



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

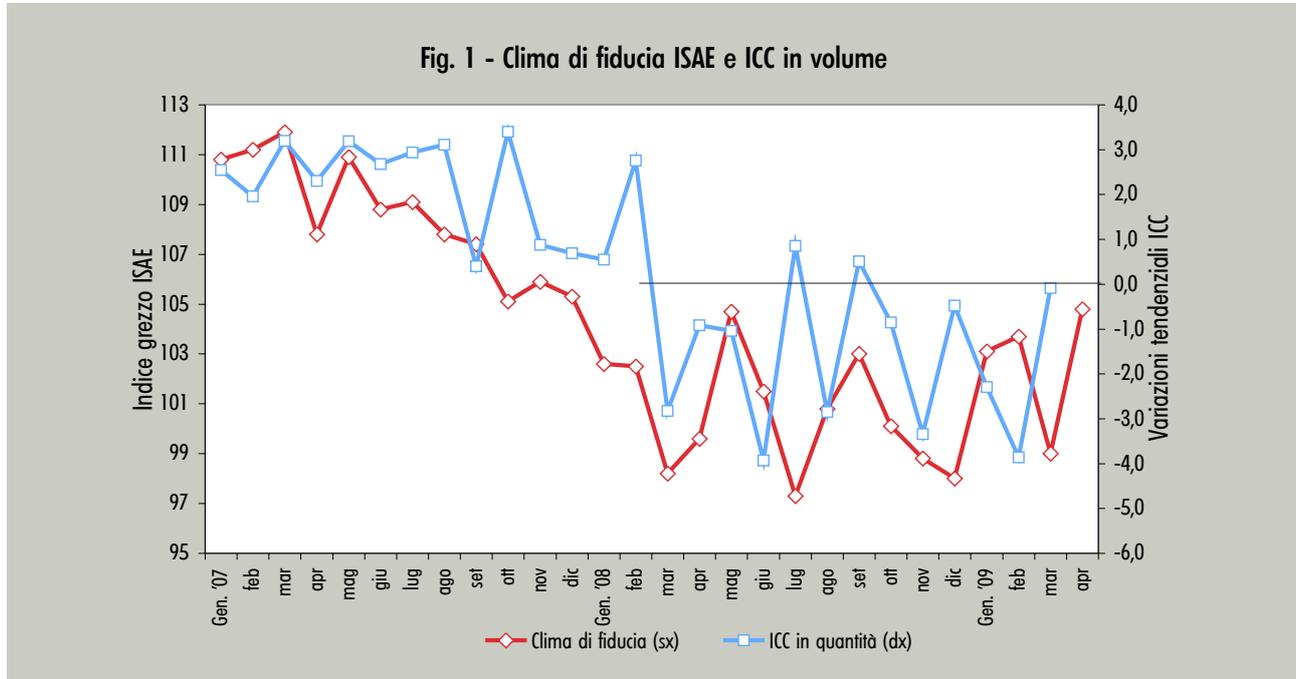
5

Ufficio Studi

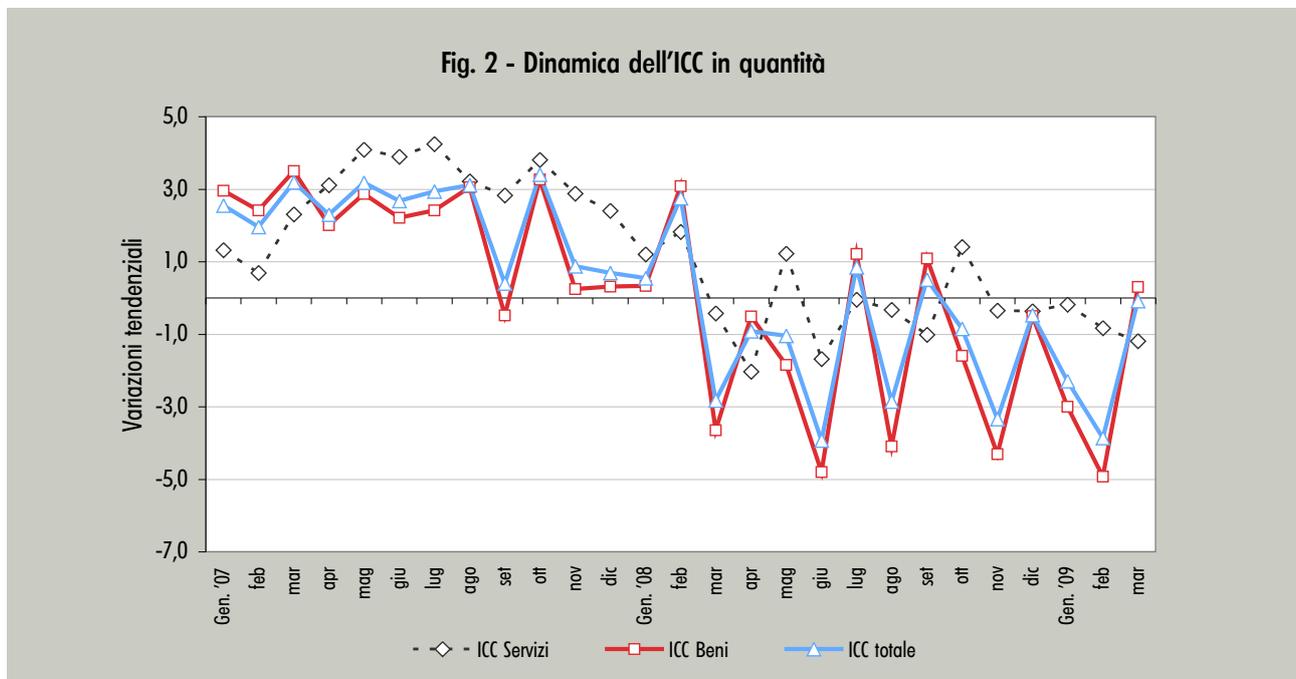
maggio 2009, numero 5

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a marzo 2009 una riduzione tendenziale dello 0,1% in termini di quantità, dato meno negativo rispetto a quanto registrato nel primo bimestre dell'anno¹, ma la cui interpretazione richiede molta cautela in quanto influenzato da una serie di

elementi che non permettono di identificare con chiarezza se la fase più negativa del consumo possa considerarsi ormai superata (TAB. 2). La variazione congiunturale ritorna positiva dopo quattro mesi, ma non consente un recupero dei livelli di fine 2008.



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

¹ I dati pubblicati in questo numero divergono da quelli presentati nei mesi precedenti per la revisione che ha interessato le principali serie storiche in seguito alla diffusione, da parte dell'Istat, delle nuove serie relative alle vendite al dettaglio in sede fissa e alla Contabilità Nazionale. 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.

A supportare la tesi di un andamento meno sfavorevole della domanda delle famiglie, nei prossimi mesi, vi è anche la ripresa registrata nel mese di aprile del clima di fiducia tornato sui valori di fine 2007.

Elementi, sia pure non univoci, di stabilizzazione della situazione economica provengono anche dall'indagine rapida di Confindustria di aprile 2009. La produzione industriale ha registrato, dopo 11 mesi di continue riduzioni, un modesto incremento in termini congiunturali (+1,5%) a cui si contrappone, peraltro, una contrazione degli ordinativi dello 0,9% rispetto a marzo.

