



Analisi del Servizio Studi BNL BNP Paribas

FOCUS

ECONOMIA E BANCHE

NUMERO

10

22 marzo 2023

I modelli di consumo delle famiglie dopo l'esperienza dei lockdown

Alessandra Mastrota



BNL

BNP PARIBAS

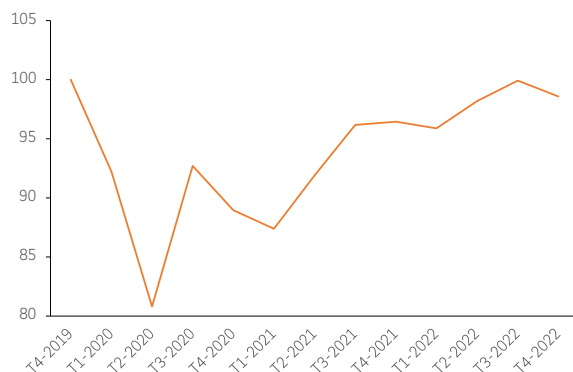
La banca
per un mondo
che cambia

SINTESI

La ripresa economica del 2022 e ancor più quella del 2021 hanno trovato nei consumi un grande volano di crescita. Nel 2020 l'adozione dei lockdown aveva portato ad un calo della spesa ed un forzato aumento del risparmio; nel contempo, le politiche fiscali molto accomodanti avevano ridotto gli effetti negativi sul reddito disponibile dovuti alla recessione. Secondo Eurostat la quota dei consumi finali delle famiglie è nell'Area euro più del 50% del Pil (il 54% la media tra il 2011 ed il 2022), con l'Italia che si colloca sopra tale valore, seguita da Spagna, Francia e Germania. I massimi si sono rilevati nel 2012, i minimi nel 2021.

Andamento spesa per consumi finali in Italia

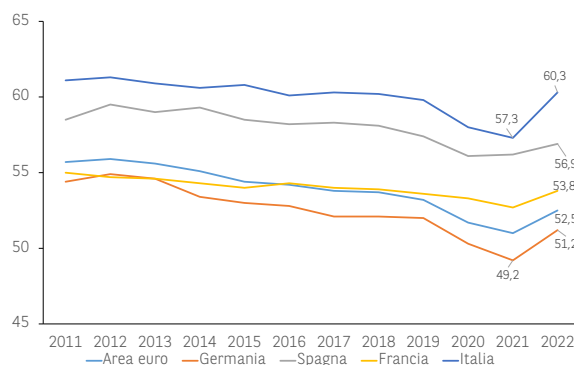
(numero indice = 100 IV trim 2019)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Istat

Quota dei consumi delle famiglie su Pil

(valori percentuali)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Eurostat

I lockdown e l'osservanza del distanziamento sociale hanno modificato il modo di consumare delle famiglie. Uno studio Bce ne ha valutato l'impatto a lungo termine, per vedere se le nuove abitudini siano da ritenersi reversibili oppure no. L'analisi ha riguardato 5 Paesi e 5 settori: il turismo, l'ospitalità, i servizi, le vendite al dettaglio, l'utilizzo dei trasporti pubblici. La massima contrazione ha riguardato il turismo, seguita dall'utilizzo dei mezzi pubblici, dall'accoglienza, dalle vendite al dettaglio e dai servizi. Il calo era legato soprattutto al rischio di contagio, poco importanti le caratteristiche socio economiche e la formazione scolastica. Rilevante il genere, con le donne più propense a ridurre la spesa. Hanno influito sulle scelte anche le esperienze personali sulla pandemia, le attese sullo scenario macro e fattori psicologici. Nelle categorie più agiate il lockdown ha cambiato le preferenze, fattore che potrebbe implicare modifiche di lungo periodo nelle decisioni di spesa. Importante la decisione di risparmiare a scopo precauzionale, poco citati i vincoli finanziari, a riprova dell'importanza dei sostegni governativi al reddito.



