

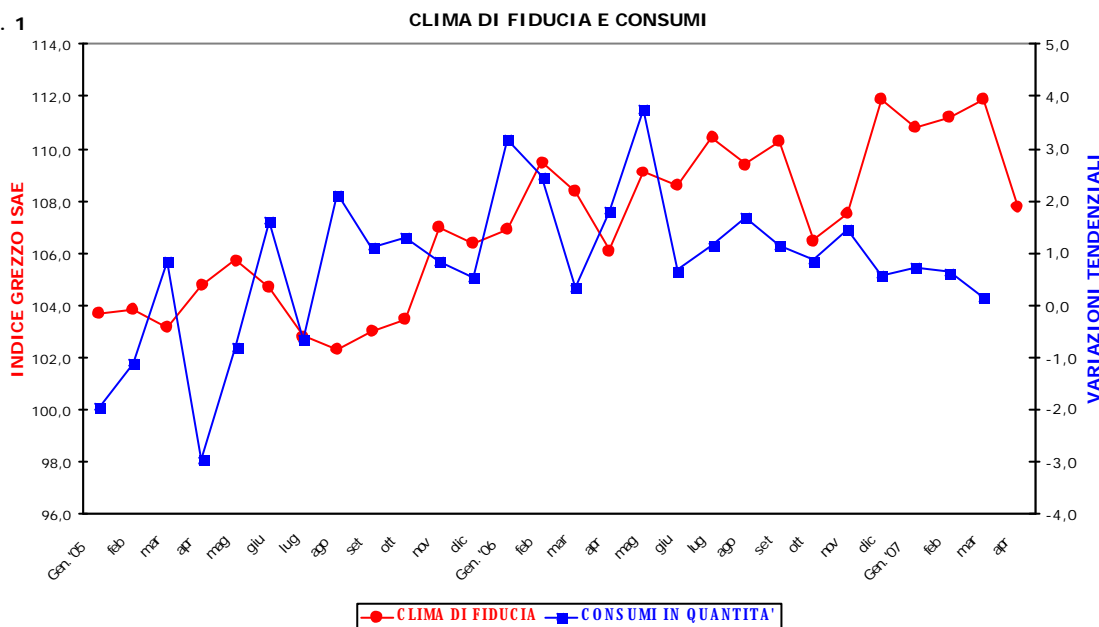
CONSUMI & PREZZI

Congiuntura Confcommercio

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala nel mese di marzo 2007 un ulteriore rallentamento della spesa delle famiglie con una variazione del dato in quantità dello 0,1% rispetto allo stesso mese del 2006. Situazione che ha portato nel primo trimestre dell'anno ad un incremento delle quantità acquistate dello 0,5% tendenziale (TAB. 2). Nell'analogo periodo del 2006 la variazione dell'ICC segnalava un incremento

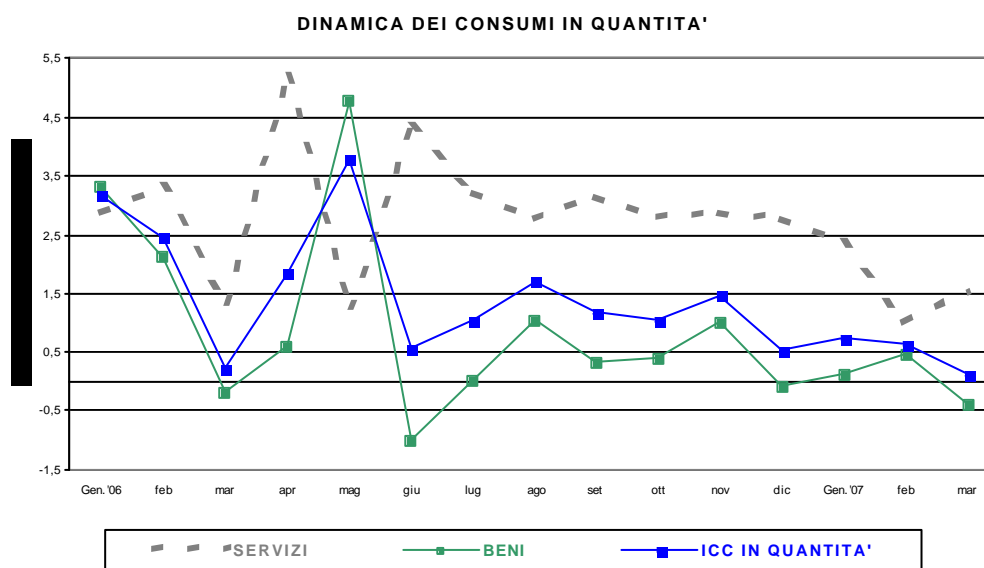
dell'1,9% rispetto al primo trimestre del 2005. La scarsa dinamicità dei consumi continua ad influire sull'evoluzione dell'economia italiana che dall'inizio del 2007, come segnalato dai principali indicatori congiunturali (anche a febbraio gli indici destagionalizzati della produzione industriale e degli ordinativi hanno registrato una riduzione pari rispettivamente allo 0,5% e allo 0,3%), sembra scontare una fase di accentuato rallentamento.

