



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

3

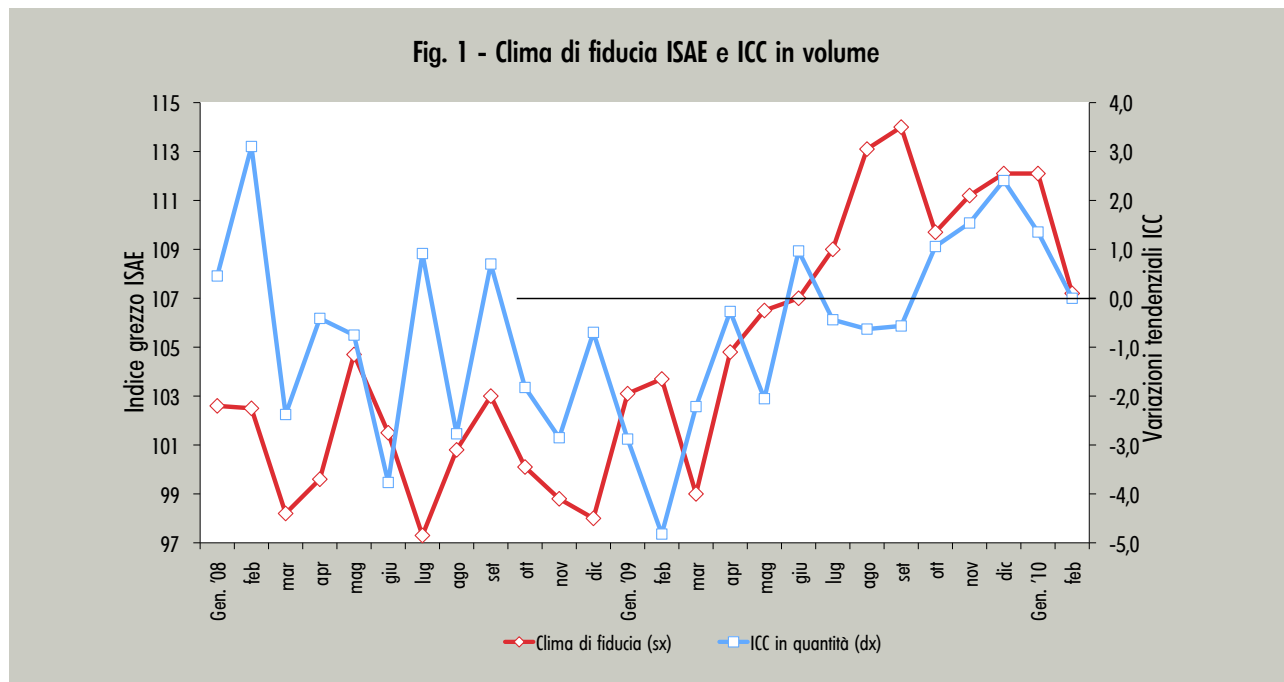
Ufficio Studi

marzo 2010, numero 3

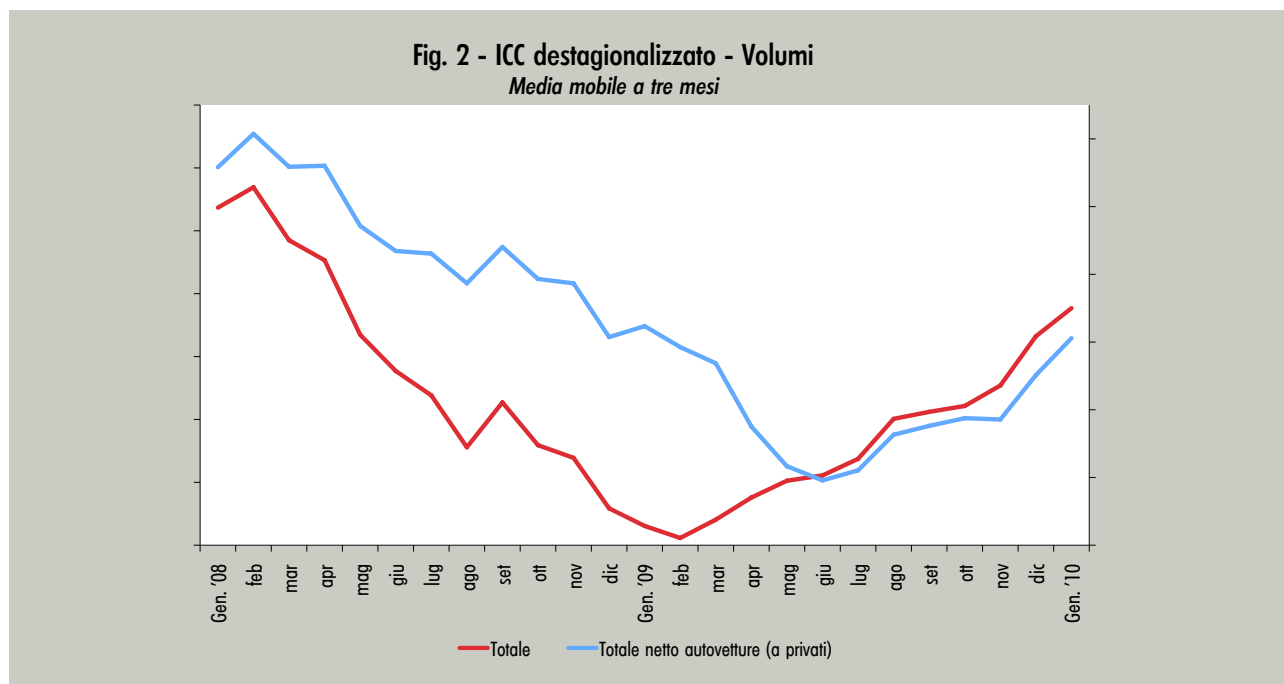
L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a gennaio 2010 un aumento dell'1,4% in termini tendenziali¹ ed una flessione dello 0,3% rispetto a dicembre (tabb. 2 e 4). La riduzione registrata in termini congiunturali, che ha solo in parte attenuato la tendenza al moderato recupero della domanda delle famiglie in atto da alcuni mesi, conferma, in ogni caso,

le difficoltà per questa variabile di intradarsi su un sentiero di crescita consolidata e sostenuta (fig. 2).