I MODELLI DI CONSUMO DELLE FAMIGLIE DOPO L'ESPERIENZA DEI LOCKDOWN

Alessandra Mastrota*

Economist Servizio Studi BNL BNP Paribas

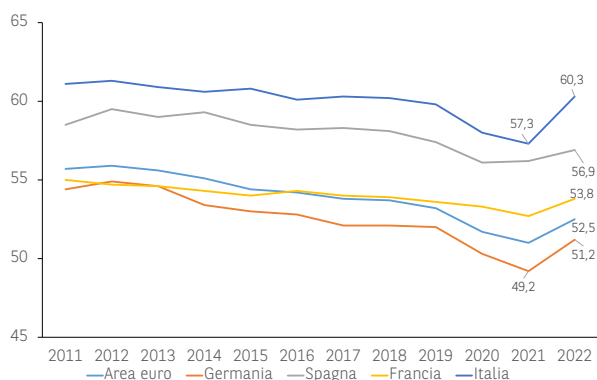
alessandra.mastrota@bnpparibas.com

Il ruolo dei consumi sull'economia nell'ultimo triennio

La ripresa dell'economia globale avvenuta nel corso del 2021, che ha seguito il periodo di forte contrazione dell'anno precedente dovuto alla pandemia, ha trovato un vigoroso slancio dal lato dei consumi. Le politiche dei lockdown, adottate con modalità e tempistiche diverse nei differenti Paesi, avevano comportato, oltre ad una severa contrazione della spesa, un forzato aumento dei risparmi. Il fenomeno non è stato uniforme: i crescenti volumi di fondi non spesi hanno comportato un aumento della propensione al risparmio, ma il processo si è concentrato su un numero più ridotto di individui e famiglie. Tuttavia, a livello complessivo, questo risparmio forzoso ha facilitato il successivo recupero della domanda.

Le politiche fiscali estremamente accomodanti adottate dai governi hanno inoltre consentito di contenere gran parte degli effetti fortemente negativi sul reddito disponibile dovuti alla recessione del 2020. La graduale riapertura delle attività economiche in concomitanza con la progressione delle campagne vaccinali ha riversato sul sistema economico un elevato livello di domanda di beni e servizi che l'offerta non riusciva a soddisfare in tempi rapidi, in primo luogo per i noti problemi di interruzione e strozzature nelle catene degli approvvigionamenti. Il costante sbilancio fra domanda ed offerta ha portato ad un aumento dei prezzi che, dal settore delle materie prime, soprattutto energetiche, si è progressivamente diffuso a tutti i comparti economici, spingendo le principali Banche centrali ad uscire da politiche estremamente espansive con rialzi dei tassi e drenaggio della liquidità in eccesso legata al Quantitative easing adottato in precedenza.

Quota dei consumi delle famiglie su Pil
(valori percentuali)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Eurostat

Nel corso del 2021, come già accennato, la ripresa economica è stata piuttosto consistente. La spesa delle famiglie è stata sostenuta dall'utilizzo dei risparmi accumulati durante la pandemia e dal livello particolarmente contenuto dei tassi di indebitamento. Lo scenario economico positivo è proseguito anche nel 2022, seppure a ritmi più ridotti: sia le imprese che i consumatori si sono trovati ad affrontare un contesto di maggiore incertezza dovuto da un lato alla crisi geopolitica iniziata un anno fa, dall'altro ad una dinamica inflattiva superiore a quanto ipotizzato in una prima fase, che ha portato alla riduzione del reddito disponibile delle famiglie ed a maggiori timori sulla capacità di tenuta dell'attività

economica. La decisione delle Banche centrali di avviare un percorso di politica monetaria sempre meno accomodante ha contribuito inoltre ad accrescere i costi dell'indebitamento sia

* Le opinioni espresse impegnano unicamente l'autrice



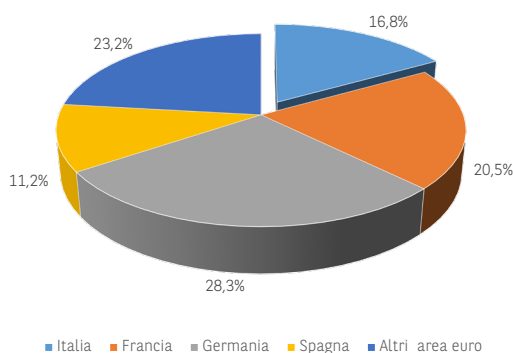
per le imprese che per le famiglie, circostanza che si è tradotta in una dinamica di sviluppo economico progressivamente sempre meno vivace.

