



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

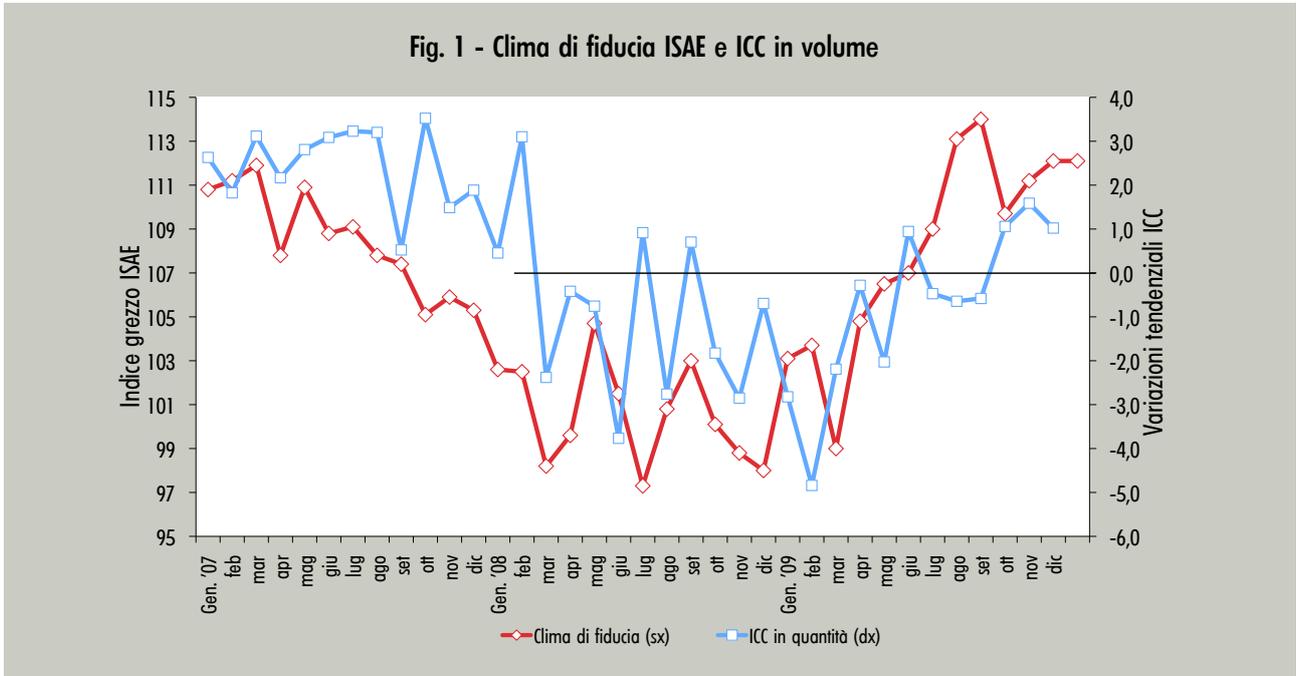
2

Ufficio Studi

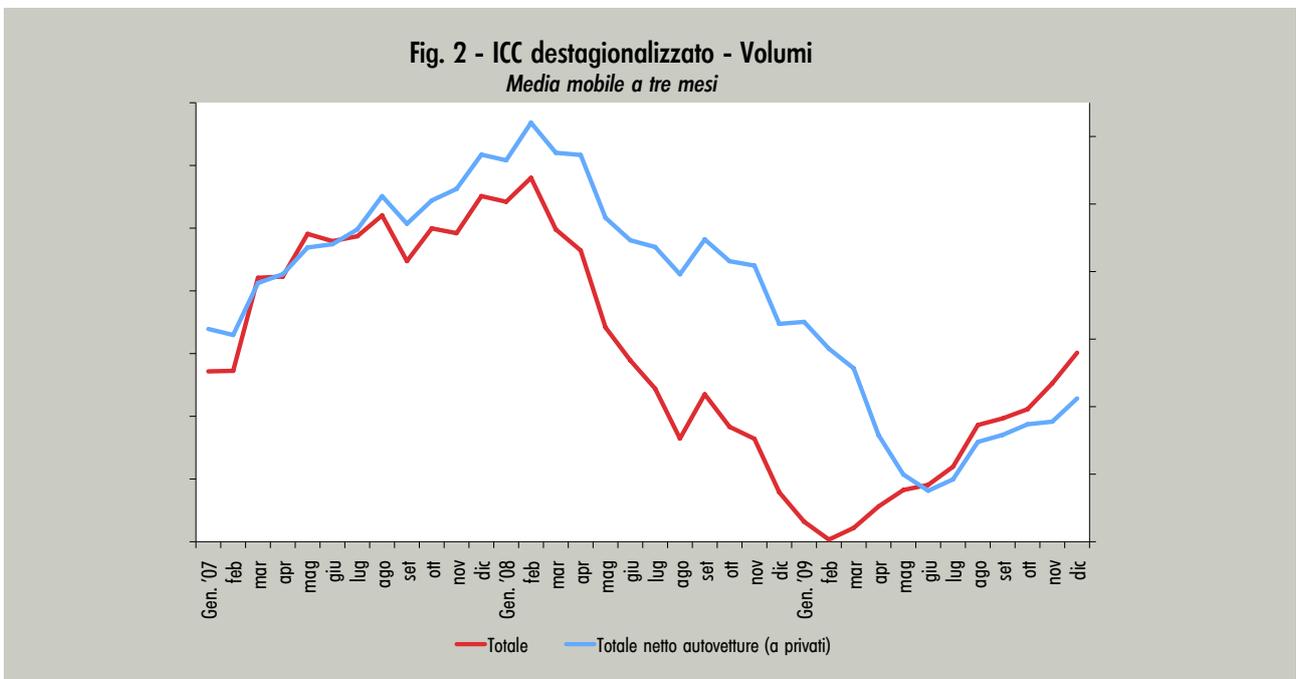
febbraio 2010, numero 2

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a dicembre 2009 un aumento dell'1,0% in termini tendenziali¹ ed una stabilità in termini congiunturali (tabb. 2 e 4). Questi valori si inseriscono in un contesto di graduale miglioramento dei consumi delle famiglie in volume, iniziato a partire dal secondo trimestre dell'anno, che non ha, peraltro, ancora permesso alla

spesa reale di tornare sui livelli della prima parte del 2008 (fig. 2). Al netto della componente relativa alle autovetture vendute a privati, la tendenza al recupero appare più contenuta. I livelli di spesa risultano inferiori a quelli di inizio anno e la tendenza alla ripresa è spostata di circa un trimestre in avanti (fig. 2). Il quadro economico generale continua ad essere caratterizzato



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

¹ 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.

da alcuni elementi di incertezza, legati alle dinamiche del mercato del lavoro.

Le preoccupazioni relative al permanere di un contesto occupazionale difficile si riflettono anche sul clima di fiducia delle famiglie rilevato dall'ISAE che ha mostrato a gennaio 2010 un contenuto arretramento. Nello stesso mese il sentiment degli imprenditori, in linea con il recupero dell'attività produttiva, ha mostrato un modesto miglioramento.

Tra gli elementi che confermano come il nostro Paese stia uscendo dalla recessione in misura graduale e senza un particolare slancio vi sono i risultati dell'indagine rapida di Confindustria che segnala, a gennaio 2010, un incremento della produzione industriale rispetto al mese precedente dello 0,9% (+0,2% a dicembre). La tendenza al miglioramento dei livelli produttivi dovrebbe proseguire, sia pure a ritmi non particolarmente elevati, anche nei prossimi mesi.

Il miglioramento mostrato a dicembre 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 a dicembre 2009, una modesta crescita (+0,4%). Il dato riflette, oltre agli effetti statistici derivanti dal confronto con un periodo di forte decelerazione dell'inflazione, anche la progressiva tendenza all'aumento dei prezzi dei

servizi a cui si è associata una moderata crescita della componente relativa ai beni (tab. 3).

La domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato, rispetto a dicembre del 2008, una diminuzione dell'1,2%. Un'analoga variazione si è registrata nel complesso del 2009. All'interno di questo aggregato la componente più espansiva continua ad essere rappresentata dalla spesa sostenuta dalle famiglie per i concorsi pronostici.

La domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato, a dicembre, una flessione dello 0,8% rispetto all'analogo mese dello scorso anno. Il dato si inserisce in un contesto che ha visto fortemente penalizzati questi consumi in tutto il corso del 2009, anno nel quale si è registrata una flessione del 2,0%.

Anche a dicembre 2009 la componente più dinamica della domanda delle famiglie è stata quella relativa ai beni e servizi per la mobilità, con un incremento, rispetto allo scorso anno, del 12,8%. Nel complesso dell'anno per questa voce si registra una crescita del 2,8% (-9,4% nel 2008). Il miglioramento è derivato essenzialmente dall'accresciuta domanda per autovetture a cui si è associato negli ultimi mesi un incremento della spesa per i trasporti aerei ed i motocicli.

Il dato di dicembre 2009 evidenzia un contenuto miglioramento della domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT

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

	2008	2009					
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Ott	Nov	Dic
SERVIZI	2,4	0,1	-0,1	1,2	0,4	1,4	2,0
BENI	-0,5	-1,8	-2,1	1,4	0,9	2,1	1,3
TOTALE	0,3	-1,3	-1,5	1,4	0,7	1,9	1,5
Beni e servizi ricreativi	-0,2	0,0	1,1	0,0	-0,5	-0,4	0,7
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,0	-0,9	-1,5	0,5	0,4	0,6	0,7
Beni e servizi per la mobilità	-2,9	-3,9	-2,8	12,6	4,3	21,0	14,7
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,4	-1,8	-2,4	-1,3	-0,2	-1,0	-2,3
Beni e servizi per la cura della persona	-0,3	-0,6	-0,8	0,8	1,2	0,7	0,5
Abbigliamento e calzature	-1,7	-2,5	-3,9	-1,0	0,8	-3,4	-0,8
Beni e servizi per la casa	1,8	-0,6	-1,4	0,7	0,6	0,2	1,3
Alimentari, bevande e tabacchi	1,7	-0,9	-1,2	-0,1	-0,1	-0,5	0,2

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

domestico (+1,4% tendenziale), dinamica dovuta essenzialmente all'incremento dei volumi acquistati dalle famiglie per i beni considerati nell'aggregato, mentre per i servizi permane una tendenza al ridimensionamento.

