

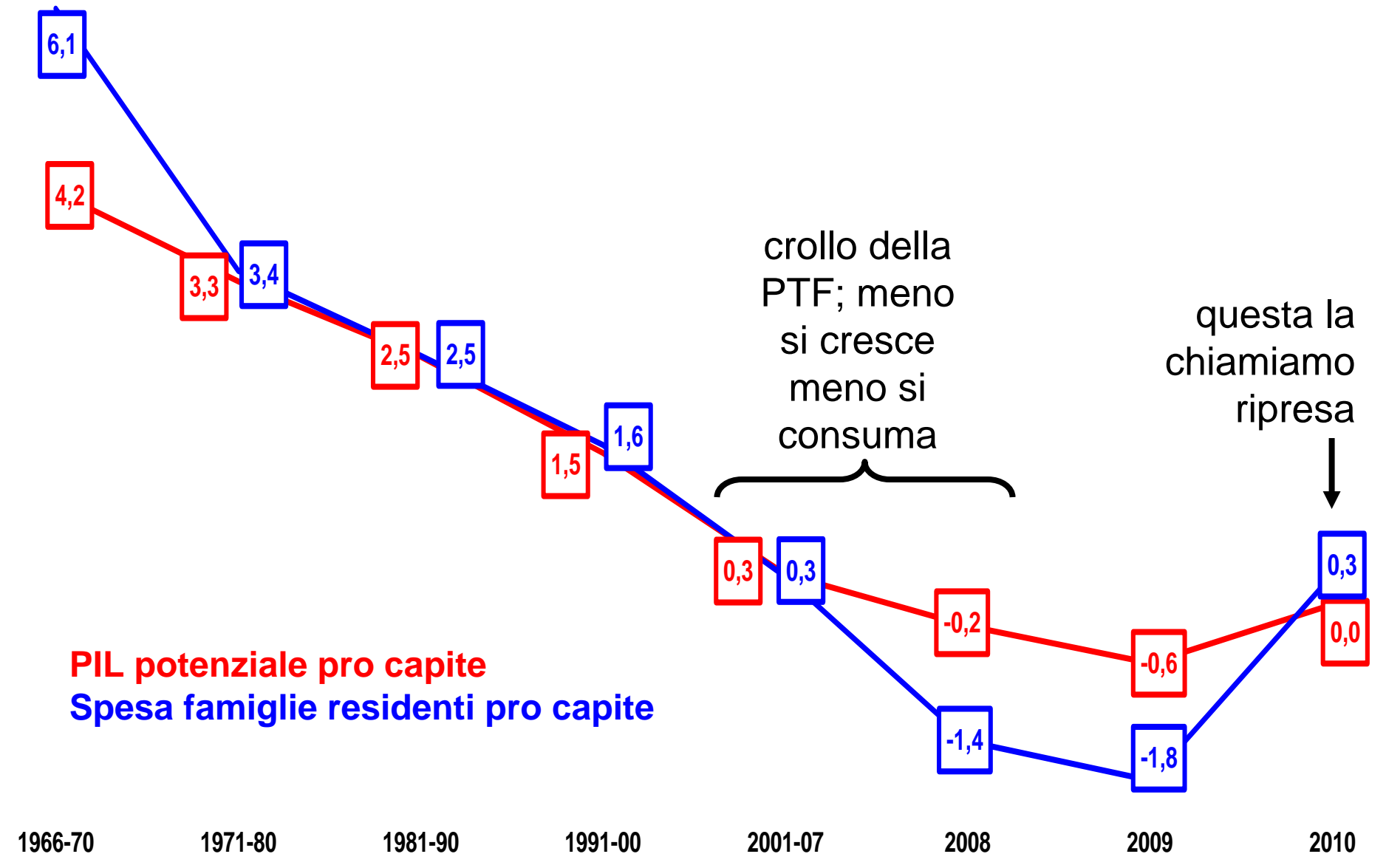
# **INCONTRO DITECH**

**la recessione, i consumi, la ripresa  
(ovvero: tira una gran brutta aria, e la crisi  
finanziaria c'entra solo indirettamente)**

**Milano  
27 maggio 2009**

**MARIANO BELLA**

# IN ITALIA, SOVRAPPOSIZIONE DI DUE CRISI EFFETTI SUI CONSUMI DELLE FAMIGLIE



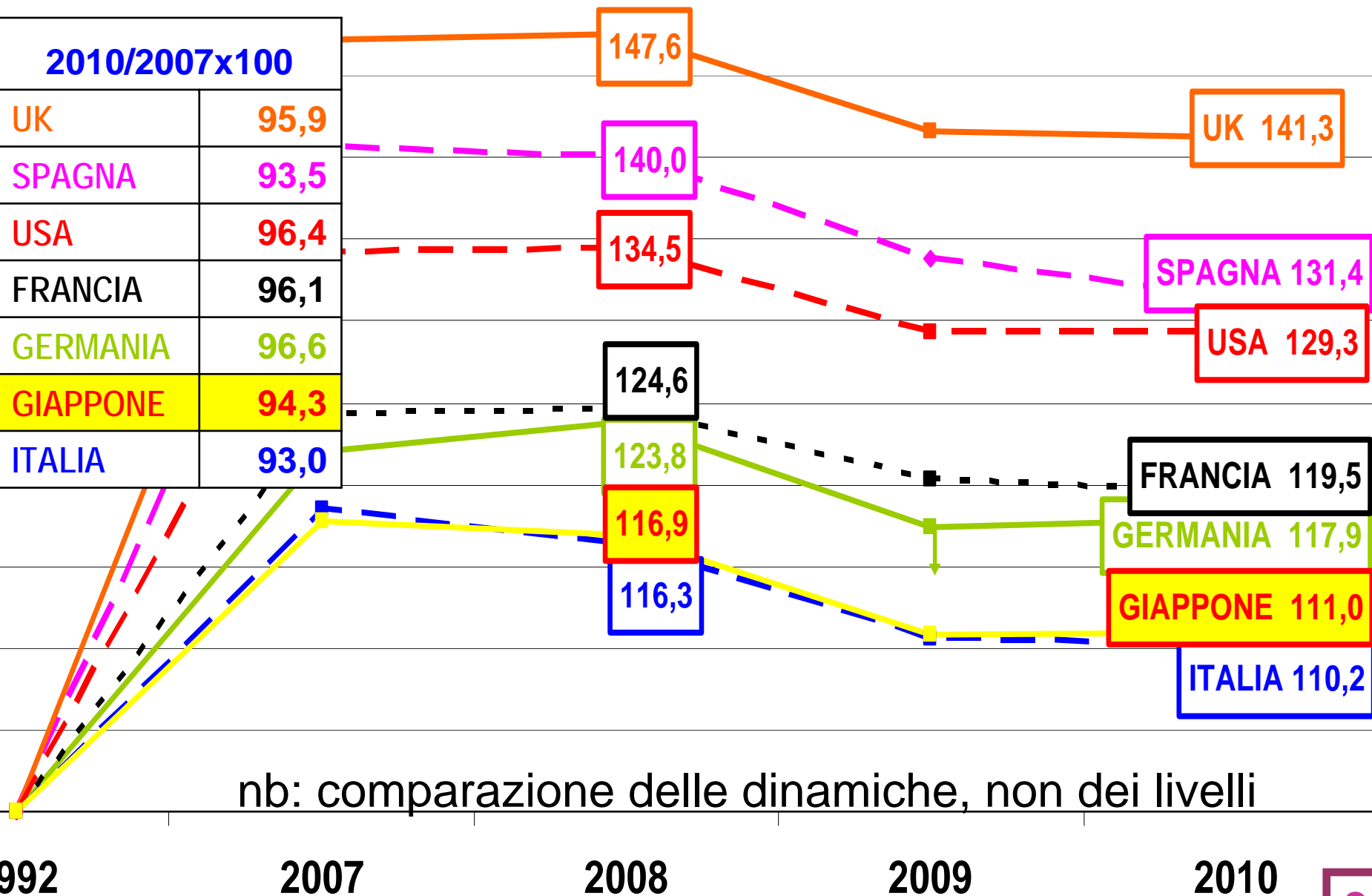
crollo della PTF; meno si cresce meno si consuma