La quota dei consumi finali di famiglie ed enti no profit è ovviamente una parte rilevante del Prodotto interno lordo in tutti i Paesi. Secondo i dati Eurostat, nell'Area euro rappresentano costantemente più del 50% del Pil (il 54% la media del periodo compreso tra il 2011 ed il 2022), con l'Italia che negli stessi anni si colloca ben al di sopra di tale valore (in area 60%), seguita dalla Spagna (58%), dalla Francia (54%) e dalla Germania (52,5%).

Nei quattro principali Paesi dell'Area euro la percentuale dei consumi sul Pil ha toccato i valori massimi nel 2012 (con l'eccezione della Francia, che l'ha segnato l'anno precedente), mentre i livelli minimi si sono riscontrati nel 2021 (nel 2020 per la Spagna). La ripresa economica proseguita nel 2022 ha spinto nuovamente al rialzo la quota dei consumi rispetto al Prodotto interno lordo in tutta l'Area euro; l'Italia è stato l'unico Paese in cui il valore del 2022 si è portato oltre la media del periodo 2011-2022.

Spesa consumi finali famiglie ed enti non profit

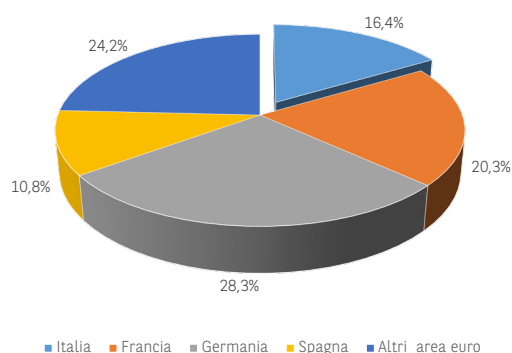
(valori correnti, percentuali su totale Area euro, anno 2019)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Eurostat

Spesa consumi finali famiglie ed enti non profit

(valori correnti, percentuali su totale Area euro, anno 2022)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Eurostat

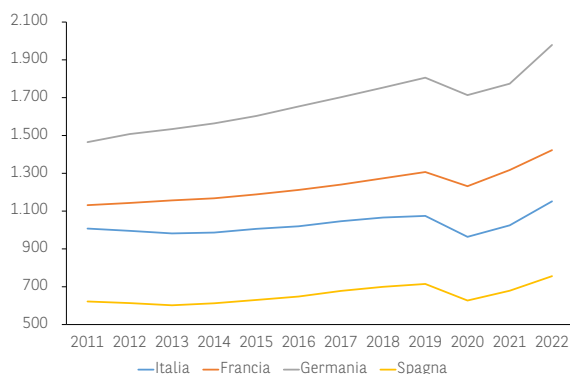
Nonostante che i massimi siano stati toccati nel 2011-2012, i numeri sono variati solo in modo marginale fino allo scoppio della pandemia, a seguito della quale si sono segnati i minimi di periodo. Il rapporto spesa su Pil si è comunque modificato in modo disomogeneo nei vari Paesi. Se nell'Area euro questo valore si è mosso fra un massimo di 55,9 punti percentuali fino ad un minimo di 51 punti percentuali, in Germania si è passati da un massimo di 54,9 fino ad un minimo del 49,2%. Il Paese in cui la differenza tra i due valori è variata di meno è stata la Francia (2,3 punti percentuali), mentre per l'Italia questo differenziale si è attestato a 4 punti percentuali (passando dal 61,3% del 2012 al 57,3% del 2021).

La ripresa economica dei Paesi dell'Area euro è stata influenzata dalle diverse modalità di lockdown adottate dai governi; lockdown che hanno modificato i modelli di spesa ma non hanno portato a significative variazioni nella quota dei consumi delle famiglie dei principali Paesi sul totale dell'Area. L'Italia, che come si è visto ha registrato il maggior incremento dei consumi in rapporto al proprio Pil, ha comunque ridotto la propria "quota di mercato" dal 16,8% del 2019 (16,3% nel 2020, anno di minimo dei consumi) al 16,4% del 2022; stabile la Germania, poco variata la Francia mentre la Spagna è peggiorata in percentuale quanto l'Italia, di 0,4 punti percentuali, partendo da livelli più contenuti.

