

Italia - Quadro macroeconomico

Previsioni Rapporto Coop 2016

<i>(var % medie annue)</i>	PREVISIONI		
	2015	2016	2017
Prodotto interno lordo	0,7	0,9	0,7
Spesa delle famiglie residenti	1,5	1,4	0,7
Esportazioni	4,3	1,2	3,0
Prezzi al consumo	0,1	-0,1	1,1
Tasso di disoccupazione	11,9	11,3	10,8
<i>(in % del Pil)</i>			
Saldo partite correnti	2,2	2,8	2,8
Indebitamento netto	-2,6	-2,4	-2,6
Debito P.A.	132,2	132,5	133,1

Fonte: REF Ricerche

I consumi degli italiani

Previsioni Rapporto Coop 2016

<i>(var % medie annue)</i>						PREVISIONI	
	2010-2012	2013-2015	2016-2018	2015	2016	2017	2018
Alimentari, e bevande non alcoliche	-1,6	-0,8	0,4	0,4	0,5	0,3	0,4
Bevande alcoliche, tabacco,narcotici	-0,9	-1,1	0,7	-0,3	0,8	0,4	0,7
Vestitario e calzature	-0,5	0,2	0,7	1,4	1,0	0,5	0,7
Abitazione	0,2	0,0	0,3	1,3	0,4	0,2	0,3
Mobili elettrodomestici e manutenzione casa	-1,5	-1,0	0,9	0,9	1,3	0,8	0,6
Sanità	-1,3	0,7	0,7	2,3	0,9	0,5	0,7
Trasporti	-5,2	0,2	0,8	4,5	1,9	0,2	0,3
Comunicazioni	2,0	1,5	1,5	3,2	1,1	1,3	2,0
Ricreazione e cultura	0,3	-0,2	2,7	3,9	3,1	2,4	2,7
Istruzione	-0,1	-0,8	0,4	3,3	0,6	0,2	0,4
Alberghi e ristoranti	0,2	0,3	1,5	1,2	1,7	1,3	1,3
Beni e servizi vari	0,8	0,8	1,4	1,3	1,6	1,2	1,4

Fonte: elaborazioni REF Ricerche per Ancc-Coop

I consumi degli italiani
Previsioni Rapporto Coop 2016

I CONSUMI CHE CRESCERANNO DI PIU' NEL 2017

<i>(var % medie annue)</i>	2010-2012	2013-2015	2016-2018	2015	2016	PREVISIONI	
						2017	2018
<i>Telefoni ed equipaggiamento telefonico</i>	18,5	14,4	8,5	18,7	8,9	8,0	8,5
<i>Articoli audiovisivi, fotografici, computer ed accessori,</i>	5,1	5,3	7,7	8,7	8,0	7,3	7,7
<i>Servizi ricreativi e culturali</i>	1,5	0,2	3,2	4,6	3,8	2,8	3,1
<i>Piccoli elettrodomestici, inclusi accessori e riparazioni</i>	-0,2	3,8	2,4	4,5	3,0	2,4	1,7
<i>Servizi domestici e per l'igiene della casa</i>	2,4	1,1	2,2	0,0	2,2	2,1	2,2
<i>Assicurazioni</i>	-1,7	7,1	2,3	10,7	2,9	2,0	2,2
<i>Altri articoli ricreativi ed equipaggiamento</i>	2,1	-0,9	2,1	0,7	2,3	1,9	2,1
<i>Servizi di trasporto</i>	-0,1	0,5	2,1	3,4	2,3	1,9	2,1
<i>Apparecchi, articoli e prodotti per la cura della persona</i>	2,1	-0,4	2,0	-1,1	2,2	1,7	2,0
<i>Protezione sociale</i>				-1,8	2,0	1,7	1,8

Fonte: elaborazioni REF Ricerche per Ancc-Coop

I consumi degli italiani

Previsioni Rapporto Coop 2016

I CONSUMI CHE CRESCERANNO DI MENO NEL 2017

(var % medie annue)	2010-2012	2013-2015	2016-2018	2015	2016	PREVISIONI	
						2017	2018
<i>Servizi telefonici, telegrafi e telefax</i>	-1,8	-3,6	-3,0	-3,8	-3,3	-3,0	-2,7
<i>Manutenzione e riparazione dell'abitazione</i>	-8,5	-1,9	-2,4	0,1	-2,2	-2,6	-2,4
<i>Giornali, ed articoli di cancelleria</i>	-5,2	-4,8	-2,1	0,9	-1,7	-2,4	-2,1
<i>Tessuti per la casa</i>	-3,5	-4,3	-1,7	2,3	-1,4	-1,9	-1,7
<i>Libri</i>	-5,8	-4,3	-1,6	-0,6	-1,3	-1,9	-1,6
<i>Combustibili e lubrificanti</i>	-5,2	-1,0	-1,2	-1,6	-0,3	-1,8	-1,6
<i>Servizi postali</i>	-0,1	-8,8	-1,5	-8,3	-1,4	-1,7	-1,5
<i>Oli e grassi</i>	-1,3	-3,4	-1,3	-1,2	-1,1	-1,5	-1,3
<i>Cristalleria, vasellame ed utensili per la casa</i>	-3,7	-3,8	-0,7	0,3	-0,3	-1,1	-0,7
<i>Bevande alcoliche</i>	0,6	-2,5	-0,1	-0,2	0,4	-0,4	-0,3
<i>Acqua e altri servizi per l'abitazione</i>	1,9	-2,0	0,0	-0,3	0,1	-0,1	0,0
<i>Bevande non alcoliche,caffè, tè e cacao</i>	-3,8	-0,2	0,2	2,8	0,6	-0,1	0,1

Fonte: elaborazioni REF Ricerche per Ancc-Coop

Le vendite della Gdo italiana

(Var. % sul periodo corrispondente dell'anno precedente, totale = LCC+Fresco a peso variabile+Non Food)

Fatturato totale		Pesi	2012	2013	2014	2015	Gen-Ott 2016	2017
Distribuzione Moderna		100%	0,1	-0,3	-0,9	0,7	-0,2	0,3
di cui:	Ipermercati	31%	-0,3	-1,0	-1,3	0,0	-0,9	-0,3
	Supermercati	41%	0,7	0,5	-0,8	0,9	-0,7	0,2
	Libero Servizio	11%	-4,1	-8,0	-3,6	-2,4	-5,0	-3,4
	Discount	15%	5,8	8,7	1,5	2,0	6,9	4,3
	Specialisti drug	2%	1,7	4,6	7,5	10,9	3,9	2,9
di cui:	LCC	64%	0,5	-0,2	-0,6	1,5	0,6	0,9
	Fresco a peso variabile	28%	0,3	-0,3	-4,1	-0,9	-1,5	-0,6
	Non Food	8%	-5,0	-3,5	-4,2	-4,3	-2,2	-2,5
LCC			2012	2013	2014	2015	gen- ott 2016	2017
Fatturato			0,5	-0,2	-0,6	1,5	0,6	0,9
di cui:	Inflazione		3,4	2,2	1,3	1,4	0,1	1,0
	Volumi		-1,1	-0,6	-0,5	1,0	1,3	0,4
	Mix		-1,8	-1,8	-1,4	-0,9	-0,8	-0,5
	Pressione promo (%)		29,5	30,8	31,4	31,0	30,7	30,2

(*) Previsioni

Fonte: Nielsen per i consuntivi, REF Ricerche per le previsioni