



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

# 11

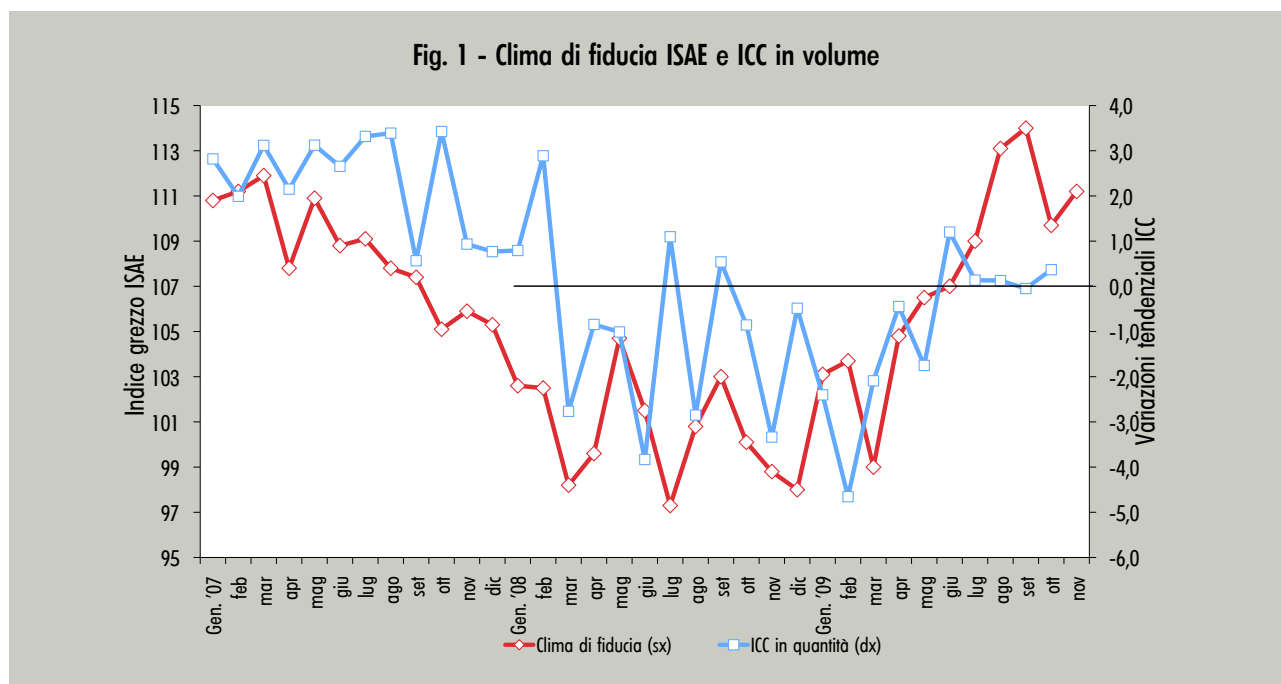
Ufficio Studi

dicembre 2009, numero 11

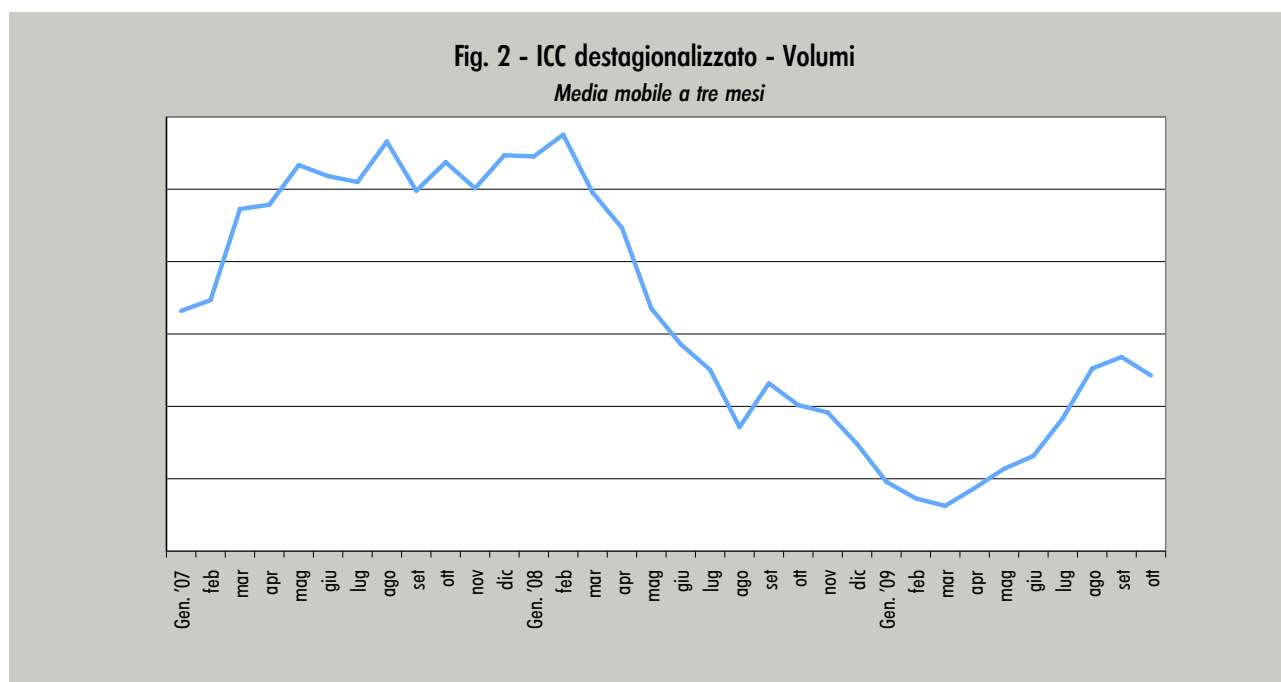
L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala ad ottobre 2009 un aumento dello 0,4% in termini tendenziali<sup>1</sup> (tab. 2). Il dato, che porta a cinque le variazioni tendenziali positive consecutive va letto con estrema cautela. In termini congiunturali, infatti, l'indicatore segnala per il terzo mese consecutivo un arretramento (-0,2%; fig. 2) seppure di entità molto modesta.

La situazione generale, pur continuando ad essere caratterizzata da molti elementi di incertezza, legati soprattutto all'evoluzione dell'occupazione, segnala la presenza sempre più diffusa di elementi positivi.

L'attenuarsi della fase riflessiva ed i primi segnali di un lento avvio di una fase di graduale uscita dalla recessione trovano riscontro anche nel clima di fiducia delle famiglie e delle



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

<sup>1</sup> I dati dell'ultimo mese devono essere considerati come stime provvisorie in quanto ottenuti attraverso l'integrazione dei dati disponibili con uno specifico modello di previsione ARIMA applicato sulle singole serie mensili che compongono l'ICC.

imprese rilevato dall'ISAE. Nel mese di novembre gli indicatori mostrano una evoluzione positiva del sentiment di tutti gli operatori economici.

