

RAPPORTO ANNUALE 2019

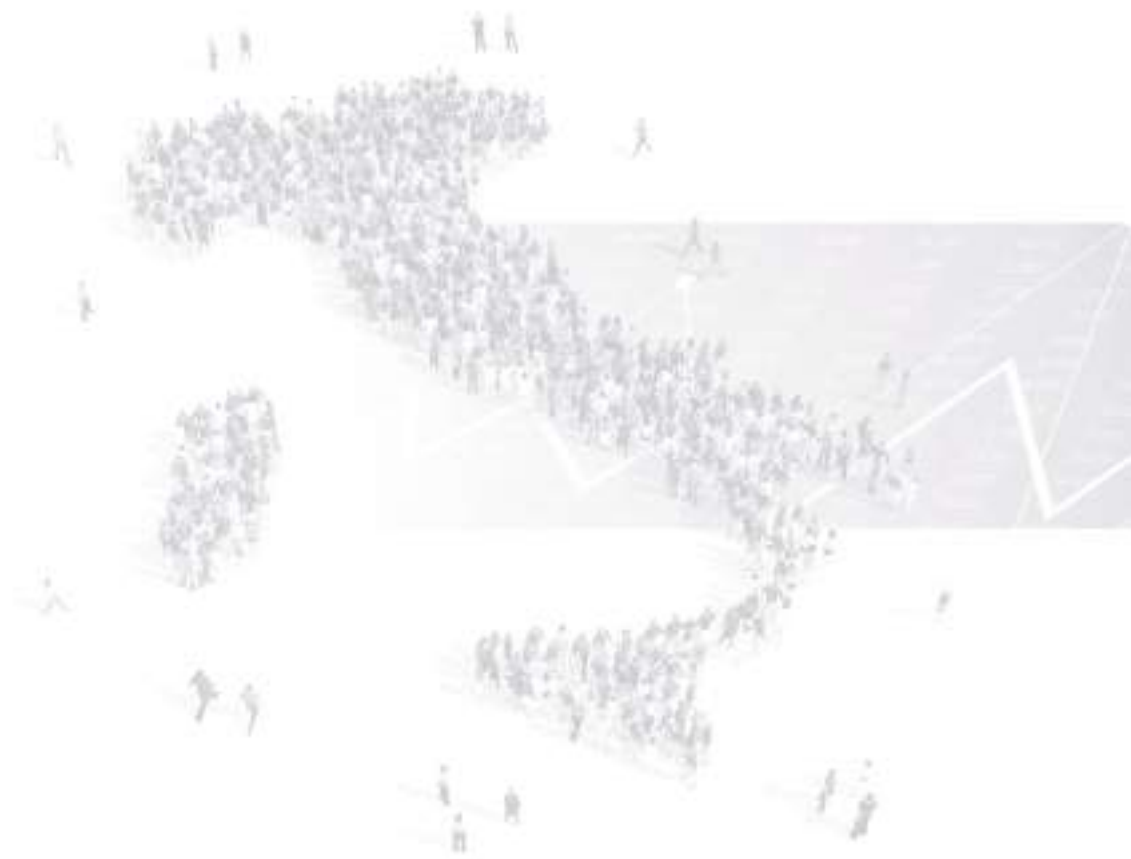
La situazione del Paese



Rapporto annuale 2019. La situazione del Paese.
Presentato giovedì 20 giugno 2019 a Roma
presso la Sala della Regina di Palazzo Montecitorio

RAPPORTO **ANNUALE 2019**

La situazione del Paese



Sul sito www.istat.it sono pubblicati approfondimenti, contenuti interattivi, note metodologiche ed eventuali segnalazioni di errata corrige

RAPPORTO **ANNUALE 2019**

La situazione del Paese

ISBN 978-88-458-1981-0 (stampa)
ISBN 978-88-458-1982-7 (elettronico)

© 2019

Istituto nazionale di statistica
Via Cesare Balbo, 16 - Roma



Salvo diversa indicazione, tutti i contenuti pubblicati sono soggetti alla licenza Creative Commons - Attribuzione - versione 3.0. <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/it/>

È dunque possibile riprodurre, distribuire, trasmettere e adattare liberamente dati e analisi dell'Istituto nazionale di statistica, anche a scopi commerciali, a condizione che venga citata la fonte.

