



**CONFCOMMERCIO**

**IMPRESE PER L'ITALIA**

---

**MILANO • LODI • MONZA E BRIANZA**

**INDAGINE E ANALISI DEI CONSUMI GENERATI  
DALLA TREDICESIMA 2025 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 2025 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 2025 si prevede essere pari a 5.170 milioni di euro correnti contro i 5.052 milioni di euro del 2024 (+2%) e contro i 4.775 milioni di euro del 2023 (+8%).

Nel 2025 la dinamica dei consumi natalizi, al netto dell'inflazione, continua ad essere positiva +1,4%, quale saldo tra un aumento del +2,3% 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 11.296 milioni di euro per un incremento del +12,7% rispetto al 2024 che vedeva le tredicesime pari a 10.022 milioni di euro.
- Le pensioni in Lombardia, per le quali si prevede una crescita del +2,1% nel 2025 rispetto allo scorso anno, passando da 4.066 milioni di euro nel 2024 a 4.153 milioni di euro nel 2025.
- La continua crescita della spesa turistica di stranieri e italiani nel nostro territorio, che nel 2025 si prevedere raggiunga i 519 milioni di euro (-7,5% rispetto al 2024), a causa della diminuzione prevista del -1,3% per il 2025 rispetto al 2024 delle presenze turistiche nel mese di dicembre.

Va segnalato che la crescita dell'importo della tredicesima destinata ai consumi al netto dell'inflazione (+1,4%) è la più contenuta degli ultimi quattro anni.

Tale rallentamento può essere ricondotto alla lieve riduzione della propensione al risparmio (che dal 2024 al 2025 scende a di 0,2 punti percentuali) e all'aumento dell'incidenza di povertà delle famiglie (da 4,2% a 4,3%) nell'area delle province di nostro interesse (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 2022 in milioni di € correnti	Consumi 2023 in milioni di € correnti	Consumi 2024 in milioni di € correnti	Consumi 2025 in milioni di € correnti
Spesa per beni	985 €	1.111 €	1.236 €	1.376 €
Viaggi e vacanze	288 €	314 €	321 € <sup>(1)</sup>	279 €
Cene e pranzi fuori casa legati alla festività natalizia	103 €	98 €	97 €	98 €
Spesa per spettacoli, concerti, manifestazioni sportive	43 €	66 €	67 €	69 €
Spesa per altri servizi	3.225 €	3.187 €	3.246 €	3.348 €
Totale 13ma destinata ai consumi a prezzi correnti	4.644 €	4.775 €	5.052 €	5.170 €
Dinamica 13ma destinata ai consumi a prezzi correnti	15,5%	2,8%	5,8%	2,3%
Dinamica dei prezzi <sup>(2)</sup>	11,3%	0,8%	0,9%	0,9%
Dinamica 13ma destinata ai consumi al netto dell'inflazione	4,1%	2,0%	4,9%	1,4%
Indice prezzi al consumi NIC	118,1	119,1	120,2	121,3
Quota beni su totale consumi	21,2%	23,3%	24,5%	26,6%

<sup>(1)</sup> Il dato è stato aggiornato in seguito alla pubblicazione dei dati definitivi di Banca d'Italia.

<sup>(2)</sup> 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 1.376 milioni contro 1.236 milioni del 2024, per un incremento di 140 milioni di euro (+11,3%).