FIG. 1



Fonte: ELABORAZIONI U.S.C.

FIG. 2



Fonte: ELABORAZIONI U.S.C.



Il permanere della situazione di staticità dei consumi delle famiglie, stando a quanto rilevato dall'**ICC**, sembra derivare prevalentemente dalla componente relativa ai beni (-0,4% la riduzione delle quantità acquistate rispetto a marzo del 2006, +0,1% nel complesso del primo trimestre), mentre per i servizi la dinamica appare in contenuto miglioramento rispetto a quanto registrato nel mese di marzo (FIG. 2, TAB.2).

La maggior dinamicità della domanda per i servizi si conferma anche nel complesso del primo trimestre **ICC** + 0,5%, servizi + 1,6% (TAB.2)

Analizzando l'evoluzione delle singole voci di spesa che compongono l'**ICC** si segnala, in un quadro caratterizzato da una generalizza-

ta debolezza dei consumi, il permanere di tassi di crescita decisamente positivi solo per gli aggregati relativi alle comunicazioni ed ai beni e servizi per la cura della persona a cui si contrappongono, in termini quantitativi, le decise riduzioni registrate nel comparto dei beni e servizi ricreativi e dell'alimentare e tabacchi (TAB. 2).

Per quanto concerne la voce relativa ai **beni e servizi ricreativi** anche nel mese di marzo si conferma la tendenza pesantemente riflessiva della domanda (-5,2% tendenziale in quantità), che aveva già caratterizzato il primo bimestre dell'anno, dinamica a cui sembrano fare eccezione solo i segmenti dei cd e dei supporti audiovisivi e dei giochi, giocattoli e articoli per lo sport ed il tempo libero.

TAB. 1 DINAMICA ICC IN VALORE (VARIAZIONI TENDENZIALI)

	06/05	2007			
	ANNO	GEN	FEB	MAR	GEN-MAR
SERVIZI	5,0	4,5	2,6	2,4	3,1
BENI	2,8	1,6	1,7	1,0	1,5
TOTALE	3,5	2,4	2,0	1,4	1,9
Beni e servizi ricreativi	0,7	0,0	-0,6	-1,1	-0,6
Alberghi e consumazioni fuori casa	5,3	4,3	2,1	3,2	3,2
Beni e servizi per la mobilità'	5,8	3,8	3,4	0,8	2,6
Beni e servizi per le comunicazioni	2,3	3,7	2,8	-2,4	1,3
Beni e servizi per la cura della persona	1,5	0,5	0,9	1,4	0,9
Abbigliamento e calzature	1,3	0,8	1,2	1,2	1,0
Beni e servizi per la casa	4,2	4,0	3,3	3,6	3,7
Alimentari, bevande e tabacchi	2,5	0,5	1,2	0,9	0,9

FONTI: ELABORAZIONI U.S.C.