Immagini, loghi (compreso il logo dell'Istat), marchi registrati e altri contenuti di proprietà di terzi appartengono ai rispettivi proprietari e non possono essere riprodotti senza il loro consenso.



Indice

Avvertenze	Pag.	9
CAPITOLO 1 IL QUADRO MACROECONOMICO E SOCIALE	»	15
QUADRO D'INSIEME	»	17
☞☞ Il maxi-ammortamento come stimolo alla crescita: Un'analisi distributiva	»	42
APPROFONDIMENTI E ANALISI		
1.1 I cambiamenti nei comportamenti di acquisto dei prodotti alimentari nel 2018	»	45
1.2 Catene globali del valore e produttività: la posizione dell'Italia nel contesto europeo	»	49
CAPITOLO 2 LE RISORSE DEL PAESE: OPPORTUNITÀ PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE	»	55
QUADRO D'INSIEME	»	57
APPROFONDIMENTI E ANALISI		
2.1 I canali di trasmissione della crescita economica: le filiere produttive	»	71
2.2 La dotazione e la fragilità del "capitale territoriale"	»	79
2.3 Pressioni antropiche e risorse naturali	»	91
☞☞ Economie di agglomerazione e scelte di localizzazione delle imprese	»	101
☞☞ Le strategie di diversificazione delle aziende agricole	»	103
☞☞ L'impatto dell'economia sommersa sull'efficienza e sulla performance delle imprese e dei settori	»	106



CAPITOLO 3 TENDENZE DEMOGRAFICHE E PERCORSI DI VITA ..	»	113
QUADRO D'INSIEME	»	115
APPROFONDIMENTI E ANALISI		
3.1 Trasformazioni e criticità	»	135
3.2 Come cambiano i percorsi di vita dei giovani	»	143
3.3 Essere anziani oggi: non è solo una questione di età	»	151
☐☐ Gli anziani e le nuove tecnologie	»	161
CAPITOLO 4 MERCATO DEL LAVORO E CAPITALE UMANO	»	167
QUADRO D'INSIEME	»	169
☐☐ Il lavoro indipendente fra autonomia e segnali di subordinazione	»	186
☐☐ L'input di lavoro non regolare nel quadro dei conti nazionali	»	189
APPROFONDIMENTI E ANALISI		
4.1 Italiani e stranieri: un mercato del lavoro duale	»	193
☐☐ Il ruolo degli imprenditori nati all'estero nel sistema produttivo italiano	»	198
4.2 I giovani istruiti: un capitale da valorizzare	»	203
4.3 Trasformazione digitale e domanda di lavoro delle imprese	»	211
CAPITOLO 5 BENESSERE, COMPETITIVITÀ E CRESCITA ECONOMICA: VERSO UNA LETTURA INTEGRATA	»	221
QUADRO D'INSIEME	»	223
APPROFONDIMENTI E ANALISI		
5.1 I fattori rilevanti per il benessere soggettivo: un approccio multilivello.	»	243
☐☐ L'accesso ai servizi in Italia: uno sguardo d'insieme	»	248
5.2 Benessere e sistemi produttivi nei territori	»	251
5.3 Qualità dell'occupazione e struttura delle imprese	»	259
5.4 Disuguaglianze retributive nelle piccole imprese: il ruolo dell'efficienza	»	268
☐☐ Disuguaglianze retributive e caratteristiche d'impresa: un'analisi esplorativa	»	273
Glossario	»	279