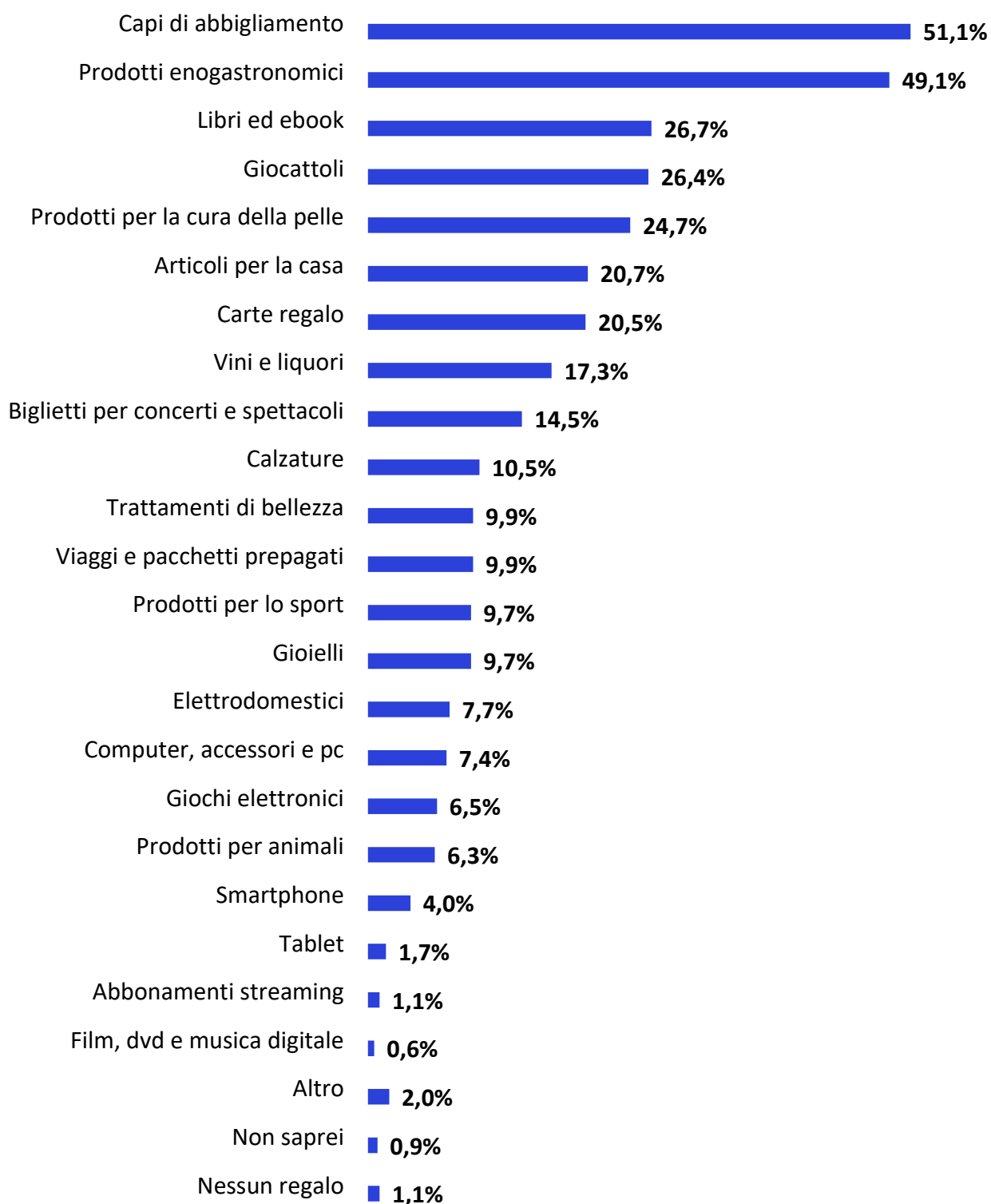
La spesa per viaggi e vacanze dovrebbe essere pari a 279 milioni, in diminuzione rispetto al 2024, in cui si è registrata una spesa pari a 321 milioni di euro.

Le cene e i pranzi fuori casa legati alla festività natalizia sono in lieve aumento rispetto al 2024 (98 milioni di euro nel 2025 contro 97 milioni di euro nel 2024); come si evince nel sondaggio presente nelle prossime pagine - elaborato dal Centro Studi di Milano Lodi Monza e Brianza – l'8% dei rispondenti consumerà il pranzo/la cena di Natale fuori casa (in ristoranti, agriturismi, trattorie); il 92% svolgerà il pranzo/la cena di Natale in casa.

Un lieve miglioramento avviene nella spesa per spettacoli, concerti e manifestazioni sportive, si passa da 67 milioni di euro nel 2024 a 69 milioni di euro nel 2025.