La presenza di un contesto economico meno negativo rispetto ai mesi precedenti si evidenzia anche dai risultati dell'indagine rapida di Confindustria che segnala, a novembre, un incremento della produzione industriale rispetto al mese precedente dell'1,0% (+1,6% ad ottobre). La tendenza al miglioramento dei livelli produttivi dovrebbe proseguire, stando a quanto rilevato sul versante degli ordini, anche nei primi mesi del 2010.

Il miglioramento mostrato ad ottobre dall'ICC, rispetto all'analogo mese del 2008, riflette un incremento dei volumi acquistati dalle famiglie sia per i beni che per i servizi.

I prezzi dei beni e servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato, anche nel mese di ottobre 2009, una tendenza al ridimensionamento (-0,1%). Il dato, che segnala un attenuarsi della tendenza deflazionistica che ha raggiunto il suo massimo nei mesi estivi, comincia a riflettere gli effetti statistici derivanti dal confronto con un periodo di forte decelerazione dell'inflazione (tab. 3).

La domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato, rispetto ad ottobre del 2008, una diminuzione dell'1,7%. Il dato risente del rientro della dinamica fortemente espansiva della spesa

per concorsi e pronostici registrata in estate ed il permanere di una evoluzione negativa della domanda per gran parte dei prodotti e servizi che compongono l'aggregato.

La domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato ad ottobre una flessione dello 0,7% rispetto all'analogo mese dello scorso anno, con una tendenza alla riduzione che coinvolge entrambe le componenti.