questa la chiamiamo ripresa

**PIL potenziale pro capite**  
**Spesa famiglie residenti pro capite**

# LA CRISI E' GRAVISSIMA E TENDE ALLA DEPRESSIONE MA E' UGUALE PER TUTTI? PIL REALE PRO CAPITE 1999=100

2010/2007x100	
UK	95,9
SPAGNA	93,5
USA	96,4
FRANCIA	96,1
GERMANIA	96,6
GIAPPONE	94,3
ITALIA	93,0



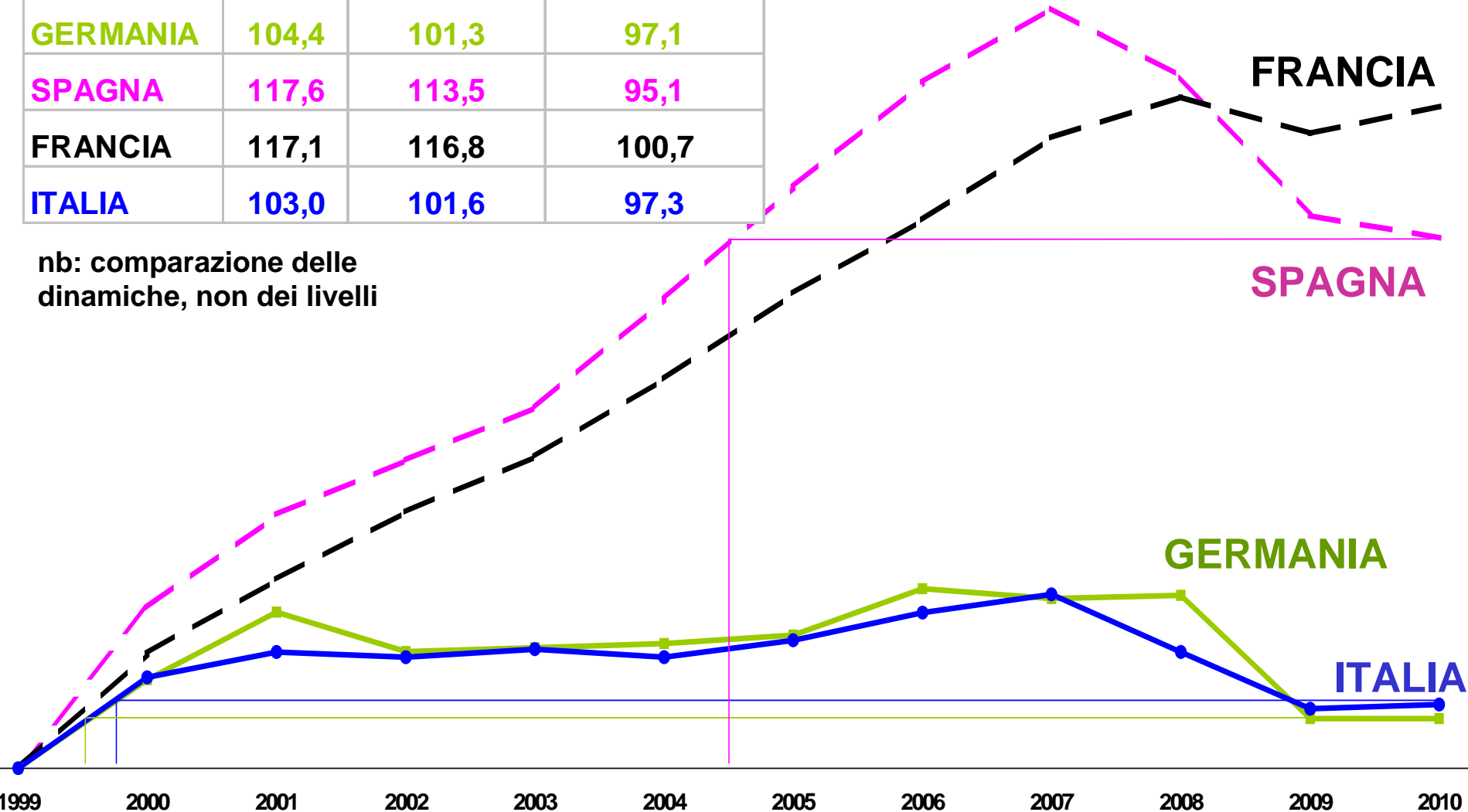
# LA CRISI E' UGUALE PER TUTTI?

## INDICI DEI CONSUMI (DELLE FAMIGLIE) PRO CAPITE

ZOOM ULTIMO DECENNIO, 1999 = 1000

	2008	2010	2010/2007x100
<b>GERMANIA</b>	<b>104,4</b>	<b>101,3</b>	<b>97,1</b>
<b>SPAGNA</b>	<b>117,6</b>	<b>113,5</b>	<b>95,1</b>
<b>FRANCIA</b>	<b>117,1</b>	<b>116,8</b>	<b>100,7</b>
<b>ITALIA</b>	<b>103,0</b>	<b>101,6</b>	<b>97,3</b>

nb: comparazione delle  
dinamiche, non dei livelli



# LA PRODUTTIVITA' IN ITALIA: UN PROBLEMA CENTRALE PER I SERVIZI ED IL COMMERCIO... siamo a una svolta obbligata

	2008	Δ% 03-08	VA/ULA E ULA
Agricoltura	22045	17,2	-7,1
Industria	54817	-0,7	1,1
Servizi	59890	0,9	4,6
<b>Ingresso</b>	<b>61074</b>	<b>-2,1</b>	<b>2,7</b>
Dettaglio	31962	-2,1	-2,6
Alberghi, campeggi e altro	40946	-4,7	5,3
Ristoranti, bar e mense	35799	0,3	2,2
Trasporti terrestri	53174	1,9	7,2
Trasporti marittimi e aerei	51966	-12,1	5,8
Poste e telecomunicazioni	116584	32,0	-2,9
Attività ricreative e altro	51865	0,4	4,8
Attività immobiliari e altro	955902	-5,9	11,4
Informatica e ricerca	54258	-1,9	4,4
Servizi alle imprese	42627	-10,4	13,8
Altri servizi (compresa PA)	52461	5,9	4,1
<b>Totale valore aggiunto</b>	<b>56525</b>	<b>1,4</b>	<b>2,9</b>