Il dato di marzo dell'ICC risente di fattori stagionali particolari (Pasqua), oltre agli effetti degli incentivi sul segmento relativo alla mobilità. Questi elementi hanno portato ad una modesta ripresa della domanda relativa ai beni (+0,3%), a cui si è contrapposta una riduzione della domanda per i servizi (-1,2%) (FIG. 2, TAB. 2).

La dinamica dei prezzi al consumo, relativa al paniere dei beni e servizi che compongono l'ICC, ha evidenziato nel mese di marzo 2009 un'ulteriore discesa (-0,9%), evoluzione che interessa in misura di un certo rilievo i beni e servizi per la mobilità e per le comunicazioni. Il modesto incremento che hanno registrato nell'ultimo mese i prezzi relativi agli alimentari, bevande alcoliche e tabacchi è da imputarsi esclusivamente a quest'ultima componente (TAB. 3).

In termini reali, il dato di marzo riflette il permanere di una situazione negativa per la domanda relativa a quasi tutti i settori. A questo andamento fanno eccezione sia i beni ed i

servizi per la mobilità, su cui cominciano a produrre effetti positivi gli incentivi relativi all'acquisto di mezzi di trasporto, sia quelli dell'area delle comunicazioni, soprattutto per i beni dell'ICT domestico (TAB. 2).

A marzo, la domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato una diminuzione pari al 2,5%. All'interno di questo aggregato l'unica componente che evidenzia una crescita di rilievo è quella relativa ai giochi pubblici.