La domanda per beni e servizi per la cura della persona ha mostrato a dicembre una crescita in volume dell'1,3% rispetto all'analogo mese del 2008. Il dato continua a riflettere

essenzialmente l'aumento degli acquisti per i prodotti e gli articoli farmaceutici.

Gli acquisti di articoli d'abbigliamento e calzature hanno registrato un'ulteriore tendenza alla riduzione (-1,6%). Nella media del 2009 si è riscontrata una diminuzione dei volumi acquistati del 2,8%, valore analogo a quello del 2008, confermando lo stato forte difficoltà del settore.

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

	2008	2009					
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Ott	Nov	Dic
SERVIZI	0,0	-0,8	-0,1	0,0	-0,6	0,1	0,7
BENI	-1,2	-0,7	-0,7	1,5	1,6	2,1	1,1
TOTALE	-0,9	-0,7	-0,6	1,2	1,1	1,6	1,0
Beni e servizi ricreativi	-3,1	-1,2	0,3	-1,3	-1,3	-1,4	-1,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	-2,0	-1,4	-0,9	-0,9	-0,9	-0,8
Beni e servizi per la mobilità	-9,4	2,8	7,6	15,7	11,9	23,1	12,8
Beni e servizi per le comunicazioni	9,9	2,5	-0,6	0,6	-0,2	0,1	1,4
Beni e servizi per la cura della persona	2,5	0,1	0,4	1,8	2,2	1,9	1,3
Abbigliamento e calzature	-2,8	-2,8	-3,9	-1,9	-0,1	-4,3	-1,6
Beni e servizi per la casa	-1,3	-1,7	-2,2	0,7	0,4	0,2	1,3
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,3	-3,1	-2,7	-1,1	-1,1	-1,5	-0,9

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

	2008	2009					
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Ott	Nov	Dic
SERVIZI	2,4	1,0	0,0	1,2	1,1	1,3	1,2
BENI	0,8	-1,3	-1,4	-0,2	-0,8	0,0	0,2
TOTALE	1,3	-0,6	-0,9	0,1	-0,3	0,3	0,4
Beni e servizi ricreativi	3,0	1,1	0,8	1,2	0,8	1,0	1,9
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,4	1,3	0,0	1,5	1,3	1,5	1,5
Beni e servizi per la mobilità	7,1	-6,6	-9,6	-2,4	-6,8	-1,7	1,7
Beni e servizi per le comunicazioni	-10,0	-4,5	-1,8	-1,5	0,0	-1,1	-3,6
Beni e servizi per la cura della persona	-2,7	-0,7	-1,2	-1,0	-0,9	-1,2	-0,7
Abbigliamento e calzature	1,3	0,4	0,1	0,8	0,8	0,9	0,8
Beni e servizi per la casa	3,1	1,2	0,7	0,0	0,2	0,0	0,0
Alimentari, bevande e tabacchi	5,2	2,3	1,5	1,0	0,9	1,1	1,1

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

La domanda in quantità di beni e servizi per la casa ha fatto segnare, per il terzo mese consecutivo, una tendenza all'aumento (+1,3% rispetto a dicembre 2008). Il miglioramento degli ultimi mesi è imputabile, in misura esclusiva, alla componente relativa agli elettrodomestici e tv sulla cui domanda sta incidendo il progressivo passaggio al digitale terrestre.

Infine, per quanto concerne la domanda delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per dicembre 2009 segnala una contrazione dello 0,9% dei volumi acquistati.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a dicembre 2009 una variazione nulla dell'ICC rispetto a novembre, segnalando la debolezza della ripresa della domanda per consumi (tab.4).

Il dato è sintesi di una modesta crescita della spesa delle famiglie per i servizi e di un contenuto arretramento per i beni. In termini congiunturali le variazioni più sostenute hanno interessato i servizi ricettivi e di ristorazione ed i beni e servizi per le comunicazioni. In entrambi i casi queste dinamiche

sembrano legate al tentativo delle famiglie di recuperare, sia pure parzialmente, i livelli di consumo del 2008.

L'alternanza di valori positivi e negativi registrata negli ultimi mesi per le singole voci sembra indicare, peraltro, come le famiglie in un contesto in cui il recupero dei livelli reddituali appare modesto tendono a spostare le risorse disponibili da un segmento all'altro, situazione che non favorisce l'avvio di una fase di sviluppo più robusta e consolidata.

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

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

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, ANCMA, 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