La dinamica della domanda relativa ai beni e servizi per la mobilità mostra una tendenza fortemente espansiva con un incremento, rispetto allo scorso anno, dell'11,6%. L'aumento registrato nell'ultimo mese riflette, oltre al permanere di tassi di crescita sostenuti per le autovetture intestate a persone fisiche, il ritorno su valori positivi, dopo un lungo periodo di riduzioni, della spesa in quantità per motocicli e trasporti aerei.

Il dato di ottobre 2009 evidenzia un ulteriore ridimensionamento della domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico (-1,0% tendenziale), sintesi di una contrazione dei volumi acquistati dalle famiglie per quasi tutti i beni e servizi considerati nell'aggregato.

La domanda per beni e servizi per la cura della persona ha mostrato, ad ottobre, una crescita in volume dell'1,4% rispetto all'analogo mese del 2008, il dato riflette principalmente gli aumenti registrati per i prodotti ed articoli farmaceutici.

**Tab. 1 - Dinamica ICC in valore - var. % tendenziali**

|   | 2008        | 2009        |             |             |             |             |             |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|   | ANNO        | I Trim.     | II Trim.    | III Trim.   | Ago         | Set         | Ott         |
| <b>SERVIZI</b>                            | <b>2,4</b>  | <b>-0,4</b> | <b>0,6</b>  | <b>1,3</b>  | <b>1,5</b>  | <b>1,6</b>  | <b>1,1</b>  |
| <b>BENI</b>                               | <b>-0,5</b> | <b>-5,4</b> | <b>-1,6</b> | <b>-2,0</b> | <b>-2,6</b> | <b>-1,1</b> | <b>-0,1</b> |
| <b>TOTALE</b>                             | <b>0,3</b>  | <b>-4,0</b> | <b>-1,0</b> | <b>-0,9</b> | <b>-1,1</b> | <b>-0,3</b> | <b>0,3</b>  |
| Beni e servizi ricreativi                 | <b>-0,8</b> | -1,1        | -0,5        | 1,2         | 1,7         | 0,8         | -0,9        |
| Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa | <b>2,0</b>  | -0,9        | 0,1         | 0,0         | 0,5         | 0,2         | 0,6         |
| Beni e servizi per la mobilità            | <b>-2,9</b> | -18,2       | -4,4        | -3,0        | -6,2        | 0,3         | 4,0         |
| Beni e servizi per le comunicazioni       | <b>-1,5</b> | -2,7        | -0,9        | 0,1         | -0,5        | 0,7         | 0,2         |
| Beni e servizi per la cura della persona  | <b>-0,4</b> | -1,5        | -0,8        | -0,9        | 0,4         | -0,1        | 0,5         |
| Abbigliamento e calzature                 | <b>-1,5</b> | -3,3        | -2,2        | -3,5        | -3,4        | -3,9        | -1,4        |
| Beni e servizi per la casa                | <b>2,2</b>  | -0,9        | -0,6        | -1,1        | -1,3        | -0,6        | -0,9        |
| Alimentari, bevande e tabacchi            | <b>1,5</b>  | -2,5        | 0,2         | -1,3        | -1,8        | -0,7        | 0,1         |

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

Anche nel mese di ottobre 2009 gli acquisti di articoli d'abbigliamento e calzature evidenziano una flessione (-2,2%), dato che, seppure meno negativo rispetto a quanto registrato a settembre, amplifica le difficoltà di un settore ormai da tempo in crisi.

La domanda in quantità di beni e servizi per la casa ha segnalato un ulteriore decremento (-1,3% rispetto all'analogo

mese del 2008), confermando, anche in questo caso, la situazione critica del comparto.

Infine, per quanto concerne la domanda delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per ottobre 2009 segnala una contrazione dello 0,8% dei volumi acquistati.