TAB.2 DINAMICA ICC IN QUANTITA' (VARIAZIONI TENDENZIALI)

	06/05	2007			
	ANNO	GEN	FEB	MAR	GEN-MAR
SERVIZI	3,0	2,4	1,0	1,6	1,6
BENI	1,0	0,1	0,5	-0,4	0,1
TOTALE	1,5	0,7	0,6	0,1	0,5
Beni e servizi ricreativi	-3,0	-4,6	-4,6	-5,2	-4,8
Alberghi e consumazioni fuori casa	3,0	1,8	-0,4	0,7	0,7
Beni e servizi per la mobilità'	2,1	3,2	4,3	0,3	2,5
Beni e servizi per le comunicazioni	7,6	6,4	6,2	6,5	6,4
Beni e servizi per la cura della persona	3,8	5,7	5,7	5,2	5,5
Abbigliamento e calzature	0,0	-0,9	-0,5	-0,6	-0,7
Beni e servizi per la casa	0,4	-0,2	-0,7	-0,5	-0,5
Alimentari, bevande e tabacchi	0,1	-2,6	-1,9	-2,0	-2,2

FONTI: ELABORAZIONI U.S.C.

TAB. 3 DINAMICA PREZZI ICC (VARIAZIONI TENDENZIALI)

	06/05	2007			
	ANNO	GEN	FEB	MAR	GEN-MAR
SERVIZI	1,9	2,0	1,6	0,8	1,5
BENI	1,9	1,5	1,3	1,4	1,4
TOTALE	1,9	1,7	1,4	1,3	1,4
Beni e servizi ricreativi	3,8	4,8	4,1	4,3	4,4
Alberghi e consumazioni fuori casa	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5
Beni e servizi per la mobilità'	3,7	0,5	-0,8	0,5	0,1
Beni e servizi per le comunicazioni	-4,8	-2,6	-3,3	-8,3	-4,7
Beni e servizi per la cura della persona	-2,0	-4,9	-4,6	-3,6	-4,4
Abbigliamento e calzature	1,2	1,7	1,7	1,8	1,7
Beni e servizi per la casa	3,8	4,2	4,0	4,2	4,1
Alimentari, bevande e tabacchi	2,4	3,2	3,1	3,0	3,1

FONTI: ELABORAZIONI U.S.C.

Dopo la battuta d'arresto di febbraio la domanda per i **servizi di ristorazione** e di alloggio ha mostrato a marzo una contenuta tendenza al miglioramento (+0,7% la variazione tendenziale in quantità), evoluzione determinata essenzialmente dalla modesta ripresa dei consumi presso i pubblici esercizi.

Relativamente ai **beni e servizi per la mobilità**, nel mese di marzo 2007 si è riscontrata una decisa tendenza al ridimensionamento della domanda, con una variazione tendenziale in quantità del +0,3% a fronte di un incremento del +3,7% nel primo bimestre. Le cause riguardano essenzialmente la decisa riduzione dei consumi di carburanti e il ridimensionamento dei tassi di crescita delle vendite di autovetture.

Anche nel mese di marzo la componente più dinamica dei consumi è risultata quella relativa ai **beni e servizi per le comunicazioni** (+6,5% la variazione tendenziale in quantità nel mese +6,4% nel trimestre), evoluzione favorita non solo da una fase di sensibile crescita della domanda per televisori, computer, macchine fotografiche, ecc., ma anche di quella relativa ai servizi per le comunicazioni. Va segnalato come questo capitolo sconti anche una sensibile riduzione dei prezzi determinata non solo dalla componente relativa ai beni, ma anche dai servizi in seguito agli interventi sui costi di ricarica dei cellulari.

In linea con quanto registrato nel primo bimestre anche nel mese di marzo è proseguita la fase di

espansione della domanda relativa ai **beni e servizi per la cura della persona** con un incremento delle quantità vendute del 5,2% (+5,5% nel complesso del primo trimestre). Evoluzione che continua ad essere sostenuta esclusivamente dal segmento relativo ai prodotti farmaceutici e terapeutici.

E' ancora negativa l'evoluzione della domanda per **l'abbigliamento e le calzature** (-0,6% in quantità nel mese di marzo, -0,7% nel complesso del primo trimestre) segnalando come i saldi invernali abbiano prodotto risultati meno favorevoli rispetto allo scorso anno e come vi sia una certa prudenza da parte dei consumatori negli acquisti per l'inizio della stagione primavera-estate.