Nonostante la politica monetaria progressivamente meno accomodante adottata dalla Bce nel corso del 2022, le statistiche più recenti evidenziano come l'attività economica si sia in generale mostrata meno debole del previsto. In Italia, nei mesi centrali dell'anno la positiva dinamica dei servizi legati soprattutto alla spesa delle famiglie nel settore del tempo libero ha compensato l'indebolimento del comparto manifatturiero. L'indice di fiducia dei consumatori riassume l'andamento delle performance economiche dell'ultimo triennio: una prima fase di forte discesa in concomitanza con l'inizio della pandemia del Covid-19, una ripresa più decisa in relazione alla campagna vaccinale ed alla progressiva riapertura delle attività economiche (con un valore massimo di 119,6 punti a settembre 2021), a cui ha fatto seguito un calo in corrispondenza delle crescenti tensioni sui prezzi, dello scoppio della crisi geopolitica e del progressivo rialzo dei tassi di interesse da parte delle principali Banche centrali, Bce inclusa.

Spesa consumi finali famiglie ed enti non profit

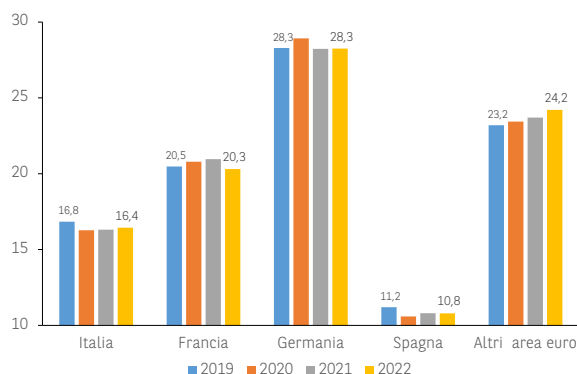
(miliardi di euro)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Eurostat

Spesa consumi finali famiglie ed enti non profit

(valori percentuali su totale Area euro)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Eurostat

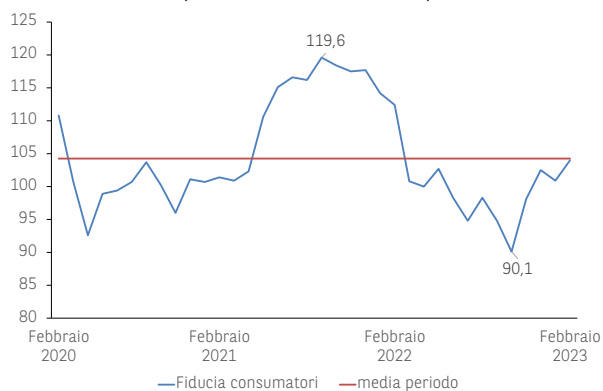
L'indice ha toccato un minimo di 90,1 punti ad ottobre 2022, influenzato dai timori di un'inflazione in costante rialzo per l'aumento dei costi energetici ed il conseguente atteso rallentamento economico.

In seguito, il positivo andamento del mercato del lavoro e la percezione di una situazione economica meno negativa del previsto hanno consentito una ripresa della fiducia dei consumatori, con l'indice che a febbraio 2023 si è portato a ridosso dei 105 punti: un ciclo virtuoso alimentato da un mercato del lavoro in buona salute (circostanza che accumuna l'Area euro, gli Stati Uniti e il Regno Unito) che fornisce un concreto sostegno alla domanda.

Un contributo positivo importante è venuto anche dalle politiche fiscali accomodanti adottate dai governi, che hanno sovvenzionato buona parte della spesa relativa alle bollette energetiche di aziende e famiglie. A questo proposito, va tuttavia

Fiducia dei consumatori

(numero indice 100 = 2010)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Istat