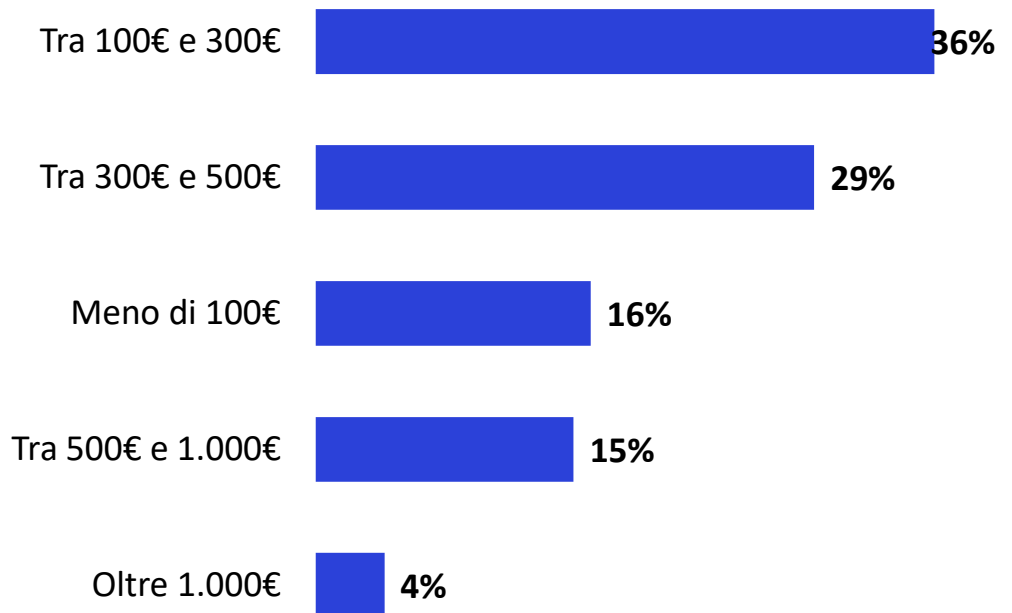
Nel 2025 si prevede una spesa per altri servizi di 3.348 milioni di euro, +3,1% rispetto al 2024; un aggregato eterogeneo che comprende voci di consumo incompressibili (rate condominiali, mutui o rette scolastiche, premi assicurativi, spese mediche) insieme a voci di acquisto meno condizionate da vincoli 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 2025 e il budget della spesa per gli acquisti.