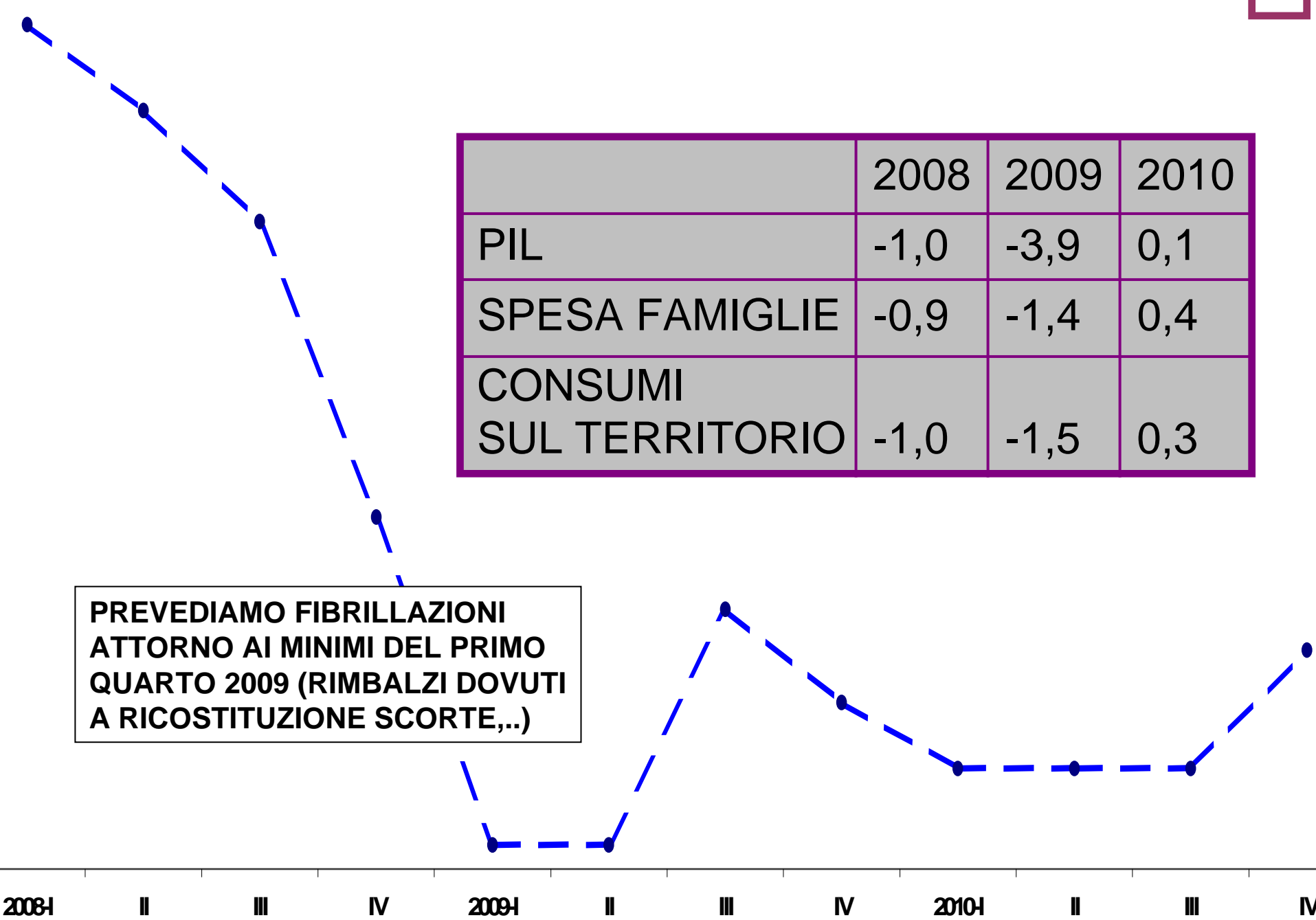
Valore aggiunto ai prezzi base per ULA per branca di attività economica, livelli in euro correnti e var. % cumulate in termini reali, valori concatenati, riferimento anno 2000 (USC su ISTAT).

# UN RUOLO DECISIVO PER IL CAPITALE TECNOLOGICO (INNOVAZIONE: UN PROBLEMA CENTRALE PER I SERVIZI ED IL COMMERCIO)

	<b>KTIC SU K (%)</b>	<b>KTIC X ADDETTO*</b>	<b>PM KTIC (euro)</b>	<b>PM KNTIC (euro)</b>
<b>Agricoltura</b>	<b>0,3</b>	<b>6,3</b>	<b>n.d.</b>	<b>0,02</b>
<b>Industria in senso stretto</b>	<b>4,9</b>	<b>84,4</b>	<b>0,20</b>	<b>0,04</b>
<b>Costruzioni</b>	<b>5,6</b>	<b>27,5</b>	<b>0,44</b>	<b>0,11</b>
<b>Commercio</b>	<b>9,4</b>	<b>61,3</b>	<b>0,25</b>	<b>0,11</b>
<b>Alberghi e ristoranti</b>	<b>4,0</b>	<b>28,5</b>	<b>0,41</b>	<b>0,07</b>
<b>Trasporti e altro</b>	<b>18,3</b>	<b>592,5</b>	<b>0,12</b>	<b>0,03</b>
<b>Intermediazione finanziaria</b>	<b>19,9</b>	<b>392,1</b>	<b>0,22</b>	<b>0,07</b>
<b>Serv. imprese, imm., ricerca</b>	<b>2,7</b>	<b>116,5</b>	<b>0,51</b>	<b>0,02</b>
<b>Altre attività di servizi</b>	<b>5,6</b>	<b>57,2</b>	<b>0,47</b>	<b>0,05</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>6,1</b>	<b>100,0</b>	<b>0,29</b>	<b>0,04</b>