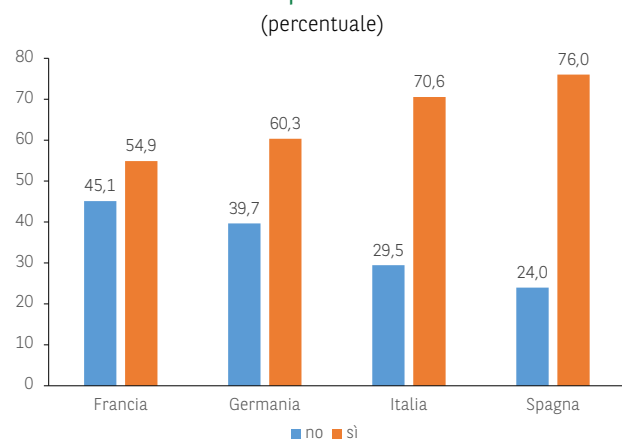


segnalato che in più occasioni la Bce ha auspicato che i governi dell'Area euro decidano di ridurre progressivamente queste misure e le indirizzino soprattutto verso le fasce più bisognose della popolazione: tali sostegni contribuiscono infatti a mantenere relativamente più elevato il reddito disponibile e quindi possono diminuire l'efficacia delle misure intraprese dalla Banca centrale allo scopo di raffreddare la domanda.

L'effetto del Covid sulle dinamiche dei consumi

La pandemia ha modificato i modelli di consumo delle famiglie, cambiandone molte dinamiche a causa dei comportamenti dettati dalle regole introdotte per motivi sanitari: i lockdown e l'osservanza del distanziamento sociale. Il Covid ha avuto un significativo impatto sia sugli

Rispetto al periodo pre-Covid, viaggerà all'estero meno spesso?



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Bce

indicatori di fiducia, driver delle dinamiche relative al consumo, sia sulle preferenze e le modalità di spesa.

La Banca centrale europea ha condotto un'analisi¹ che ha avuto come soggetti i consumatori di cinque Paesi (Italia, Francia, Germania, Olanda e Spagna) che hanno subito la crisi sanitaria con diversi gradi di intensità e sperimentato differenti modelli di lockdown. L'analisi ha valutato l'impatto delle nuove modalità di spesa su cinque settori specifici: il turismo (inteso come viaggi all'estero per motivi privati), l'ospitalità (strutture alberghiere, ristorative, bar), i servizi, le vendite al dettaglio (acquisti in centri commerciali e negozi), l'utilizzo dei trasporti pubblici. Questi settori sono stati scelti sia perché costituiscono la maggior parte dei consumi

particolarmente penalizzati dalle misure di distanziamento sociale.

privati in periodi di normalità, sia perché sono stati particolarmente penalizzati dalle misure di distanziamento sociale. Scopo dello studio era valutare l'impatto del lockdown nel medio lungo termine: partendo dalla premessa che questo ha inevitabilmente portato ad una modifica nei comportamenti dei consumatori, si intendeva investigare se le nuove abitudini acquisite durante la pandemia siano da ritenersi in qualche modo reversibili, almeno in parte, oppure se abbiano modificato e in qualche modo sostituito i precedenti modelli di comportamento nella spesa per consumi. Risultava importante in particolar modo capire quanto gli acquisti online potessero diventare un'abitudine consolidata rispetto a quelli effettuati nei negozi, perché secondo lo studio della Bce ciò potrebbe portare a modifiche nella percezione dei prezzi e nelle aspettative d'inflazione da parte dei consumatori; interessante anche cercare di individuare se si siano creati eventuali settori diventati obsoleti anzitempo, circostanza che potrebbe aiutare i governi ad individuare quali comparti economici possano richiedere maggiori attività di sostegno.

La raccolta dei dati è stata condotta nell'estate del 2020, quindi nel periodo in cui erano state sospese tutte le limitazioni, ma prima della seconda "ondata" della pandemia e delle successive campagne vaccinali. Agli intervistati è stato chiesto di scegliere tra cinque possibili ragioni che

¹ ECB, "The COVID-19 consumption game-changer: evidence from a large-scale multi-country survey" Working Paper Series n. 2599/October 2021.



giustificassero la modifica dei loro comportamenti di consumo nel periodo post pandemia: 1) i vincoli finanziari; 2) il timore di contagi; 3) il pessimismo sul futuro² che ha indotto ad aumentare il risparmio a scopo precauzionale; 4) la sostituzione con alternative online; 5) le eventuali modifiche permanenti nei gusti e nelle preferenze derivanti dall'esperienza dei lockdown ("non ne sento la mancanza").