## Prodotti e servizi che verranno regalati a Natale



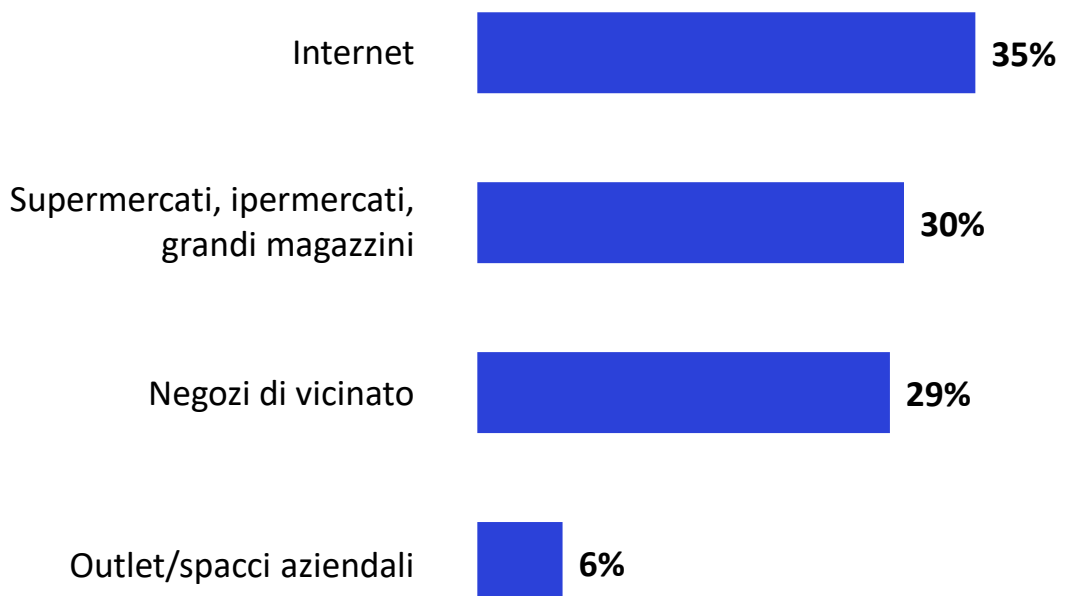
*Domanda a risposta multipla*

### Budget della spesa per gli acquisti natalizi



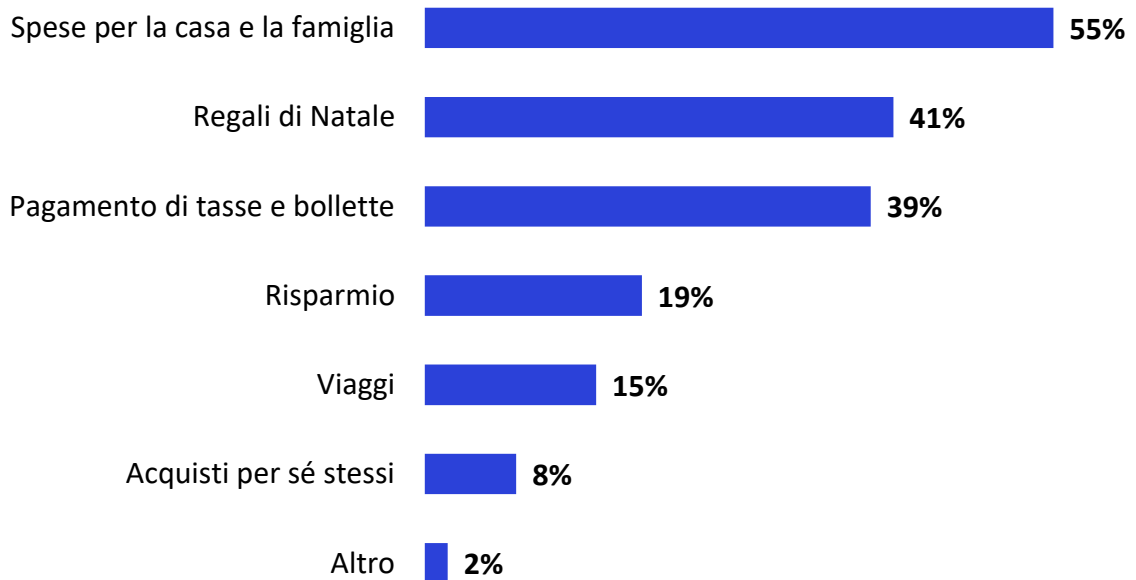
I prodotti/servizi verranno acquistati prevalentemente su internet; a seguire gli altri canali di acquisto.

### Canali di acquisto per i regali natalizi



## Budget della spesa per gli acquisti natalizi

Il 97,7% dei soggetti della nostra indagine è lavoratore. Coloro che percepiscono la tredicesima (il 99% del totale, sommando ai lavoratori anche i pensionati) la spenderanno per