\* INDICE ITALIA = 100

# IL PROFILO CONGIUNTURALE DEL PIL

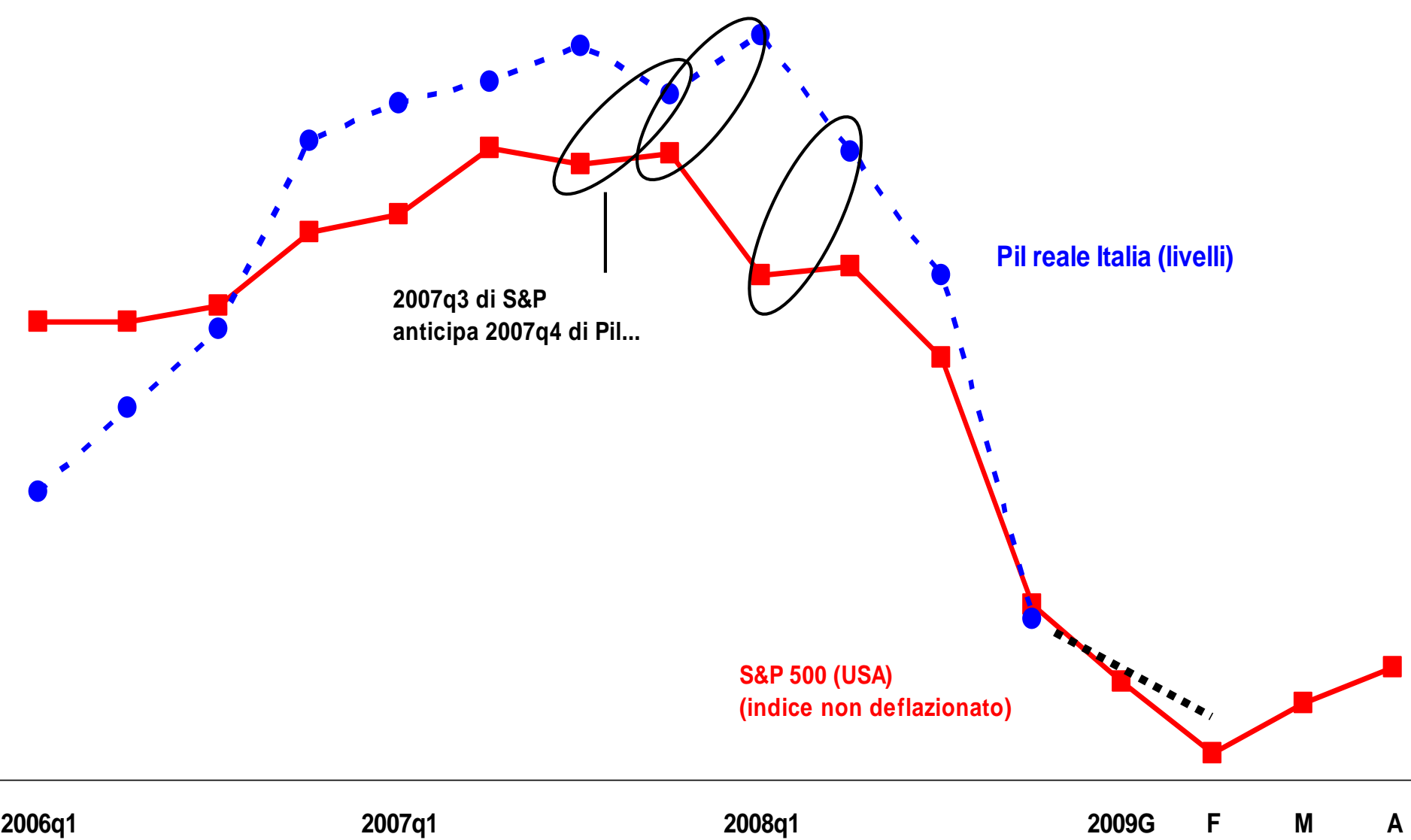


	2008	2009	2010
PIL	-1,0	-3,9	0,1
SPESA FAMIGLIE	-0,9	-1,4	0,4
CONSUMI SUL TERRITORIO	-1,0	-1,5	0,3

**PREVEDIAMO FIBRILLAZIONI  
ATTORNO AI MINIMI DEL PRIMO  
QUARTO 2009 (RIMBALZI DOVUTI  
A RICOSTITUZIONE SCORTE,..)**

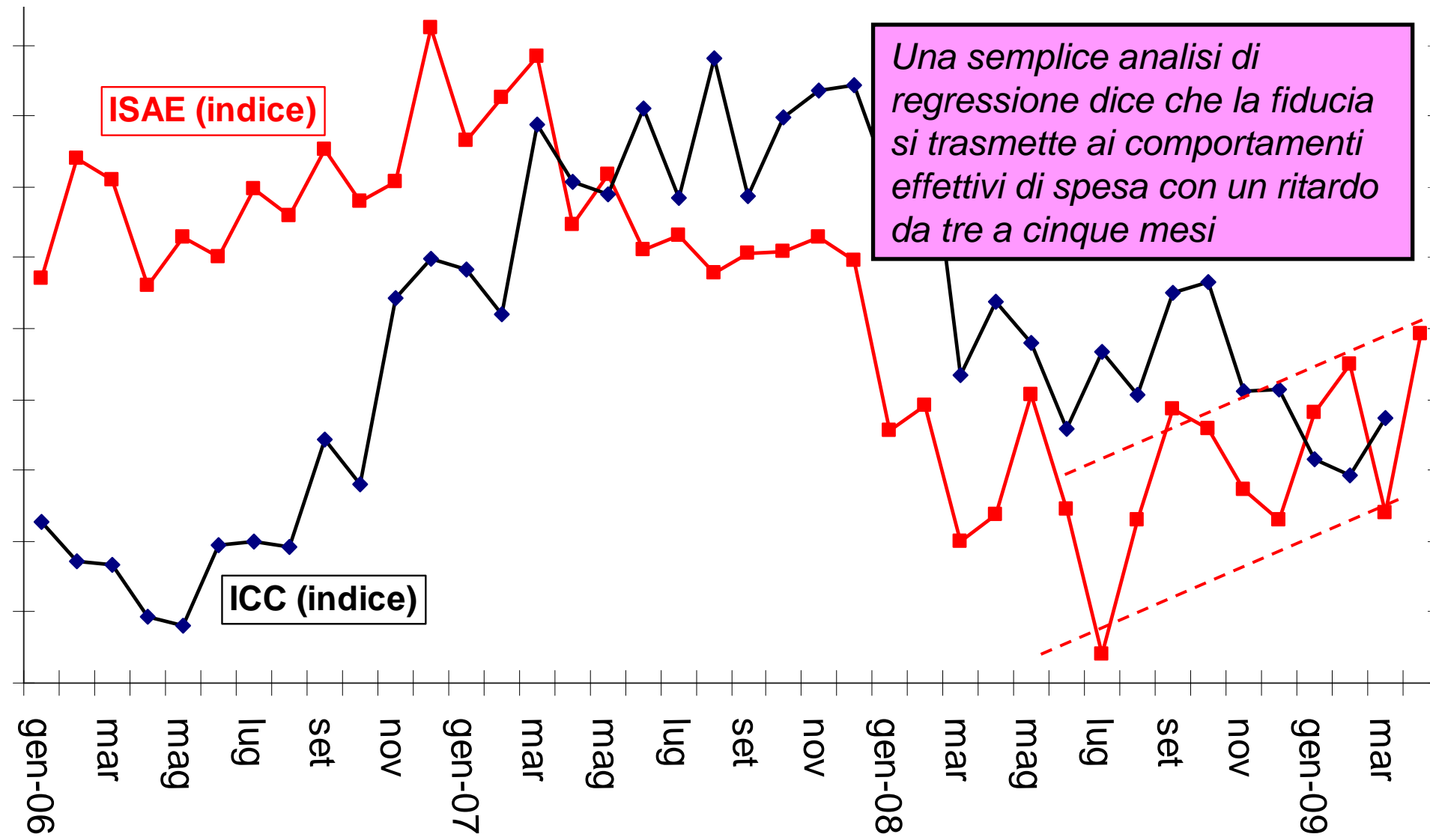
# CONGIUNTURA: SULLE TRACCE DELLA "RIPRESA"