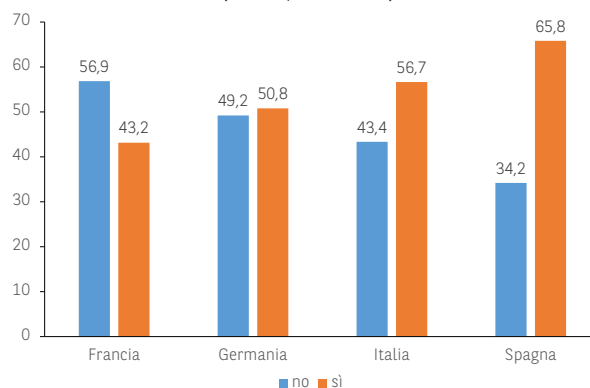
Dall'analisi si sono tratte essenzialmente sei principali conclusioni, alcune delle quali abbastanza intuitive. Prima conclusione: un'elevata quota di famiglie di tutti i Paesi ha indicato di consumare "meno di prima" o "per niente" a seconda della categoria di consumo³: massima contrazione della spesa per il turismo⁴ (66%), seguita nell'ordine dall'utilizzo dei trasporti pubblici⁵, dall'accoglienza, dalle vendite al dettaglio fino al 38% dei servizi. I due Paesi in cui il consumo si è maggiormente ridotto tra la fase pre-pandemia e quella dopo il lockdown, ma - ricordiamo - prima dei vaccini, sono stati Spagna e Italia. Sono i due Paesi che secondo Eurostat nel 2020 hanno ridotto la propria quota di consumi rispetto a quelli totali dell'Area euro, a fronte di un aumento per Germania e Francia, in un contesto in cui tutti hanno subito un calo dei valori assoluti della spesa.

Seconda conclusione: per quasi tutti i settori ed i Paesi, la quota di famiglie che ha ridotto la spesa ne ha collegato il calo alla gravità della crisi del Covid, mentre risultano meno importanti le caratteristiche socio-economiche come il reddito⁶ e la formazione scolastica. Pesa invece il genere: le donne sono state molto più propense a ridurre i consumi in tutte le categorie di spesa; l'età non ha per contro modificato i comportamenti nell'utilizzo dei mezzi pubblici e nel settore dell'ospitalità, mentre ha un effetto importante nei comparti del turismo, delle spese al dettaglio e dei servizi. Sono significativi per i nuovi modelli di comportamento anche elementi quali le esperienze personali riguardo alla pandemia, le attese sullo scenario macro e fattori psicologici come il timore per cambiamenti futuri nei consumi della propria famiglia. Questi elementi potrebbero essere fra quelli in grado di determinare una modifica duratura dei comportamenti, al di là degli effetti economici avversi.

Terza conclusione: il rischio di contagio è la prima motivazione per coloro i quali indicano che dopo il lockdown consumano "meno di prima" o "per niente". Quarta: una parte rilevante delle famiglie afferma che consuma meno di prima perché il lockdown ne ha modificato le preferenze. L'indicazione di "non sentire la mancanza"

Rispetto al periodo pre-Covid, frequenterà bar e ristoranti meno spesso?

(valori percentuali)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Bce

² Il pessimismo era collegato a due fattori: le attese sul futuro andamento dell'occupazione (in tutti i Paesi la percezione delle famiglie si è rivelata ex-post più negativa di quanto abbiano mostrato i dati a consuntivo) e la data della fine del rischio di infezione.

³ Il numero delle famiglie che hanno segnalato un aumento dei consumi è stato pressoché nullo.

⁴ Il turismo ha subito il maggior declino in tutti i Paesi, passando dal 76% della Spagna di famiglie che viaggiano meno, fino al 55% in Francia.

⁵ Rappresenta il secondo maggior calo in Italia.

⁶ Il reddito modifica i comportamenti di consumo in due soli comparti: le famiglie più ricche sono quelle che maggiormente hanno ridotto l'utilizzo dei mezzi pubblici, mentre si ha il risultato opposto (cioè una minor riduzione nell'utilizzo) nel comparto dei servizi (viene fatto il caso dei parrucchieri).



di un determinato tipo di consumo è particolarmente accentuata nei settori dei servizi e dell'ospitalità. Si tratta della seconda motivazione dopo il rischio di contagio in Francia, Germania ed Olanda. Questo atteggiamento è più diffuso fra le persone con minor esperienza personale di infezioni Covid, di mezza età e con redditi elevati; questo potrebbe essere un ulteriore segnale di rischio di cambiamento duraturo nelle abitudini di consumo.