In ulteriore flessione è risultata anche la domanda relativa ai consumi di **beni e servizi per la casa** (-0,5% in quantità sia a marzo che nella media del trimestre), segmento che sconta ormai da tempo una certa debolezza ed al cui interno variazioni positive, sia pure di modesta entità, si continuano a riscontrare solo per gli elettrodomestici.

Un trend negativo ha continuato a caratterizzare, anche nel mese di marzo 2007, la domanda relativa al capitolo degli **alimentari e tabacchi** con una riduzione delle quantità acquistate rispetto allo stesso mese del 2006 del 2,0% (-2,2% nel complesso del primo trimestre).

PRODOTTI E SERVIZI CONSIDERATI

Beni e servizi ricreativi

Cartoleria libri giornali e riviste
Compact disk, supporti magnetici audio e video
strumenti musicali
Giochi giocattoli articoli per lo sport ed il campeggio
Altri prodotti

Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa

Alberghi
Pubblici esercizi

Beni e servizi per la mobilità

Automobili
Carburanti
Pedaggi
Trasporti aerei

Beni e servizi per la comunicazione

Radio televisori registratori e dotazioni per l'informatica
Foto-ottica e pellicole

Servizi postali

Servizi per le comunicazioni

Beni e servizi per la cura della persona

Sanità
Prodotti farmaceutici e terapeutici
Prodotti di profumeria e cura della persona

Abbigliamento e calzature

Abbigliamento pellicce e pelli per pellicceria
Calzature, articoli in pelle e da viaggio

Beni e servizi per la casa

Affitti
Energia elettrica
Mobili articoli tessili arredamento per la casa
Elettrodomestici

Generi casalinghi durevoli e non durevoli

Utensileria per la casa e ferramenta

Alimentari, bevande e tabacchi

Alimentari e bevande
Tabacchi

FONTE: ISTAT, UNRAE, MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, AISCAT, ASSAEREOPORTI, TERNA, GFK, SITA

CONSUMI & PREZZI è uno strumento di analisi congiunturale che Confcommercio mette a disposizione dei propri associati e di tutti coloro che sono interessati alla dinamica di breve periodo della spesa reale delle famiglie e dei prezzi delle principali voci di consumo.

CONSUMI & PREZZI è ancora in fase di completamento. I lavori in corso riguardano l'acquisizione del maggior numero di fonti disponibili, pubbliche e private, in merito ai consumi. Inoltre, al consolidarsi di una serie storica di sufficiente lunghezza, sarà testato un modello di previsione della spesa per fornire indicazioni anticipatrici sul tenore della spesa e della dinamica dei prezzi.

Per raggiungere tali obiettivi si utilizzano informazioni mensili fornite da istituti ed organizzazioni pubbliche e private e dati provenienti dalle diverse indagini congiunturali condotte dall'ISTAT.

I gruppi di prodotti e di servizi osservati sono attualmente 27, pari nell'anno 2005 al 54% dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel 2005 al 61,3%. Per i servizi l'incidenza è del 33%, dato che sale al 43% escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di cui alla Contabilità nazionale. Per i beni l'incidenza è del 74%.

Tra il 2000 e il 2006 la variazione in quantità registrata dal paniere di beni e servizi utilizzati in **CONSUMI & PREZZI** è del 2,8% a fronte del 3,9% registrato dai consumi sul territorio secondo la Contabilità nazionale. Nell'ultimo biennio le variazioni sono risultate pari rispettivamente all'1,7% ed al 2,1%.

La banca dati utilizzata si basa su serie mensili (primo dato gennaio 2000) dei livelli di spesa in valore ed in quantità da cui si desumono gli indici di prezzo. Nel caso di informazioni trimestrali si è proceduto all'interpolazione dei dati mancanti.

La base per i livelli in volume è rappresentata dall'anno 2000. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC riportato a base 2000.

Attualmente, la banca dati è composta da serie storiche non destagionalizzate.

Informazioni:

Ufficio Studi Confcommercio

Tel. 06.5866294 Telefax 06.5836757 e -mail: l.patrignani@confcommercio.it