## 1) Mercati finanziari in ripresa... relazione anticipatrice con il ciclo reale...



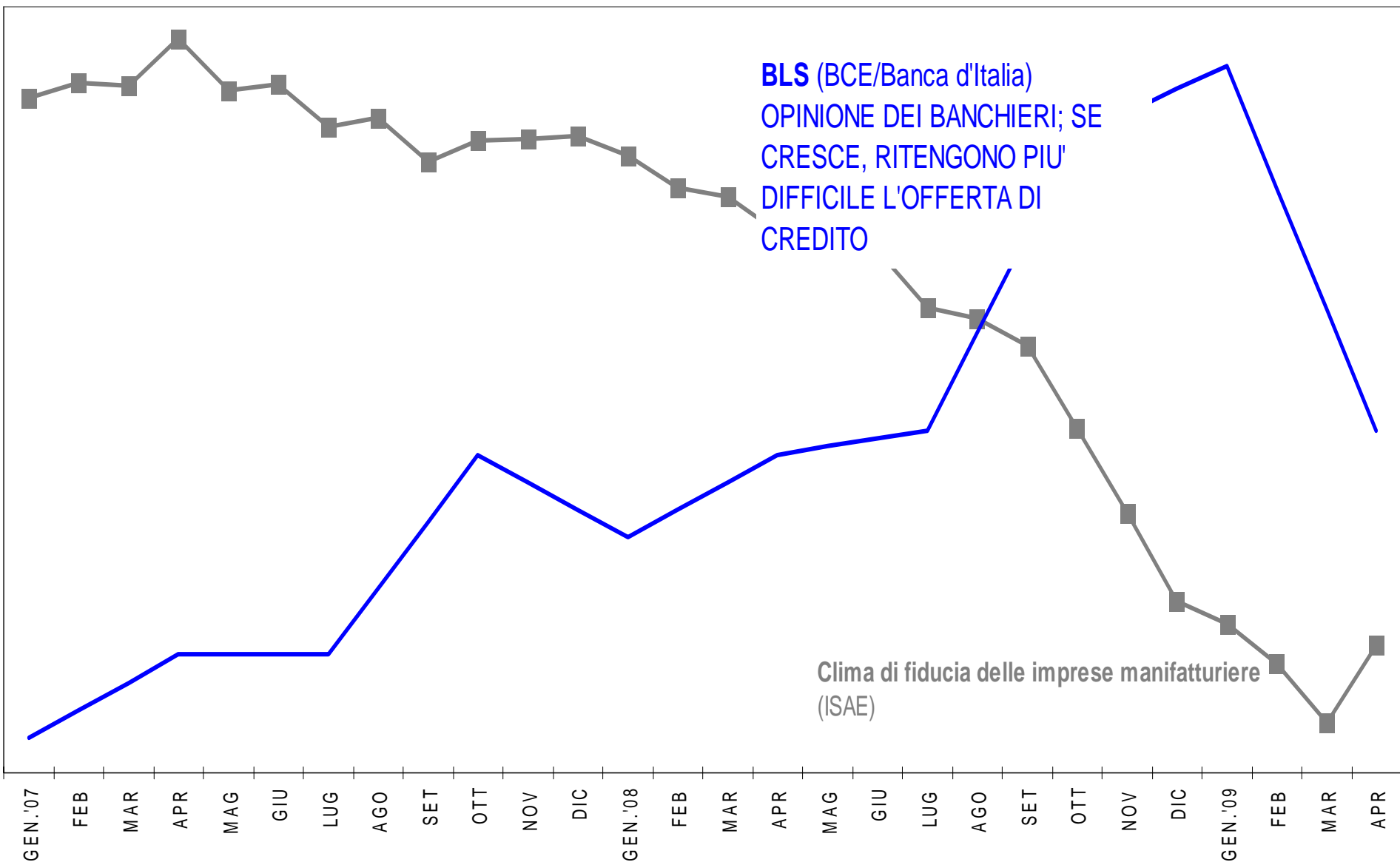
# CONGIUNTURA: SULLE TRACCE DELLA "RIPRESA"

2) Ancora oscillazioni fuori norma nel clima di fiducia, ma su un trend crescente da mesi... il dato di marzo di ICC è positivo...



# CONGIUNTURA: SULLE TRACCE DELLA "RIPRESA"

3) La sezione congiunturale della crisi è stata innescata dal credito e si è riversata sull'economia reale...



	Elasticità dei consumi	var.% reali		
		2008	2009	2010
WFIN	<b>0,12</b>	<b>-12,0</b>	<b>-1,0</b>	<b>2,5</b>
WIMM	<b>0,05</b>	<b>-2,0</b>	<b>-8,0</b>	<b>0,0</b>
yd	<b>0,85</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,0</b>	<b>0,0</b>
Stima		<b>-1,8</b>		
Spesa reale		<b>-0,9</b>	<b>-1,4</b>	<b>0,4</b>
Saldo turistico		<b>-9,0</b>		
Consumi sul territorio		<b>-1,0</b>	<b>-1,5</b>	<b>-0,3</b>

**PIU' CREDITO ALLE IMPRESE  
MENO TASSE SULLE FAMIGLIE**

# CONSUMI: PREVISIONI

(per quello che valgono)

	variazioni % medie annue				Quote % di spesa	
	93 - 07	2008	2009	2010	1992	2010
TEMPO LIBERO	2,0	0,1	-0,2	1,2	7,3	8,2
VIAGGI E VACANZE	2,0	-2,3	-2,4	0,6	2,4	2,8
MOBILITA' E COMUNICAZIONI	3,0	-5,1	-1,3	0,9	15,4	19,1
CURA DEL SE'	0,7	1,0	-2,6	0,4	22,5	20,9
ABITAZIONE	0,6	0,5	-1,0	-0,1	28,7	26,4
PASTI IN CASA E FUORI CASA	1,0	-1,5	-1,2	0,0	23,7	22,7
<b>TOTALE CONSUMI</b>	<b>1,3</b>	<b>-1,0</b>	<b>-1,5</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

# CONSUMI: PREVISIONI

composizione a prezzi correnti	1992	2000	2008
<b>Obbligati</b>	<b>25,9</b>	<b>27,7</b>	<b>30,1</b>
<b>Commercializzabili</b>	<b>74,1</b>	<b>72,3</b>	<b>69,9</b>
beni	55,1	50,8	46,8
servizi	19,0	21,5	23,2
<b>SPESA NETTO FITTI IMPUTATI</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**← SPESA  
CRESCENTE**

composizione valori concatenati	1992	2000	2008
<b>Obbligati</b>	<b>27,9</b>	<b>27,7</b>	<b>28,5</b>
<b>Commercializzabili</b>	<b>72,0</b>	<b>72,3</b>	<b>71,5</b>
beni	53,0	50,8	48,5
servizi	19,0	21,5	22,9
<b>SPESA NETTO FITTI IMPUTATI</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**← CONSUMO  
COSTANTE**

NEGLI ANNI, LA QUOTA DI CONSUMI DESTINATA A BENI E SERVIZI COMMERCIALIZZABILI TENDE A COMPRIMERSI PER LA CRESCITA DEI PREZZI – NON DELLE REALI ESIGENZE – DELLE SPESE OBBLIGATE...  
**IL CHE CONTRIBUISCE A SVILUPPARE PRICE SENSITIVITY SUI BENI E SERVIZI COMMERCIALIZZABILI...**

# ELASTICITÀ “APPARENTE” DELLA SPESA REALE DELLE FAMIGLIE AI PREZZI AL CONSUMO

	BENI E SERVIZI COMMERCIALIZZABILI (32 VOCI)	ALIMENTARI E BEVANDE (12 VOCI)
1993-1996	<b>-0,33</b>	<b>-0,19</b>
1997-2000	<b>-0,38</b>	<b>0,00</b>
2001-2004	<b>-0,71</b>	<b>-0,08</b>
2005-2008	<b>-0,76</b>	<b>-0,55</b>

NOTA: COEFFICIENTI DI REGRESSIONE MEDI DI PERIODO VAR.% Q VS. VAR.% P; SIGNIFICATIVI ALL'1%- APPARENTE VUOLE DIRE CHE COMPREDONO EFFETTI DI REDDITO-

Passando dagli aggregati ISTAT agli items venduti ogni giorno queste elasticità della domanda al prezzo vanno incrementate di un ordine di grandezza (es: x10).

# INSIDIE POLITICHE E CULTURALI AL COMMERCIO: L'ITALIA CHE SORVEGLIA, SI INFORMA, CONTROLLA (I PREZZI FINALI E, QUINDI, IL COMMERCIO...)