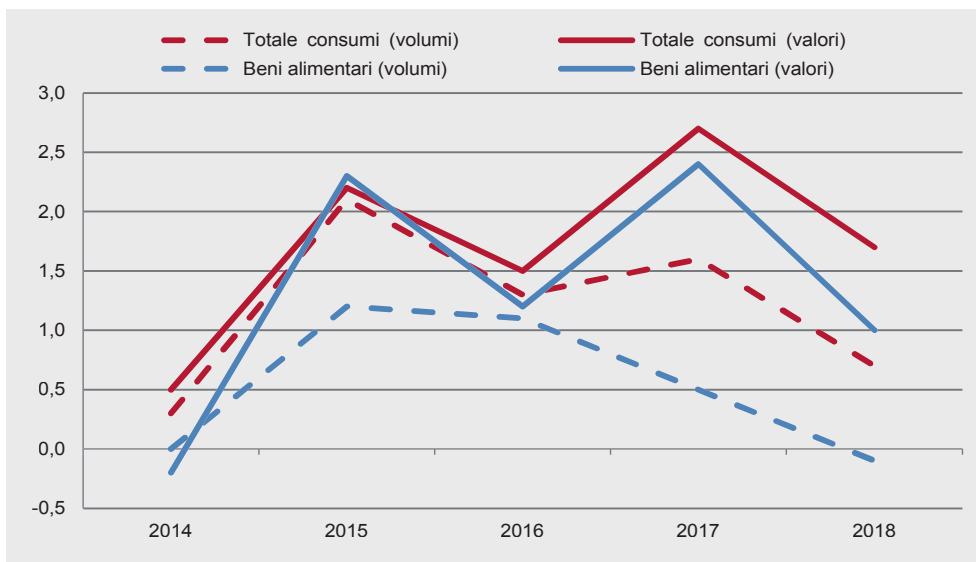


ANALISI E APPROFONDIMENTI

1.1 I CAMBIAMENTI NEI COMPORTAMENTI DI ACQUISTO DEI PRODOTTI ALIMENTARI NEL 2018

Nel 2018, la spesa corrente per consumi delle famiglie sul territorio economico è aumentata dell'1,7 per cento, segnando un netto rallentamento rispetto all'anno precedente (+2,7 per cento). L'andamento ha rispecchiato quasi esattamente la dinamica delle grandezze in volume, anch'esse in decelerazione (+0,7 per cento nel 2018 da +1,6 per cento nel 2017) (Figura 1.22), alla quale ha contribuito principalmente la lieve diminuzione delle spese per prodotti alimentari (-0,1 per cento da +0,5 per cento).

Figura 1.22 Spesa per consumi delle famiglie. Anni 2014-2018 (variazioni percentuali)



Fonte: Istat, Conti economici nazionali

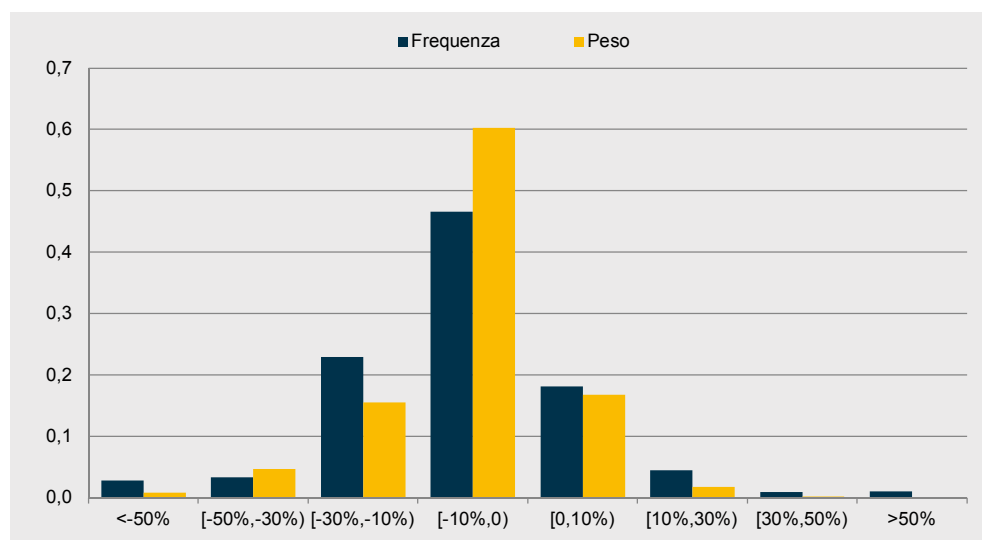
La disponibilità dei dati *scanner*²³, provenienti dalla Grande Distribuzione Organizzata (GDO) del commercio al dettaglio, permette di misurare i cambiamenti nei comportamenti di acquisto dei consumatori in relazione alle diverse tipologie di beni e ai diversi livelli di prezzo dei prodotti venduti nei supermercati e ipermercati. Tali dati consentono quindi di valutare gli aggiustamenti nei comportamenti di spesa della recente fase di flessione dei consumi alimentari.