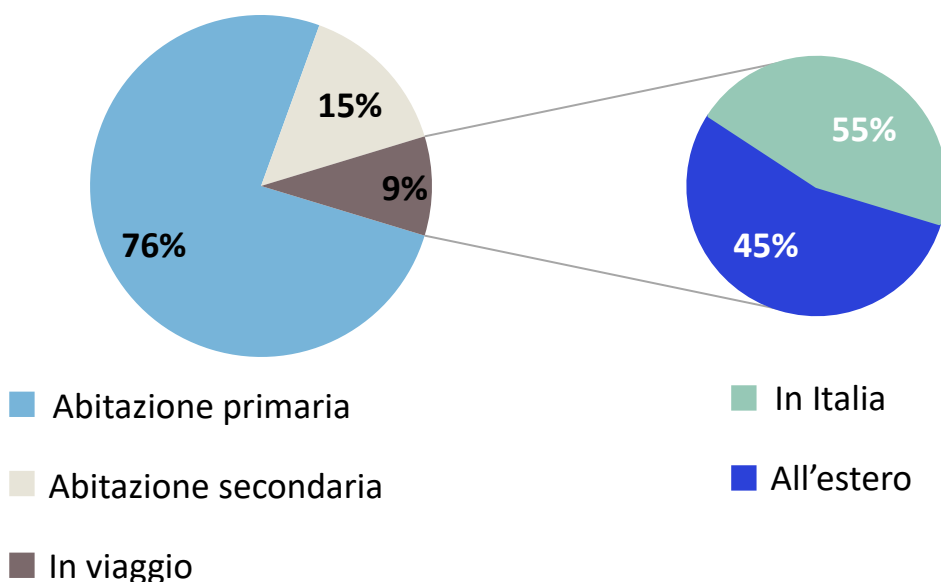


*Domanda a risposta multipla*

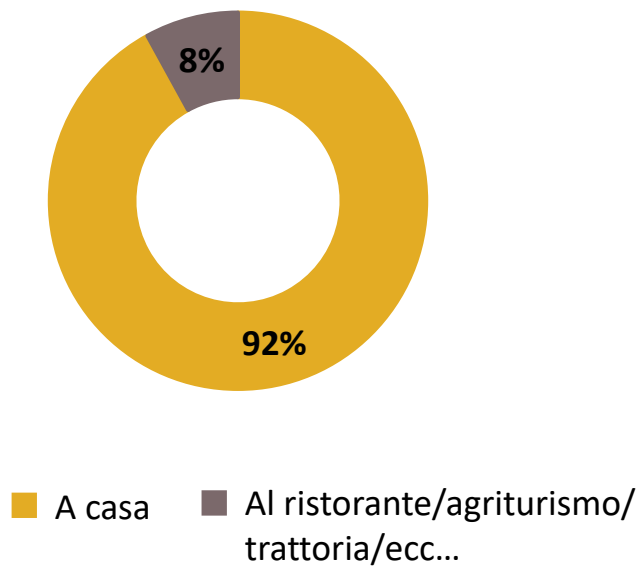
Oltre all'analisi degli acquisti e dei consumi della tredicesima, l'indagine ha come obiettivo quello di individuare le abitudini della popolazione d'interesse durante le vacanze natalizie.

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.



I residenti delle nostre province di interesse trascorreranno il pranzo/la cena di Natale:





## 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 2022, 2023 in Lombardia e aggiornamento al 2024 e 2025 sulla base delle stime previsionali di Ref-Ricerche Srl; acquisizione del numero e dell'importo medio delle pensioni vigenti nel 2022, 2023, 2024 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 ai punti 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	2022	2023	2024	2025
<b>LOMBARDIA CONSUMI 13ma e autonomi in milioni di euro</b>	<b>9.724</b>	<b>9.876</b>	<b>10.334</b>	<b>10.710</b>
Popolazione residente della Lombardia	9.943.004	9.976.509	10.020.528	10.035.481
Popolazione residente delle province di Mi Lo e MB	4.312.364	4.329.748	4.355.072	4.357.822
Quota popolazione MI LO MB su Lombardia	0,4337	0,4340	0,4346	0,4342
<b>MI LO MB CONSUMI 13ma e autonomi in milioni di euro</b>	<b>4.217</b>	<b>4.286</b>	<b>4.491</b>	<b>4.651</b>
Arrivi turistici a MI LO MB nel mese di dicembre	800.799	880.192	1.043.259	1.030.201
Spesa turistica per viaggiatore (arrivi)	533,41	555,67	537,77	503,60
Spesa turistica totale in euro	427,15	489,09	561,03	518,81
<b>MI LO MB CONSUMI 13ma e autonomi + TURISTI in milioni di euro</b>	<b>4.644</b>	<b>4.775</b>	<b>5.052</b>	<b>5.170</b>

È importante sottolineare che la diffusione dei dati sul reddito disponibile più recente (quest'anno il 2023) 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 2022-2024 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 settembre 2025 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 ottobre, novembre

e dicembre 2025 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, 2025) sono stati applicati gli indici della spesa media pro capite per i regali di Natale, forniti da Confcommercio nazionale (il valore dell’indice del 2025 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 2025 (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 2025.
- 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 2025, ottenuta applicando alla serie storica dei dati nazionali 2021-2025 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.