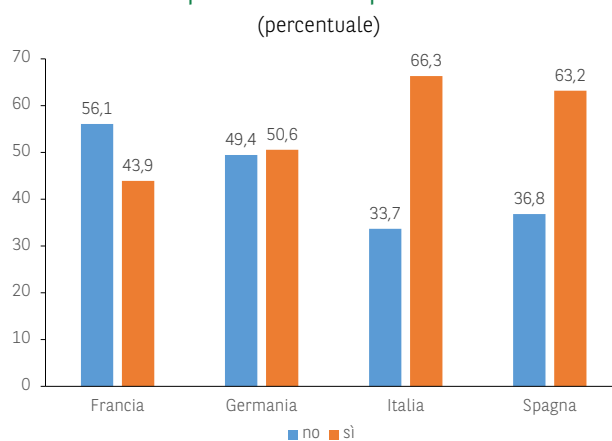
Quinta conclusione: in Spagna ed in Italia è una motivazione forte il risparmio a scopo precauzionale, indicato come la seconda ragione per il calo dei consumi in tutte le categorie di prodotti⁷; questa risposta proviene comprensibilmente soprattutto dalle famiglie più giovani.

Infine, il numero di famiglie che indica i vincoli finanziari come la ragione principale del calo dei consumi è piccola (molto più piccola di chi cita "i motivi di risparmio precauzionale" o i "cambiamenti nelle preferenze"), in tutti i Paesi e in tutti i settori (l'unico in cui sembra avere un qualche peso è quello dei viaggi all'estero per turismo); questo riflette la misura senza precedenti dei sostegni governativi adottati da tutti i Paesi nel corso del 2020.

Lo studio ha esaminato anche gli atteggiamenti del campione intervistato in merito ai timori di perdita del lavoro nel breve periodo ed al peggioramento della propria situazione finanziaria: in generale preoccupano più le condizioni finanziarie che la perdita del lavoro; in merito alle aspettative sul quadro macroeconomico e sul futuro evolversi della pandemia, l'Italia è risultata essere la più ottimista sulla durata della crisi, la Spagna la più pessimista.

Un'ulteriore analisi è stata svolta sulle caratteristiche socio-economiche e le modifiche di comportamento riscontrate nel campione di famiglie interessate al sondaggio. È emersa una forte uniformità di comportamento tra i settori, e si sono individuate quattro tipologie di famiglie, ognuna delle quali ha indicato differenti motivazioni per il calo dei consumi. La prima è quella con problemi finanziari: basso reddito, bassa capacità di risparmiare, bassa scolarità, alta possibilità di essere disoccupato e insoddisfazione per il proprio reddito; in questa fascia sono presenti in modo nettamente prevalente le donne. Il secondo gruppo è quello delle famiglie giovani, per lo più composte da persone che lavorano: sono quelle che più indicano come prima ragione della riduzione delle spese la necessità di risparmiare a scopo precauzionale. La terza tipologia è quella dei ricchi di mezza età, la categoria che potrebbe più delle due precedenti registrare cambiamenti di lungo termine nel proprio comportamento di spesa. Sono il gruppo che ha indicato come ragione primaria per il calo dei consumi il fatto che "non ne sentono la mancanza", sono meno preoccupati per il futuro e hanno un alto livello di fiducia; sono anche quelli che hanno la maggiore capacità di risparmio. L'ultima tipologia riguarda le famiglie ricche e giovani: per lo più con un lavoro, sono quelle che hanno segnalato uno spostamento sostanziale verso gli acquisti online. La Bce giunge alla conclusione che, poiché l'esperienza del lockdown ha modificato soprattutto le preferenze di consumo delle famiglie ad alto reddito, si

Rispetto al periodo pre-Covid, utilizzerà i mezzi pubblici meno spesso?



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Bce

⁷ È la terza ragione in Germania, Francia ed Olanda.