**Antitrust:** vigilanza pro concorrenziale; è l'unica che ha un potere sanzionatorio

**Garante per la sorveglianza dei prezzi** ha il compito di sorvegliare, coordinare e favorire il confronto, valorizzare le buone pratiche

**ISMEA**, dipende dal Ministero delle Politiche Agricole: arbitro che ogni tanto scende in campo con la maglia di una squadra

**Osservatorio prezzi e tariffe presso Unioncamere:** è un tavolo di confronto tra i diversi soggetti che intervengono all'interno della filiera alimentare e coadiuva i diversi osservatori regionali e locali istituiti sulla base delle diverse normative (Legge Bersani)

Presso il **Ministero delle politiche agricole** sono effettuate audizioni per singole filiere al fine di favorire il confronto tra i diversi soggetti che vi partecipano

**Commissione straordinaria per il controllo dei prezzi** istituita presso il Senato della Repubblica

... oltre alle **“normali” audizioni** che, come attività conoscitiva, si tengono presso le diverse commissioni di Camera e Senato

**INSIDIE POLITICHE E  
CULTURALI AL COMMERCIO:  
FIGURIAMOCI SE NON  
CONTROLLAVANO A  
BRUXELLES...**

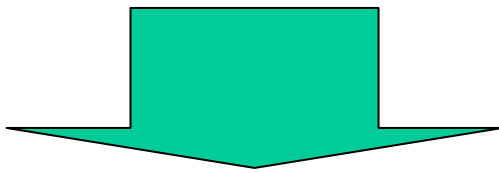
# IMPLICAZIONI DI VARIO TIPO

1) RIDUZIONE DELL'AUTONOMIA CONTRATTUALE E, PIU' IN GENERALE, DELLA LIBERTA' DI INIZIATIVA ECONOMICA  
CONDIZIONI SULLA CONTRATTUALISTICA  
QUOTE PER LE "RISERVE INDIANE" PRESSO I LINEARI DELLA DISTRIBUZIONE

2) PROVVEDIMENTI DISTORSIVI DELLA CONCORRENZA  
FARMERS' MARKET  
AGEVOLAZIONI FISCALI CHE MESCOLOANO IL REDDITO AGRARIO CON ALTRE INIZATIVE COMMERCIALI  
OSTACOLI ALLA PRODUZIONE DI BENI PUBBLICI EUROPEI PER FAVORIRE I TRASFERIMENTI IN UNA LOGICA NEGOZIALE BLOCCANTE INTERGOVERNATIVA IN SEDE EUROPEA

3) SVILUPPO DI BUROCRAZIA E ADEMPIMENTI (DOPPIO PREZZO, PREZZO MULTIPLO, COMUNICAZIONI ALLE VARIE AUTHORITY)

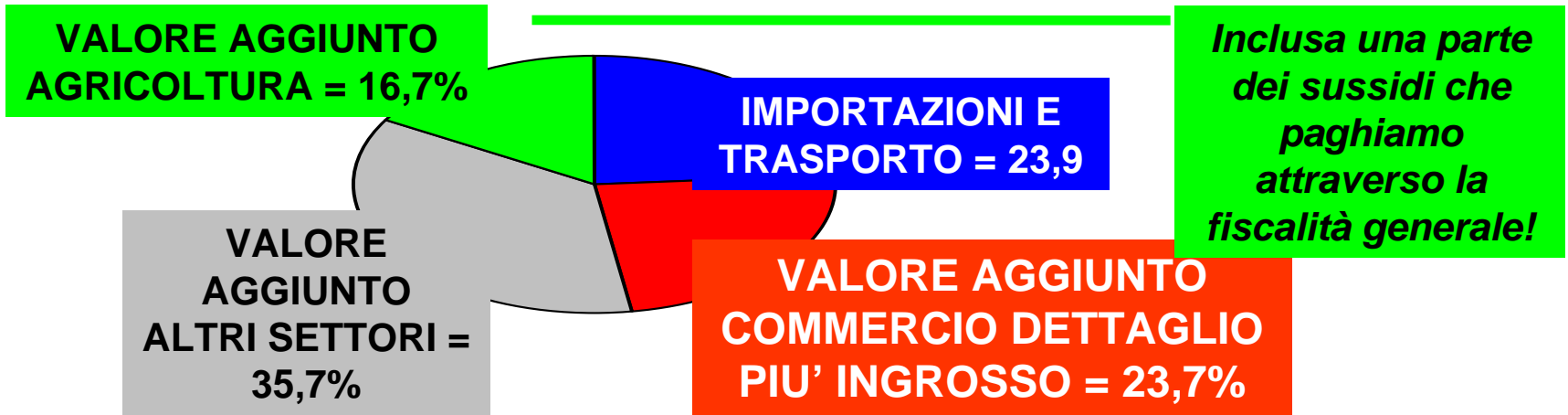
4) OSTACOLI ALL'ACCESSO DA PARTE DEL SETTORE DEI SERVIZI E IN PARTICOLARE DEL COMMERCIO AGLI INCENTIVI PER L'INNOVAZIONE (ESISTE INDUSTRIA 2015 QUANDO I SERVIZI SONO IL 70% DEL PIL: IN EUROPA ANCORA OGGI L'INNOVAZIONE E' DI TIPO HARDWARE MANIFATTURIERO, NE' DI TECNOLOGICA DI PROCESSO, NE' DI DESIGN)



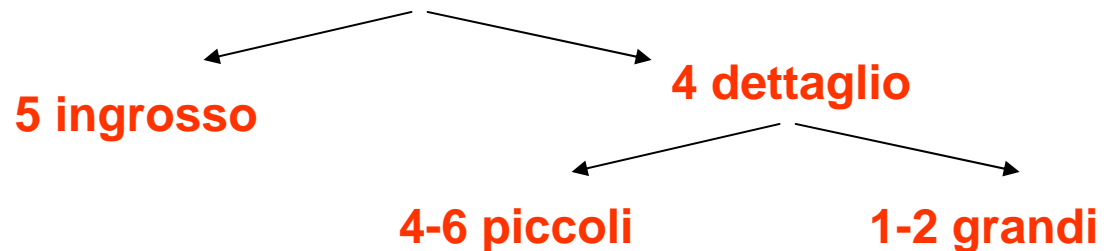
**IL RIFLESSO DI QUESTI VAGHEGGIAMENTI BUCOLICO-PREINDUSTRIALI E' LA POSSIBILE RIDUZIONE DEL TASSO DI CRESCITA DELLA RICCHEZZA PRODOTTA MEDIANTE INEFFICIENTE ALLOCAZIONE DEGLI INVESTIMENTI IN INNOVAZIONE**

# E' VERO CHE LUNGO LA FILIERA AGROALIMENTARE I COMMERCianti FANNO LA PARTE DEL LEONE? (SU 1 EURO DI SPESA 60 CENTESIMI VANNO AL COMMERCIO?)

## NO (STRAORDINARIAMENTE FALSO)



8,7 REDDITI DA LAVORO DIPENDENTE  
2,5 AMMORTAMENTI  
12,5 RISULTATO NETTO DI GESTIONE  
DI CUI: 1,5 IMPOSTE INDIRETTE NETTE, 2,0 IMPOSTE DIRETTE  
**9,0 UTILE NETTO DEGLI IMPRENDITORI DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO PIÙ INGROSSO**