**Tab. 2 - Dinamica ICC in quantità - var. % tendenziali**

|   | 2008        | 2009        |             |             |             |             |            |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
|   | ANNO        | I Trim.     | II Trim.    | III Trim.   | Ago         | Set         | Ott        |
| <b>SERVIZI</b>                            | <b>0,0</b>  | <b>-2,0</b> | <b>-0,5</b> | <b>1,4</b>  | <b>2,0</b>  | <b>1,1</b>  | <b>0,2</b> |
| <b>BENI</b>                               | <b>-1,2</b> | <b>-3,4</b> | <b>-0,3</b> | <b>-0,5</b> | <b>-0,8</b> | <b>-0,5</b> | <b>0,4</b> |
| <b>TOTALE</b>                             | <b>-0,9</b> | <b>-3,0</b> | <b>-0,3</b> | <b>0,1</b>  | <b>0,1</b>  | <b>0,0</b>  | <b>0,4</b> |
| Beni e servizi ricreativi                 | <b>-3,3</b> | -2,3        | -1,6        | 0,4         | 1,2         | -0,3        | -1,7       |
| Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa | <b>-0,4</b> | -3,0        | -1,3        | 0,0         | 1,1         | -0,5        | -0,7       |
| Beni e servizi per la mobilità            | <b>-9,4</b> | -13,1       | 4,1         | 7,4         | 4,8         | 9,0         | 11,6       |
| Beni e servizi per le comunicazioni       | <b>9,6</b>  | 7,3         | 4,5         | 1,5         | 1,7         | -1,0        | -1,0       |
| Beni e servizi per la cura della persona  | <b>2,4</b>  | -1,2        | -0,6        | 0,2         | 1,9         | 1,1         | 1,4        |
| Abbigliamento e calzature                 | <b>-2,7</b> | -2,2        | -3,4        | -3,5        | -2,8        | -5,2        | -2,2       |
| Beni e servizi per la casa                | <b>-0,9</b> | -3,3        | -2,1        | -1,8        | -2,1        | -1,2        | -1,3       |
| Alimentari, bevande e tabacchi            | <b>-3,4</b> | -5,9        | -2,6        | -2,7        | -3,2        | -1,9        | -0,8       |

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

**Tab. 3 - Dinamica prezzi ICC - var. % tendenziali**

|   | 2008        | 2009        |             |             |             |             |             |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|   | ANNO        | I Trim.     | II Trim.    | III Trim.   | Ago         | Set         | Ott         |
| <b>SERVIZI</b>                            | <b>2,4</b>  | <b>1,7</b>  | <b>1,1</b>  | <b>-0,1</b> | <b>-0,5</b> | <b>0,4</b>  | <b>1,0</b>  |
| <b>BENI</b>                               | <b>0,8</b>  | <b>-2,1</b> | <b>-1,3</b> | <b>-1,5</b> | <b>-1,8</b> | <b>-0,6</b> | <b>-0,5</b> |
| <b>TOTALE</b>                             | <b>1,3</b>  | <b>-1,0</b> | <b>-0,6</b> | <b>-1,0</b> | <b>-1,2</b> | <b>-0,2</b> | <b>-0,1</b> |
| Beni e servizi ricreativi                 | <b>2,7</b>  | 1,2         | 1,1         | 0,8         | 0,5         | 1,1         | 0,9         |
| Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa | <b>2,4</b>  | 2,2         | 1,4         | 0,0         | -0,6        | 0,7         | 1,3         |
| Beni e servizi per la mobilità            | <b>7,1</b>  | -5,7        | -8,2        | -9,7        | -10,5       | -7,9        | -6,8        |
| Beni e servizi per le comunicazioni       | <b>-9,9</b> | -9,4        | -5,2        | -1,3        | -2,2        | 1,8         | 1,3         |
| Beni e servizi per la cura della persona  | <b>-2,7</b> | -0,3        | -0,1        | -1,2        | -1,5        | -1,2        | -0,9        |
| Abbigliamento e calzature                 | <b>1,3</b>  | -0,8        | 1,3         | 0,1         | -0,6        | 1,4         | 0,8         |
| Beni e servizi per la casa                | <b>3,1</b>  | 2,5         | 1,5         | 0,7         | 0,8         | 0,6         | 0,4         |
| Alimentari, bevande e tabacchi            | <b>5,2</b>  | 3,7         | 2,9         | 1,5         | 1,4         | 1,2         | 0,9         |

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano ad ottobre 2009 una flessione dell'ICC pari allo 0,2% rispetto a settembre 2009 (tab.4).

La tendenza alla riduzione in termini congiunturali coinvolge quasi tutti i segmenti della domanda, con valori positivi solo per le componenti relative alle comunicazioni ed ai servizi per la cura della persona.

Da segnalare come per l'alimentare le bevande ed i tabacchi la stazionarietà registrata nell'ultimo mese si inserisce in un contesto che da giugno vede la domanda instradata su un sentiero di modesto recupero.