23 I dati *scanner* comprendono dati settimanali di vendita (fatturato e quantità) dei singoli prodotti (identificati univocamente da un codice a barre) riferiti a un campione di oltre 2.000 ipermercati e supermercati delle 16 principali catene della GDO che partecipano all'indagine dei prezzi al consumo.

A questo scopo, per il periodo 2017-2018 è stato selezionato un panel di circa 215.000 prodotti alimentari, che rappresentano oltre l'80 per cento del totale delle vendite del settore.²⁴ Per ciascun prodotto sono stati calcolati il valore medio annuo del fatturato, della quantità venduta e del corrispondente prezzo.

La distribuzione di frequenza per classi di ampiezza delle variazioni di fatturato, relative a circa 900 raggruppamenti di prodotti,²⁵ ha mostrato una tendenza al ribasso delle vendite (Figura 1.23). In particolare, oltre il 75 per cento dei raggruppamenti ha registrato un calo del valore del fatturato.

Figura 1.23 Distribuzione della frequenza e del peso dei raggruppamenti di prodotti per classi di ampiezza di variazione del fatturato (variazioni 2017-2018; quote percentuali)



Fonte: Elaborazioni su dati Istat, Indagine sui prezzi al consumo

Classificando i 900 raggruppamenti di prodotti all'interno delle 14 classi della ECOICOP²⁶ relative ai beni alimentari e alle bevande alcoliche, l'analisi ha evidenziato come la contrazione delle vendite sia relativamente diffusa. Nello specifico, alcune classi come Oli e grassi, Frutta, Alcolici e Birre hanno mostrato una minore variabilità complessiva dei tassi percentuali di variazione del fatturato, con un *range* tra valore massimo e minimo intorno o inferiore a circa 40 punti e una sostanziale simmetria della distribuzione (il valore medio risulta molto vicino al valore mediano). In altri casi, come per il Caffè, tè e cacao e Pesci e prodotti ittici, il *range* di variazione è risultato più ampio (rispettivamente 77,1 punti e 85,0 punti), con una netta preponderanza di incrementi fra un anno e l'altro e una conseguente asimmetria positiva. Per le classi relative a Pane e cereali e Acque minerali, bevande analcoliche, succhi di frutta e verdura, il *range* osservato è più ampio, con una maggiore presenza di diminuzioni di fatturato. Infine, per Latte, formaggi e uova e Prodotti alimentari n.a.c. si è registrata una forte dispersione della distribuzione, con una maggiore presenza di miglioramenti di fatturato.

24 In particolare, il panel comprende oltre 21 milioni di referenze (prodotto per punto vendita) vendute nelle 107 province italiane.

25 I raggruppamenti di prodotti utilizzati per questa analisi corrispondono al livello più basso della classificazione ECR (classificazione merceologica condivisa dalle imprese industriali e distributive) e sono relativi ai beni alimentari comprensivi delle bevande alcoliche.

26 ECOIP è la classificazione europea dei consumi individuali secondo l'utilizzo finale, che prevede un livello di dettaglio (le sottoclassi) maggiore rispetto alla COICOP.