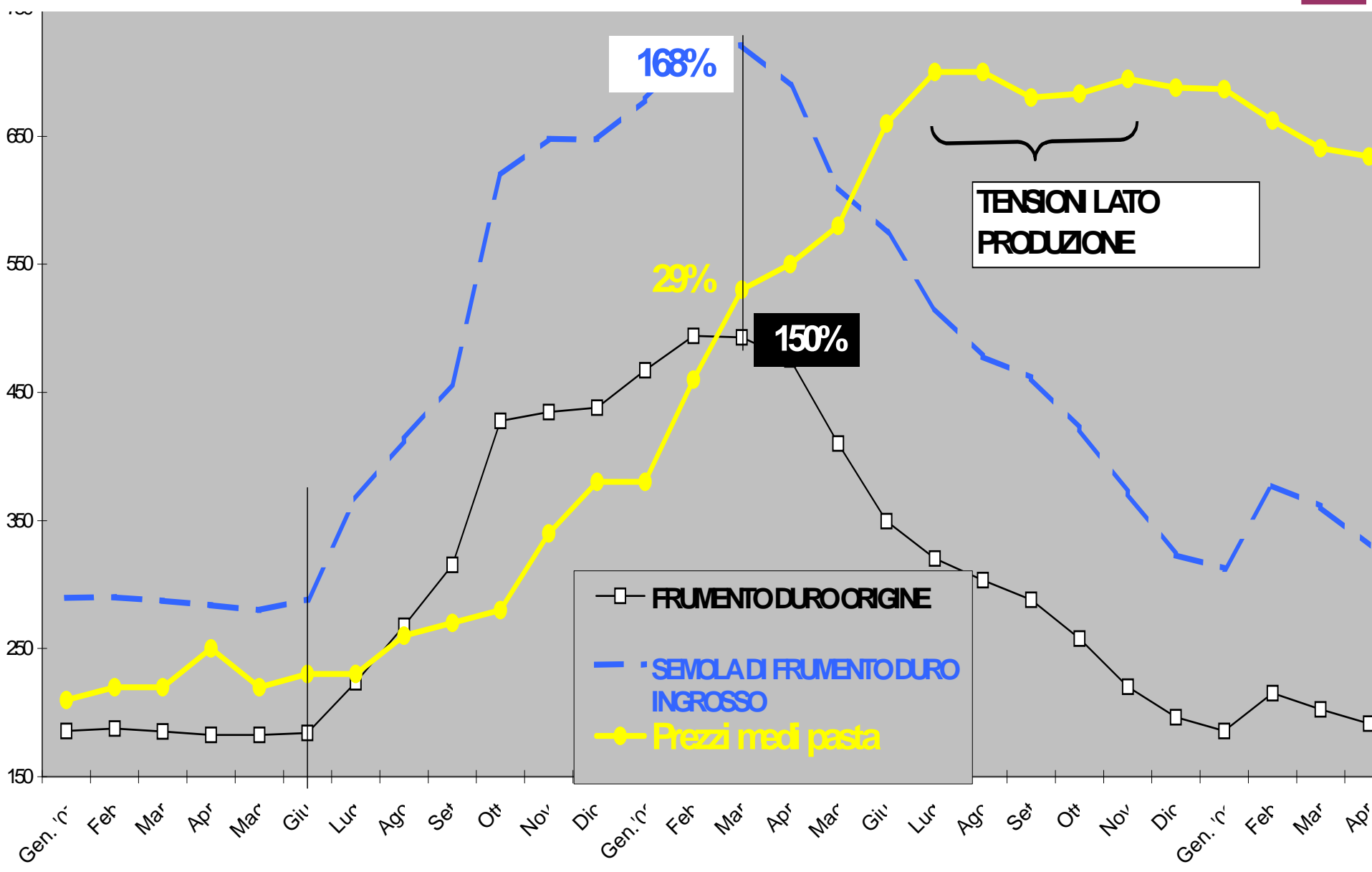
**PRODOTTI ALIMENTARI NON TRASFORMATI: AD ANALOGHI CONTEGGHI SI PERVIENE PER I BENI TRASFORMATI**

# INFLAZIONE: L'ITALIA E' UN PAESE DIVERSO?

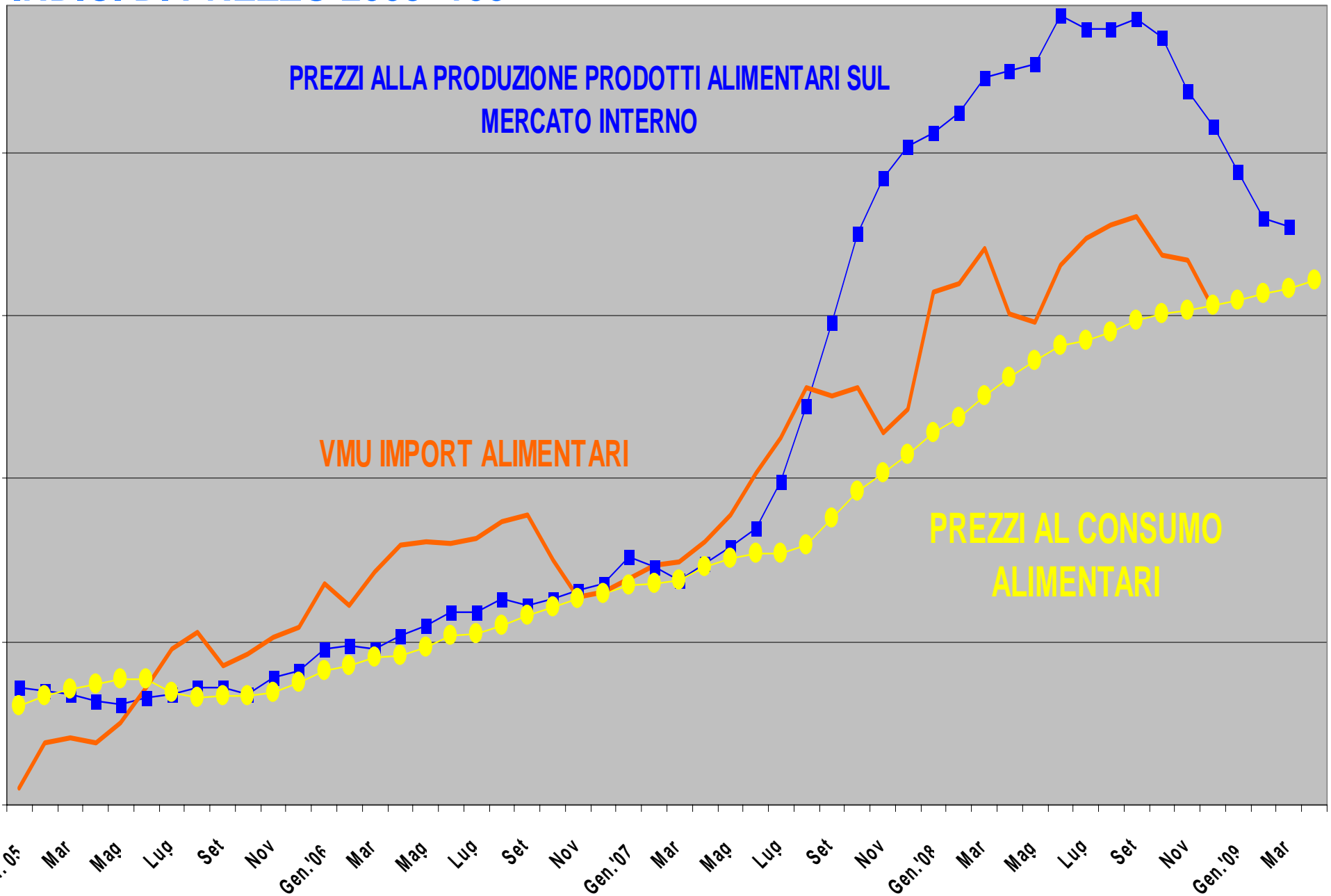
INDICE GENERALE					
	UEM13	Germania	Spagna	Francia	Italia
<b>2007</b>	<b>2,1</b>	<b>2,3</b>	<b>2,8</b>	<b>1,6</b>	<b>2,0</b>
<b>2008</b>	<b>3,3</b>	<b>2,8</b>	<b>4,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,5</b>
<b>Gen. '09</b>	1,1	0,9	0,8	0,8	1,4
Feb.	1,2	1,0	0,7	1,0	1,5
Mar	0,6	0,4	-0,1	0,4	1,1
Apr	0,6	0,8	-0,2	0,1	1,2