La stima per marzo 2009 della domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio mostra una flessione dei consumi delle famiglie (-2,8% in termini tendenziali), proseguendo in un trend negativo che permane ormai da alcuni mesi.

A marzo 2009 la dinamica della domanda relativa ai beni e servizi per la mobilità ha mostrato, per la prima volta dopo oltre un anno, una variazione positiva (+3,4%). Questo andamento ha riflesso essenzialmente il miglioramento registrato sul versante dei mezzi di trasporto acquistati da persone fisiche in seguito all'esplicitarsi dei primi effetti degli incentivi all'acquisto. Permane invece negativa la domanda per i carburanti e per il trasporto aereo, dato influenzato anche dalla diversa tempistica in cui è caduta la Pasqua nel 2008.

Il dato di marzo 2009, segnala il permanere di una dinamica decisamente positiva della domanda relativa ai beni e servizi per le comunicazioni, con una variazione in termini reali del +9,3%. Tale andamento continua ad essere determinato in misura quasi esclusiva dalla componente relativa ai beni a cui

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

	2007		2008			2009		
	Anno	Anno	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	3,8	2,3	1,5	2,2	3,1	1,7	1,0	-0,5
BENI	1,6	-0,6	-0,7	0,9	-3,0	-5,1	-6,6	-1,2
TOTALE	2,2	0,2	-0,1	1,3	-1,5	-3,3	-4,4	-1,0
Beni e servizi ricreativi	0,3	-0,8	-1,6	-1,0	0,1	1,8	-2,6	-1,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	4,9	2,0	1,0	1,2	2,0	0,7	0,3	-1,0
Beni e servizi per la mobilità	2,5	-2,9	-2,2	2,9	-11,8	-28,3	-20,5	-5,1
Beni e servizi per le comunicazioni	2,0	-1,5	-0,8	-1,1	-2,4	2,2	0,5	0,6
Beni e servizi per la cura della persona	1,4	-0,4	-1,4	0,8	-1,8	0,6	-5,1	-0,7
Abbigliamento e calzature	1,8	-1,5	-2,9	-1,1	-2,7	1,6	-5,0	-2,0
Beni e servizi per la casa	2,1	1,9	1,7	3,2	0,5	1,6	-2,7	0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	1,6	1,5	1,5	2,1	-0,1	-0,8	-0,9	0,4

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

si contrappone una evoluzione della componente relativa ai servizi abbastanza contenuta.

La domanda relativa ai beni e servizi per la cura della persona, che era risultata nell'ultimo biennio una delle voci più dinamiche, ha registrato a marzo 2009 un ulteriore ridimensionamento (-0,7%). Tale evoluzione è derivata da un deciso peggioramento della domanda per gli articoli di profumeria a cui si è associata una stagnazione dei consumi per prodotti farmaceutici e terapeutici.

Gli acquisti di articoli d'abbigliamento e calzature hanno mostrato a marzo 2009 una decisa tendenza al ridimensionamento (-3,4% rispetto all'analogo mese dell'anno precedente), sia pure con una intensità meno accentuata rispetto a quanto registrato a febbraio, confermando lo stato di difficoltà in cui versa ormai da tempo il settore.

Anche a marzo la domanda di beni e servizi per la casa ha subito una flessione delle quantità vendute (-2,2%) rispetto allo stesso mese dello scorso anno, proseguendo in un trend che

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

	2007	2008	2009					
	Anno	Anno	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	3,0	-0,1	-0,8	-0,4	0,3	-0,2	-0,8	-1,2
BENI	2,0	-1,3	-2,4	-0,4	-1,9	-3,0	-4,9	0,3
TOTALE	2,2	-1,0	-2,0	-0,4	-1,4	-2,3	-3,9	-0,1
Beni e servizi ricreativi	-2,8	-3,4	-4,7	-3,6	-1,8	0,5	-4,0	-2,5
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,1	-0,4	-1,3	-0,7	-0,6	-1,6	-2,0	-2,8
Beni e servizi per la mobilità	1,6	-9,3	-9,8	-7,6	-13,2	-25,3	-16,5	3,4
Beni e servizi per le comunicazioni	15,7	9,6	7,2	10,6	10,5	13,0	9,0	9,3
Beni e servizi per la cura della persona	4,2	2,4	1,7	3,9	0,6	1,7	-5,2	-0,7
Abbigliamento e calzature	0,1	-3,1	-4,5	-2,8	-4,2	0,0	-6,3	-3,4
Beni e servizi per la casa	0,2	-1,1	-1,2	-0,5	-2,6	-0,9	-5,3	-2,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-1,4	-3,4	-3,6	-3,7	-4,6	-4,2	-4,2	-3,0