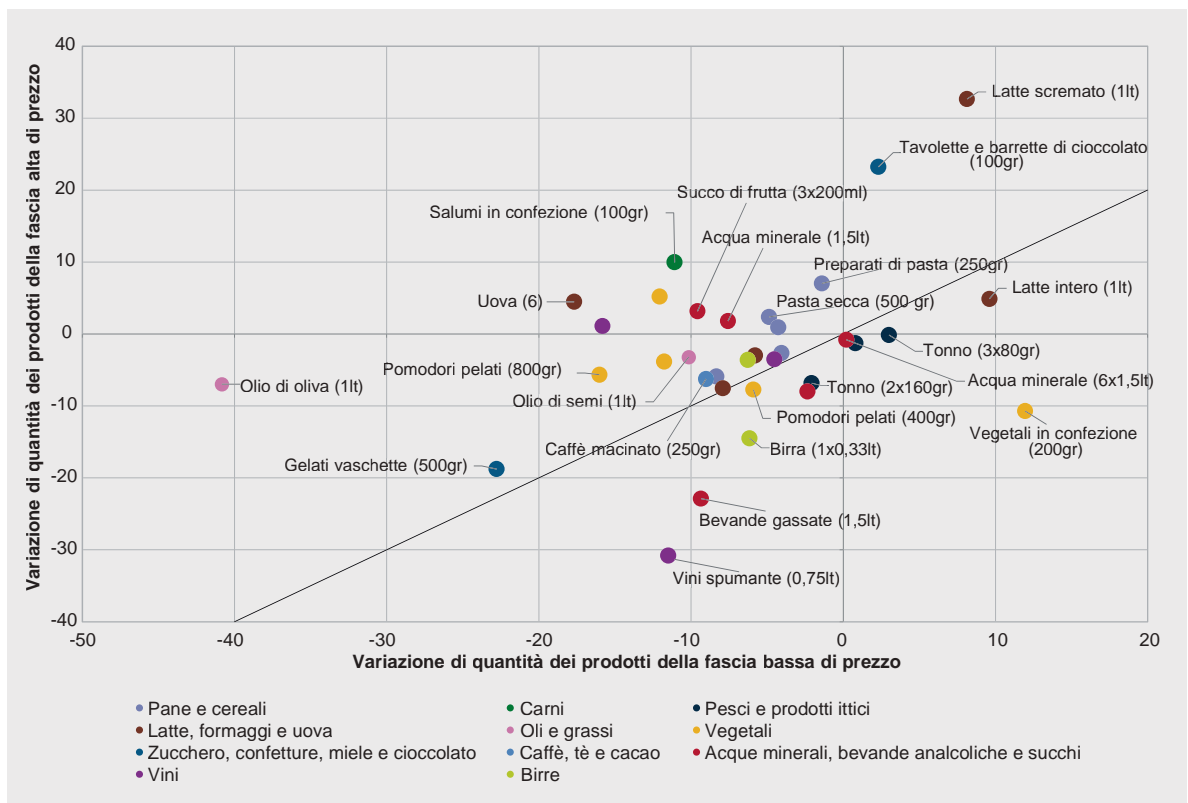
La marcata varietà osservata nei comportamenti di acquisto, sia tra le categorie di beni sia al loro interno, potrebbe riflettere, almeno in parte, effetti di sostituzione dei prodotti di ciascuna classe.

Per approfondire questi aspetti, data la forte eterogeneità dei raggruppamenti di prodotti all'interno delle classi ECOICOP, è stata effettuata un'ulteriore selezione considerando aggregati di spesa più omogenei.²⁷

In particolare, sulla base del peso in termini di fatturato, è stato selezionato un sottoinsieme di aggregati di spesa che si riferisce a prodotti di consumo ordinario tra i quali figurano pasta secca, acqua minerale, olio di oliva, vegetali in confezione, caffè, latte, birre e vini.²⁸

All'interno di ciascun aggregato sono state poi individuate una o più varietà di prodotti, omogenee per formato e confezionamento,²⁹ tra quelle maggiormente rappresentative in termini di vendite. Nel complesso sono state considerate 34 varietà. I prodotti di ciascuna varietà sono

Figura 1.24 Distribuzione delle variazioni di quantità dei beni di fascia bassa e alta di prezzo per varietà di prodotto. Anni 2017-2018 (valori percentuali)



Fonte: Elaborazioni su dati Istat, Indagine prezzi al consumo

27 Corrispondenti agli aggregati di prodotto, cioè il livello più basso della classificazione utilizzata per il calcolo degli indici dei prezzi al consumo.