5

Tab. 4 - Variazioni % congiunturali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

|   | 2009        |             |             |             |             |             |            |             |             |             |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|
|   | Gen         | Feb         | Mar         | Apr         | Mag         | Giu         | Lug        | Ago         | Set         | Ott         |
| <b>SERVIZI</b>                            | <b>-1,0</b> | <b>-0,3</b> | <b>-0,6</b> | <b>-0,3</b> | <b>1,3</b>  | <b>-0,4</b> | <b>1,3</b> | <b>-0,7</b> | <b>0,3</b>  | <b>0,1</b>  |
| <b>BENI</b>                               | <b>-0,4</b> | <b>-0,4</b> | <b>1,3</b>  | <b>0,0</b>  | <b>-0,9</b> | <b>1,1</b>  | <b>0,1</b> | <b>0,1</b>  | <b>-0,2</b> | <b>-0,3</b> |
| <b>TOTALE</b>                             | <b>-0,6</b> | <b>-0,4</b> | <b>0,8</b>  | <b>-0,1</b> | <b>-0,3</b> | <b>0,7</b>  | <b>0,4</b> | <b>-0,1</b> | <b>-0,1</b> | <b>-0,2</b> |
| Beni e servizi ricreativi                 | 0,8         | -1,7        | 0,2         | -0,1        | 1,4         | -0,7        | 2,2        | -0,6        | -0,3        | -0,8        |
| Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa | -1,8        | -0,6        | -1,2        | -0,3        | 1,7         | -0,6        | 0,9        | 0,2         | -0,5        | 0,0         |
| Beni e servizi per la mobilità            | -10,4       | 6,3         | 12,1        | 0,7         | -2,4        | 2,8         | -1,6       | -2,4        | 3,7         | -0,8        |
| Beni e servizi per le comunicazioni       | 1,5         | 0,0         | -0,6        | -1,1        | -1,8        | 2,4         | 1,4        | 1,0         | -2,2        | 0,5         |
| Beni e servizi per la cura della persona  | 0,2         | -0,6        | -0,2        | 0,0         | -0,3        | 1,1         | 0,2        | 0,5         | 0,1         | 0,1         |
| Abbigliamento e calzature                 | 7,0         | -7,0        | 0,0         | -0,7        | 0,3         | -0,6        | 0,2        | -0,6        | -0,7        | -0,2        |
| Beni e servizi per la casa                | 0,0         | -0,7        | -0,3        | 0,6         | -0,3        | 0,2         | 0,1        | 0,4         | -0,3        | -0,4        |
| Alimentari, bevande e tabacchi            | -0,1        | -0,2        | -0,7        | 0,2         | -0,7        | 0,4         | 0,0        | -0,2        | 0,3         | 0,0         |

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

# PRODOTTI E SERVIZI CONSIDERATI

## **Beni e servizi ricreativi**

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

## **Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa**

Alberghi  
Pubblici esercizi

## **Beni e servizi per la mobilità**

Motocicli  
Automobili  
Carburanti  
Pedaggi  
Trasporti aerei

## **Beni e servizi per la comunicazione**

Telecomunicazioni, telefonia e dotazioni per la 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, radio tv registratori  
Generi casalinghi durevoli e non durevoli  
Utensileria per la casa e ferramenta

## **Alimentari, bevande e tabacchi**

Alimentari e bevande  
Tabacchi

**FONTI: AISCAT, AAMS, ANCM, ASSAEREOPORTI, FEDERALBERGHI, FIPE, FIT, ISTAT, MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, SIAE, SITA, TERNA, UNRAE**

**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.

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 30, pari nell'anno 2008 al 58,5% dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel 2008 al 66,8%. Per i servizi l'incidenza è del 33,7%, dato che sale al 44,9% escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di cui alla Contabilità Nazionale. Per i beni l'incidenza è dell'83,5%.

Tra il 2000 e il 2008 la variazione in quantità registrata dal paniere di beni e servizi utilizzati in **CONSUMI&PREZZI** è del 6,0% a fronte del 4,4% registrato dai consumi sul territorio secondo la Contabilità nazionale. Nell'ultimo biennio le variazioni sono risultate pari rispettivamente all'1,2% ed allo 0,1%.

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. Per l'abbigliamento e le calzature le serie elementari sono deflazionate con l'IPCA riportato a base 2000.

Le serie sono destagionalizzate con la procedura TRAMO-SEATS.

**Informazioni:**

**Ufficio Studi Confcommercio**

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