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

	2007	2008	2009					
	Anno	Anno	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	0,8	2,4	2,4	2,7	2,8	1,9	1,9	0,7
BENI	-0,4	0,8	1,7	1,3	-1,0	-2,1	-1,8	-1,5
TOTALE	0,0	1,3	2,0	1,8	0,0	-1,0	-0,6	-0,9
Beni e servizi ricreativi	3,2	2,7	3,2	2,7	2,0	1,3	1,5	1,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,7	2,4	2,4	1,9	2,6	2,4	2,3	1,9
Beni e servizi per la mobilità	1,0	7,1	8,5	11,9	1,2	-4,0	-4,8	-8,2
Beni e servizi per le comunicazioni	-12,1	-9,9	-7,5	-10,6	-11,7	-9,6	-7,8	-8,0
Beni e servizi per la cura della persona	-2,8	-2,7	-3,0	-3,0	-2,3	-1,1	0,1	0,0
Abbigliamento e calzature	1,8	1,6	1,7	1,7	1,6	1,6	1,4	1,4
Beni e servizi per la casa	2,0	3,1	2,9	3,7	3,3	2,4	2,7	2,5
Alimentari, bevande e tabacchi	3,1	5,2	5,3	6,0	4,8	3,5	3,4	3,6

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

permane ormai da oltre un anno. All'interno di questo aggregato elementi di difficoltà continuano a caratterizzare tutti i settori che compongono l'aggregato, con punte di un certo rilievo per i mobili.

Infine, per quanto concerne la domanda delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per marzo

2009 segnala un'ulteriore contrazione dei volumi acquistati dalle famiglie, dato peraltro influenzato dalla diversa tempistica in cui è caduta la Pasqua rispetto allo scorso anno.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici segnalano a marzo una crescita dell'ICC dello 0,4% rispetto al mese precedente, la prima dopo un quadrimestre particolarmente negativo (TAB. 4)². Il miglioramento ha interessato sia la componente relativa ai beni che ai servizi.

Appare, comunque, prematuro leggere il dato dell'ultimo mese come un'inversione di tendenza rispetto alle dinamiche che hanno caratterizzato il consumo nell'ultimo anno.

Dall'analisi per macrocategorie di spesa emerge, per il secondo mese consecutivo, una crescita abbastanza accentuata per i

beni e servizi per la mobilità, legata essenzialmente agli incentivi per mezzi di trasporto.

Anche per l'alimentazione, bevande e tabacchi, la variazione congiunturale di marzo si inserisce in un quadro di moderata ripresa, dopo alcuni mesi caratterizzati da un sensibile rallentamento.

Relativamente agli altri aggregati permane una situazione negativa per i beni e servizi per la casa e si accentua il ridimensionamento per i beni e servizi per le comunicazioni.

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

	2008					2009		
	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	-0,5	0,3	1,9	-0,5	0,5	-1,9	-0,1	0,2
BENI	-0,2	0,8	-0,6	-0,8	-0,2	0,0	-0,1	0,5
TOTALE	-0,3	0,7	0,1	-0,7	0,0	-0,5	-0,1	0,4
Beni e servizi ricreativi	-0,3	0,1	4,2	-2,5	-2,6	0,2	-1,7	-0,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-1,2	0,1	0,2	0,3	2,2	-2,7	-0,1	0,5
Beni e servizi per la mobilità	-0,6	1,8	-0,7	-0,7	-0,4	-4,1	2,4	2,7
Beni e servizi per le comunicazioni	1,6	2,5	0,3	-1,5	-0,3	2,0	0,1	-0,5
Beni e servizi per la cura della persona	-1,6	0,8	-0,3	-1,0	0,8	0,2	-2,2	0,5
Abbigliamento e calzature	-0,6	0,1	-0,4	0,2	-0,2	0,6	-0,5	0,3
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,1	-1,3	-0,4	-0,1	-0,2	-0,3	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,5	0,1	-0,5	-0,3	-0,1	-0,1	0,7	0,5

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 6 (4 giugno 2009)

² La revisione effettuata sulle serie storiche di base ha prodotto effetti anche sui dati destagionalizzati. I dati pubblicati in questo numero divergono pertanto da quelli diffusi in precedenza.

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

FONTE: AISCAT, AAMS, ANCM, ASSAEREOPORTI, FEDERALBERGHI, 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.

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