28 Gli altri aggregati di spesa considerati sono: riso, farina e altri cereali, pane confezionato, preparati di pasta, salumi in confezione, pesci surgelati, altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati, formaggi freschi e latticini, altri prodotti a base di latte o simili, uova, altri oli alimentari, vegetali surgelati, pomodori trasformati o conservati, cioccolato, gelati, bevande gassate, succhi di frutta e verdura.

29 Ad esempio, per la pasta secca è stata selezionata la pasta di semola con formato da 0,5 kg, mentre per l'acqua minerale è stato considerato il formato da 1,5 litri, distinguendo tra le confezioni singole e quelle da 6 bottiglie.

stati, infine, classificati in quattro differenti fasce di prezzo³⁰ (bassa, medio-bassa, medio-alta e alta) e per ciascuna fascia sono stati calcolati i tassi di variazione delle quantità vendute tra il 2017 e il 2018.

Il confronto tra gli andamenti delle quantità vendute dei prodotti appartenenti alla fascia di prezzo bassa (asse delle ascisse) e di quelli della fascia di prezzo più elevata (asse delle ordinate) ha evidenziato una contrazione degli acquisti più pronunciata per i prodotti meno costosi (circa 80 per cento) rispetto a quelli a prezzo più alto (65 per cento, Figura 1.24).

Più in dettaglio, per nove varietà di prodotto (oltre un quarto dei casi), i beni di qualità superiore hanno fatto segnare un aumento delle quantità vendute a fronte della flessione delle vendite dei prodotti di fascia bassa (ad esempio, per i salumi in confezione da 100gr si registra una diminuzione dell'11 per cento per i prodotti più economici e un corrispondente aumento del 10 per cento di quelli a più alto prezzo di acquisto).

Inoltre, in circa un terzo dei casi (12 su 34), le vendite dei prodotti più costosi hanno registrato flessioni meno marcate rispetto ai beni con prezzo inferiore (ad esempio, per la varietà Olio di oliva da 1 litro, la diminuzione delle quantità vendute relative ai prodotti di fascia bassa è pari a circa il 40 per cento, contro il 7 per cento di quelli della fascia alta).

L'analisi evidenzia, dunque, come la recente lieve diminuzione dei consumi alimentari sia stata caratterizzata da una flessione delle quantità vendute che ha interessato principalmente i prodotti appartenenti alla fascia di prezzo inferiore, ai quali presumibilmente corrispondono beni di qualità più bassa. Le analisi presentate suggeriscono che questo fenomeno possa essere stato accompagnato da un limitato spostamento verso beni di qualità più elevata. Nella maggior parte dei casi osservati, le riduzioni di quantità per i beni di alta fascia sono legate a forti ridimensionamenti di quelli a fascia bassa. In quest'ultimo caso, l'evoluzione potrebbe essere connessa a un cambiamento dei modelli di consumo delle famiglie meno abbienti, che si manifesta con la modifica della composizione della spesa attraverso una riduzione degli acquisti e/o lo spostamento della loro domanda verso altre tipologie distributive³¹.

30 Per la selezione delle fasce sono stati calcolati i quartili della distribuzione dei prezzi medi annui nel 2017.

31 L'analisi risulta coerente con quanto emerge dai dati del 2018 dell'indagine sul Commercio al dettaglio che evidenziano un deciso aumento, tra gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, delle vendite, in valore, per la tipologia distributiva dei discount (+4,4 per cento) a fronte di una leggera diminuzione per gli ipermercati (-0,3 per cento) e di un leggero aumento per i supermercati (+0,4 per cento).