del numero e dell'importo medio delle pensioni vigenti nel 2021, 2022, 2023 in Lombardia di fonte Inps.
2. Stima del valore della Tredicesima dei lavoratori dipendenti e dei pensionati al netto delle imposte Irpef sulla base dei dati MEF sulle dichiarazioni fiscali per regione e posizione professionale.
3. Stima dei consumi generati dalla Tredicesima dei lavoratori dipendenti e dei pensionati in Lombardia al valore 2) la quota di reddito accantonata per il risparmio sulla base della stima previsionale di Ref-Ricerche Srl.
4. Stima dei consumi aggiuntivi dei Lavoratori Autonomi della Lombardia sulla base del valore unitario dei consumi di cui al punto 3) e dei dati sul numero occupati indipendenti.
5. Somma dei due valori indicati al punto 3) e 4) per ottenere la stima dei consumi complessivi generati dalla Tredicesima in Lombardia.
6. Stima dei consumi complessivi generati dalla Tredicesima nella città metropolitana di Milano e nelle province di Lodi e Monza e Brianza, applicando al valore regionale il peso demografico del territorio delle aree provinciali indicate.
7. Stima dei consumi aggiuntivi dei turisti sulla base di stime condotte sui dati del turismo di fonte Banca di Italia e Istat.

INDICATORI	2021	2022	2023	2024
LOMBARDIA CONSUMI 13ma e autonomi in milioni di euro	8.470	9.724	9.876	10.334
Popolazione residente della Lombardia	9.981.554	9.943.004	9.976.509	10.020.528
Popolazione residente delle province di Mi Lo e MB	4.339.269	4.312.364	4.329.748	4.355.072
Quota popolazione MI LO MB su Lombardia	0,4347	0,4337	0,4340	0,4346
MI LO MB CONSUMI 13ma e autonomi in milioni di euro	3.682	4.217	4.286	4.491
Arrivi turistici a MI LO MB nel mese di dicembre	589.689	800.799	880.192	1.043.259
Spesa turistica per viaggiatore (arrivi)	577,15	533,41	555,67	537,77
Spesa turistica totale in euro	340,34	427,15	489,09	561,03
MI LO MB CONSUMI 13ma e autonomi + TURISTI in milioni di euro	4.023	4.644	4.775	5.052

È importante sottolineare che la diffusione dei dati sul reddito disponibile più recente (quest'anno il 2022) è accompagnata da una revisione dei dati dei due anni precedenti. Inoltre le previsioni per i due anni successivi a quello disponibile sono aggiornate di anno in anno e possono cambiare in misura significativa, quando al dato stimato si sostituisce quello rilevato a consuntivo. Ciò significa che non è possibile confrontare la serie storica 2021-2023 del comunicato dell'anno scorso con quella di quest'anno, perché sono originate da dati e stime differenti per tutti gli anni presi in esame.

Consumi dei beni

Le vendite natalizie di beni sono state definite in base ai consumi territoriali SEC e alla serie storica mensile dell'indice delle vendite al dettaglio (con anno base 2021), assumendo l'ipotesi restrittiva che la dinamica delle vendite in Lombardia e nell'area della città metropolitana di Milano e nelle province di Lodi e Monza Brianza si comporti come quella dell'intera nazione:

1. La serie storica mensile lombarda del fatturato totale dei beni da gennaio 2019 a ottobre 2023 è stata ottenuta applicando ai valori dell'anno base i coefficienti di variazione calcolati sulla base dei corrispondenti indici nazionali delle vendite al dettaglio, gli indici dei mesi di novembre 2023 e dicembre 2023 sono stati stimati con la procedura di Box-Jenkins applicata a un modello statistico SARIMA.
2. La struttura della spesa natalizia per i beni nel commercio al dettaglio del 2021 è stata ottenuta sottraendo al valore del mese di dicembre la media degli undici mesi precedenti; ciò ha permesso di definire quella parte di consumi "stagionali" che sono riferiti alla festività natalizia. Per gli anni successivi (2022, 2023, 2024) sono stati applicati gli indici della spesa media pro capite per i regali di Natale, forniti da Confcommercio nazionale (il valore dell'indice del 2024 è stato stimato con la procedura previsionale precedentemente citata).

Viaggi e vacanze, ristorazione, spettacoli

In relazione ai **viaggi e alle vacanze** la stima è riferita alle persone residenti nel territorio della città metropolitana di Milano e nelle province di Lodi e Monza Brianza, che nel mese di dicembre spendono parte della loro tredicesima per una vacanza in albergo o per l'acquisto di un pacchetto vacanze in agenzia viaggi.

Il processo di stima si sviluppa secondo i seguenti passaggi:

- La spesa complessiva dei turisti residenti diretti all'estero si è ottenuta moltiplicando in un primo momento la spesa lombarda stimata per il IV trimestre 2024 (è stata applicata la procedura di Box-Jenkins su modelli SARIMA, realizzata con il programma R, a fini previsti, sulla serie storica divulgata da Banca d'Italia della spesa dei viaggiatori lombardi all'estero per gli ultimi due trimestri mancanti dell'anno di riferimento) per il peso demografico della città metropolitana di Milano e delle province di Lodi e Monza e Brianza sulla Lombardia. Ciò che si è ottenuto è stato moltiplicato per il peso demografico di dicembre sul IV trimestre 2024.
- Le presenze dei turisti milanesi, lodigiani e brianzoli diretti in Italia nel mese di dicembre sono state stimate moltiplicando il peso della popolazione di Milano, Lodi, Monza Brianza su quella italiana per la stima delle presenze italiane in Italia nel mese di dicembre 2024, ottenuta applicando alla serie storica dei dati nazionali 2021-2024 sul movimento dei turisti italiani negli esercizi ricettivi a cura di ISTAT la procedura di Box-Jenkins su modelli SARIMA, realizzata con il programma R, a fini previsti, per i mesi mancanti dell'anno di riferimento
- La spesa dei turisti residenti in tale territorio e diretti ad un luogo di vacanza ubicato in Italia è stata stimata moltiplicando le presenze dei turisti milanesi, lodigiani e brianzoli diretti in Italia nel mese di dicembre precedentemente calcolate per il rapporto tra la spesa totale dei viaggiatori italiani e il numero di pernottamenti italiani (fonte Banca d'Italia), stimati con la stessa procedura citata nei punti precedenti.

In relazione ai **servizi di ristorazione** l'effetto Natale è stimato sulla base delle rilevazioni FIPE a livello nazionale; la trasposizione dal dato nazionale a quello della città metropolitana di Milano e delle province di Lodi e Monza Brianza sul totale regionale è stata ottenuta in base al peso occupazionale di questa area nei servizi di ristorazione.

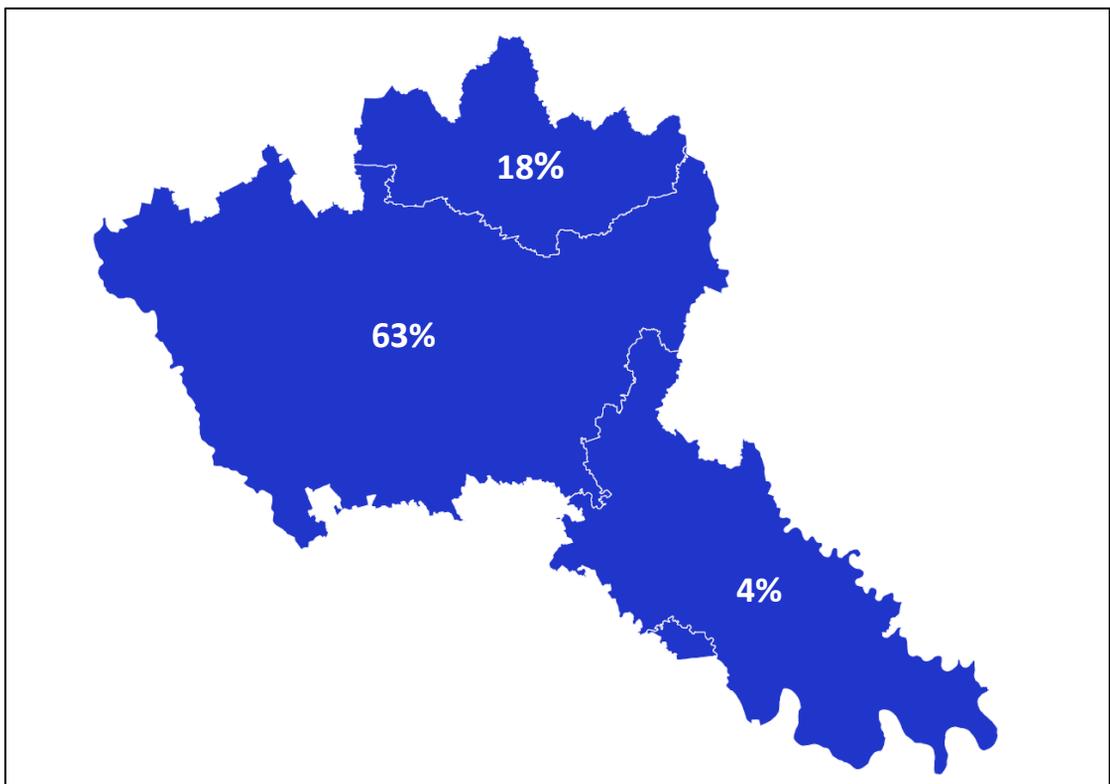
In relazione ai **servizi di spettacoli** la spesa del pubblico 2021, 2022 e 2023 per spettacoli, concerti e manifestazioni sportive del mese di dicembre è tratta dai relativi Annuari SIAE dello Spettacolo per la città metropolitana di Milano e le province di Lodi e Monza Brianza e, quindi, sommata per ottenere il valore complessivo dell'intero territorio di riferimento di Confcommercio MI LO MB. Il valore 2023 è stato aggiornato al 2024 tramite il coefficiente di variazione dell'indice congiunturale commercio (ICC) dei servizi ricreativi, elaborato a cadenza mensile dall' Ufficio Studi di Confcommercio Nazionale e disponibile fino a settembre.

Generalità dei 653 soggetti coinvolti nell'indagine

- Genere ed età:

	Femmina	Maschio	Altro
18-39 anni	15,2%	7,8%	0%
40-59 anni	34,5%	11,2%	0,2%
60 anni e oltre	22,8%	8,3%	0%

- Ripartizione del campione per provincia di residenza:



Il restante 15% proviene dall'esterno.

- Stato occupazionale:

	Femmina	Maschio	Altro
Lavoratore	55,3%	22,4%	0,2%
Disoccupato	2,1%	0,2%	0,0%
Pensionato	14,5%	4,4%	0,0%
Studente	0,6%	0,3%	0,0%