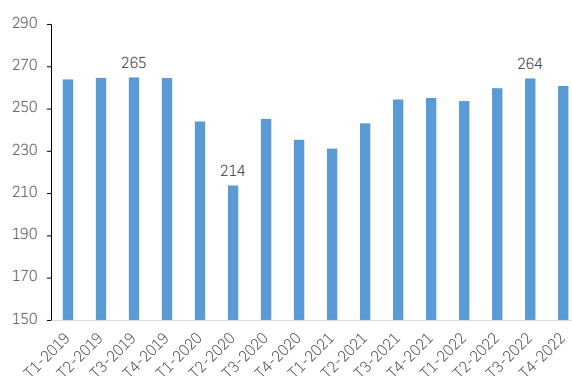
potrebbe avere un aumento della domanda di modifiche del settore della spesa e quindi una accelerazione nella trasformazione del mercato al dettaglio. La pandemia potrebbe aver semplicemente velocizzato alcuni fenomeni già in atto, ma qualche novità è sicuramente emersa. Prima fra tutte, un meccanismo che la Bce definisce "geografico" derivante dal diffondersi del lavoro da casa, che ha comportato lo spostamento dal centro delle città verso le zone rurali e suburbane. Potrebbe anche essere in corso una modifica nel paniere dei beni richiesti dai consumatori nel periodo post-Covid rispetto a quello pre pandemia. I dati a consuntivo analizzati dalla Bce segnalano che il confronto della spesa di beni fra l'autunno 2019 e l'autunno 2020 mostra che la ripresa del consumo aggregato nasconde forti variazioni settoriali. Ad esempio il consumo di beni durevoli si è ripreso in modo significativo (sono beni il cui acquisto è per lo più stato solo rimandato a seguito del lockdown), mentre altri, come l'abbigliamento, si sono contratti.

I dati più recenti in Italia

L'Italia è stato uno dei Paesi che più di altri ha sofferto la recessione nell'anno della pandemia, ma successivamente è fra quelli che hanno più recuperato, sulla spinta sia degli investimenti che dei consumi.

Spesa per consumi finali delle famiglie in Italia

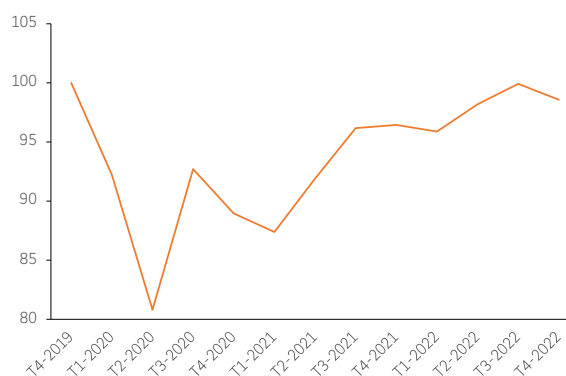
(miliardi di euro, dati trimestrali)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Istat

Andamento della spesa per consumi finali in Italia

(numero indice = 100 IV trim 2019)



Fonte: elaborazione Servizio Studi BNL su dati Istat

Il confronto fra il periodo pre-pandemico ed i dati relativi alla fine del 2022 evidenzia come su base trimestrale la spesa delle famiglie abbia segnato un incremento di poco meno del 25% dai minimi del secondo trimestre del 2020 (periodo di pieno lockdown) e il massimo del terzo trimestre del 2022, con un livello in valore assoluto prossimo ai massimi del 2019; il leggero calo dell'ultimo trimestre del 2022 ha tuttavia ridotto parte del recupero.

La composizione della spesa delle famiglie italiane, secondo l'ultima indagine Istat che risale al 2021, conferma che un numero molto contenuto di queste ha mantenuto inalterato il livello di spesa nelle varie tipologie (fanno eccezione i comparti di cibo e bevande) e quasi nessuno l'ha incrementato; il comportamento più diffuso riguarda il calo degli acquisti, con uno spostamento dal livello "inalterato" ad una riduzione dello stesso.



Il presente documento è stato preparato nell'ambito della propria attività di ricerca economica da BNL BNP Paribas. Le stime e le opinioni espresse sono riferibili al Servizio Studi di BNL BNP Paribas e possono essere soggette a cambiamenti senza preavviso. Le informazioni e le opinioni riportate in questo documento si basano su fonti ritenute affidabili ed in buona fede. Il presente documento è stato divulgato unicamente per fini informativi. Esso non costituisce parte e non può in nessun modo essere considerato come una sollecitazione alla vendita o alla sottoscrizione di strumenti finanziari ovvero come un'offerta di acquisto o di scambio di strumenti finanziari. Le opinioni espresse non impegnano la responsabilità della banca.