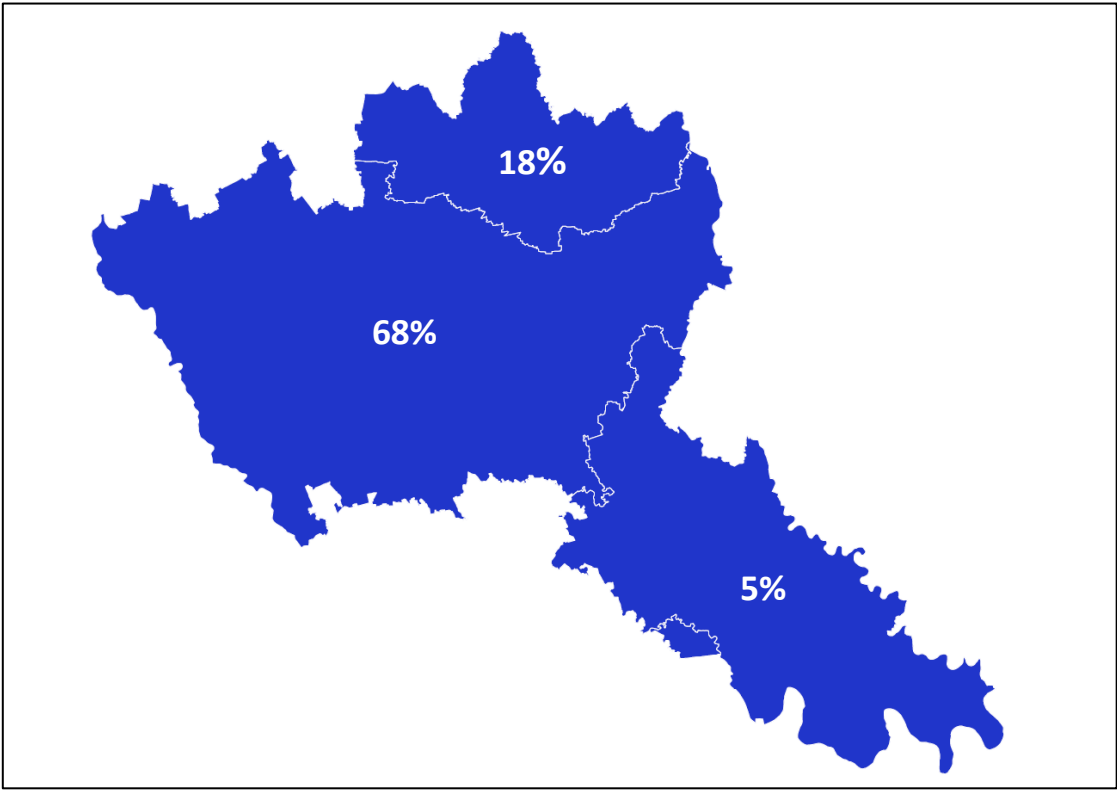
In relazione ai **servizi di spettacoli** la spesa del pubblico 2022, 2023 e 2024 per spettacoli, concerti e manifestazioni sportive del mese di dicembre è tratta dai relativi Annuari SIAE dello Spettacolo per la città metropolitana di Milano e le province di Lodi e Monza Brianza e, quindi, sommata per ottenere il valore complessivo dell'intero territorio di riferimento di Confcommercio MI LO MB. Il valore 2024 è stato aggiornato al 2025 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 352 soggetti coinvolti nell'indagine**

- Genere ed età:

	Femmina	Maschio	Altro	Preferisco non rispondere
18-24 anni	2,0%	0,6%	0,0%	0,6%
25-34 anni	6,5%	4,3%	0,0%	0,3%
35-44 anni	9,9%	8,5%	0,3%	0,3%
45-54 anni	19,3%	6,8%	0,3%	0,6%
55-64 anni	27,3%	9,1%	0,0%	0,0%
65 anni+	1,7%	1,7%	0,0%	0,0%

- Ripartizione del campione per provincia di residenza:



Il restante 9% proviene dall'esterno.

- Stato occupazionale:

	Femmina	Maschio	Altro	Preferisco non rispondere
Lavoratore	65,6%	29,8%	0,6%	1,7%
Pensionato	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%
Casalinga/o	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Altro	0,6%	0,9%	0,0%	0,0%