ALIMENTARI					
	UEM13	Germania	Spagna	Francia	Italia
<b>2007</b>	<b>2,7</b>	<b>2,9</b>	<b>3,7</b>	<b>1,4</b>	<b>2,9</b>
<b>2008</b>	<b>5,5</b>	<b>5,3</b>	<b>5,9</b>	<b>5,1</b>	<b>5,4</b>
<b>Gen. '09</b>	2,5	1,0	1,9	2,3	3,7
Feb.	2,3	0,9	1,5	2,1	3,2
Mar	1,5	-0,1	0,6	1,5	2,7
Apr	0,9	-0,7	-0,1	0,8	2,4

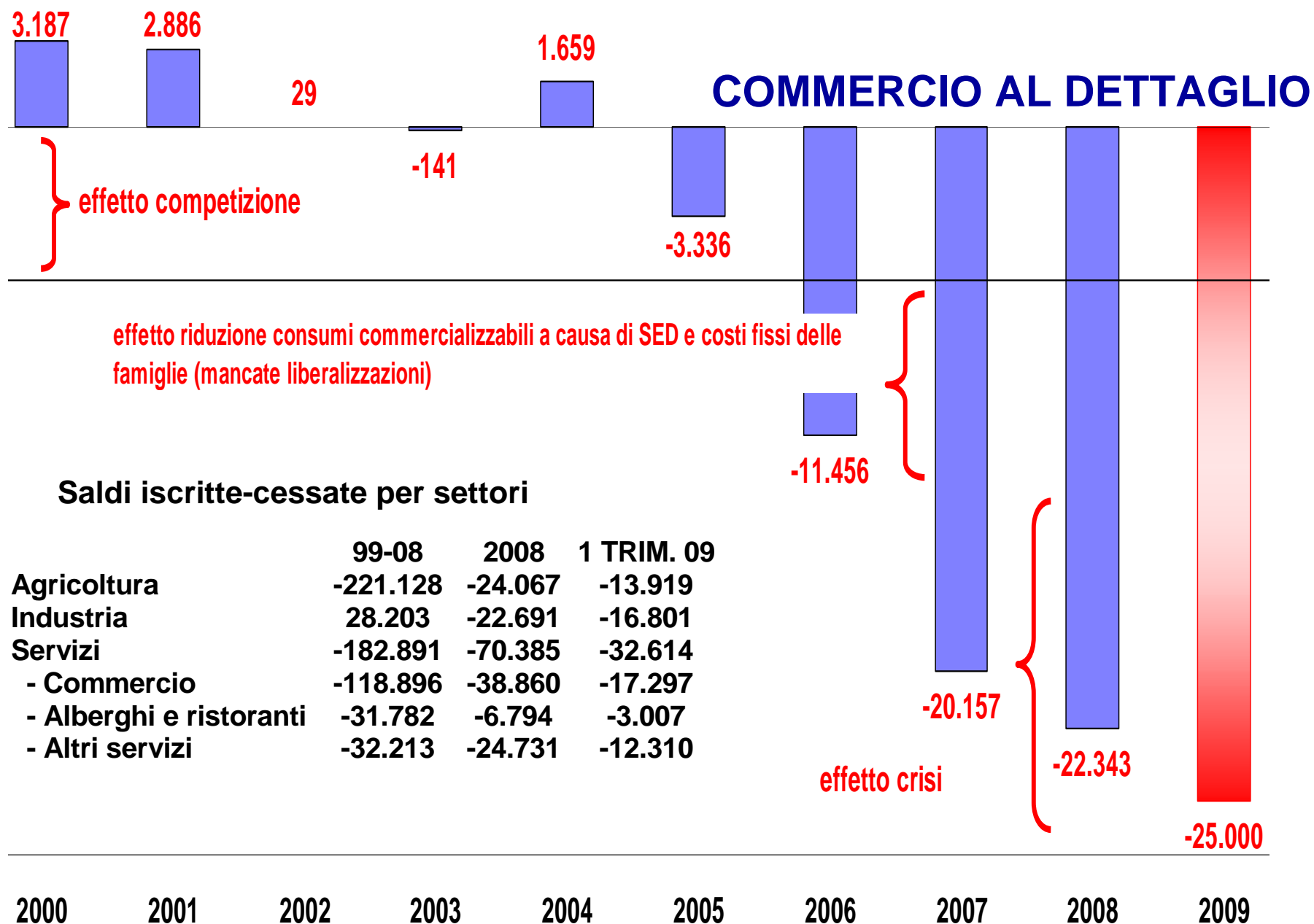
**LE DINAMICHE INFLAZIONISTICHE ITALIANE NON PALESANO PROFILI PATOLOGICI; LA MAGGIORE VISCHIOSITA' DEI PREZZI VALE SIA NEI MOMENTI DI RIALZO (TRASCURATI) CHE DI RIBASSO (ENFATIZZATI DAI MEDIA)**



# SPECULAZIONI? INDICI DI PREZZO 2005=100



# POTENZIALI EFFETTI IRREVERSIBILI NATI-MORTALITA' DELLE IMPRESE



# EPILOGO: SOSTENERE IL PRODOTTO PRO CAPITE E IL REDDITO ATTRAVERSO L'INNOVAZIONE

## LA CRISI DECRETA

LA NECESSITA' DI RIPENSARE LA PRESSIONE ISTITUZIONALE NELLA FAMIGLIA DEI SERVIZI AFFINCHÉ LE POLITICHE EUROPEE SIANO MEGLIO ORIENTATE AI SERVIZI (INNOVATION POLICY: TECNOLOGIA, PROCESSI, DESIGN)

L'ABBANDONO DI BATTAGLIE DI RETROGUARDIA PER LA DIFESA DI AZIENDE E SETTORI IMPRODUTTIVI. BISOGNA PASSARE DALLA CONSERVAZIONE DI QUALUNQUE COSA ALLO SVILUPPO DEI MIGLIORI, ANCHE ATTRAVERSO STRUMENTI DI COMPENSAZIONE NEGOZIATA

L'URGENZA DI RILANCIARE IL PROCESSO DI LIBERALIZZAZIONE DEI SETTORI PROTETTI: LE RISORSE COSÌ RECUPERATE RAPPRESENTERANNO MAGGIORI POSSIBILITÀ DI ESPANSIONE DEL CONSUMO DI BENI E SERVIZI LIBERAMENTE DOMANDATI E OFFERTI QUOTIDIANAMENTE SUI MERCATI

L'URGENZA DI UNA MAGGIORE COOPERAZIONE TRA LE PARTI NON IDEOLOGIZZATE DELLE DIVERSE FILIERE PER ORIENTARE LA CULTURA E LA COMUNICAZIONE DAI DISVALORI DELLE ACCUSE PRETESTUOSE AI VALORI DELLA PRODUTTIVITÀ (E INEVITABILMENTE DELL'ALLOCAZIONE PIÙ EFFICIENTE DELLE RISORSE PRIVATE E PUBBLICHE)

**CURARE L'ITALIAN DISEASE VUOL DIRE RECUPERARE EFFICIENZA PRODUTTIVA. IL RESTO È UNA PERDITA DI TEMPO E UN IMBROGLIO NEI CONFRONTI DEI CITTADINI-CONSUMATORI.**

# **INCONTRO DITECH**

**la recessione, i consumi, la ripresa  
(ovvero: tira una gran brutta aria, e la crisi  
finanziaria c'entra solo indirettamente)**

**Milano  
27 maggio 2009**

**MARIANO BELLA**