Le famiglie mantengono un atteggiamento prudente in materia di consumi soprattutto per le difficoltà del mercato del lavoro. Questa situazione ha determinato, a febbraio 2010, un peggioramento del clima di fiducia rilevato dall'ISAE. Elementi di



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.

incertezza emergono anche sul versante del sentiment delle imprese. A fronte di un miglioramento, a febbraio, del clima di fiducia degli operatori delle aziende manifatturiere e dei servizi, gli imprenditori del commercio segnalano un peggioramento.

Tra gli elementi positivi che emergono in questa prima parte dell'anno, e che potrebbero contribuire a migliorare il quadro generale, vi è la moderata ripresa dell'attività produttiva: l'indagine rapida di Confindustria segnala, a febbraio 2010, un incremento congiunturale della produzione industriale dello 0,8%, valore analogo a quello registrato a gennaio. Stando agli ordinativi (+1,4% congiunturale a febbraio) la tendenza dovrebbe proseguire anche nei prossimi mesi.

Il miglioramento mostrato a gennaio dall'ICC, rispetto all'analogo mese del 2008, riflette un incremento dei volumi acquistati dalle famiglie sia per i beni (+1,5%) che per i servizi (+0,9%).

I prezzi dei beni e servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato, a gennaio 2010, una modesta crescita (+0,6%). Il dato riflette la progressiva tendenza all'aumento dei prezzi dei servizi a cui si è associata una moderata crescita della componente relativa ai beni, al cui interno risultano in sensibile aumento i carburanti (tab. 3).

La domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato, rispetto a gennaio del 2010, una diminuzione dello 0,3%. Variazioni positive si continuano a registrare, all'interno di questo aggregato, per la componente relativa ai concorsi a pronostico,

favorita anche da un continuo ampliamento dell'offerta, e per i prodotti audio-visivi.

La domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato, a gennaio, una flessione dello 0,7% rispetto allo stesso mese dello scorso anno, confermando le difficoltà del settore che nel 2010 potrebbe essere penalizzato anche dalla minor presenza di occasioni di spesa turistica ("ponti").

In linea con quanto si registra ormai da mesi a gennaio 2010 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 21,4%. Questo andamento continua ad essere determinato dall'accresciuta domanda per autovetture e motocicli da parte di persone fisiche (anche se le prospettive a breve appaiono molto negative), e dalla ripresa della spesa per i trasporti aerei.

Il dato di gennaio evidenzia un miglioramento della domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico (+2,4% tendenziale). Questa dinamica continua ad essere determinata dall'incremento dei volumi acquistati dalle famiglie per i beni, sia pure in misura più contenuta rispetto a dicembre, mentre per i servizi permane una tendenza al ridimensionamento.

La domanda per beni e servizi per la cura della persona ha mostrato, a gennaio, una diminuzione dello 0,3% rispetto all'analogo mese del 2009. Questa dinamica assume dimensioni più ampie per i prodotti di profumeria e cura della

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

	2008	2009	2010				
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	2,4	0,2	0,0	1,3	1,5	2,0	2,3
BENI	-0,5	-1,8	-2,1	1,7	1,8	2,3	1,9
TOTALE	0,3	-1,2	-1,5	1,6	1,7	2,2	2,0
Beni e servizi ricreativi	-0,2	0,3	1,4	0,9	-0,1	2,0	1,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,0	-0,9	-1,5	0,5	0,6	0,7	1,0
Beni e servizi per la mobilità	-2,9	-4,0	-2,8	12,7	21,0	14,7	25,7
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,4	-1,4	-2,4	0,3	-0,9	1,7	-0,8
Beni e servizi per la cura della persona	-0,3	-0,7	-0,9	0,4	0,9	-0,7	-0,8
Abbigliamento e calzature	-1,7	-2,1	-3,9	0,1	-3,4	2,0	-4,0
Beni e servizi per la casa	1,8	-0,7	-1,4	0,4	-0,5	1,0	-1,8
Alimentari, bevande e tabacchi	1,7	-1,0	-1,3	-0,3	-1,0	0,5	-1,9

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

persona che registrano da mesi una tendenza al ridimensionamento dei volumi acquistati dalle famiglie. Gli articoli di abbigliamento e calzature hanno mostrato a gennaio - dopo l'aumento registrato a dicembre secondo le stime provvisorie delle vendite diffuse dall'Istat - una nuova riduzione della domanda (-4,2%). Queste prime indicazioni necessitano di conferme, in considerazione del fatto che in molte realtà locali i saldi iniziavano il 2 gennaio, situazione che

doveva portare le famiglie a concentrare nel primo mese dell'anno gli acquisti influenzando negativamente le dinamiche di dicembre.

La domanda di beni e servizi per la casa ha fatto segnare, a gennaio, una moderata tendenza alla diminuzione (-1,4%). All'interno di questo aggregato permane una dinamica positiva per gli acquisti di elettrodomestici e TV, sia pure con valori più contenuti rispetto alla parte finale del 2009.

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

	2008	2009						2010
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Nov	Dic	Gen	
SERVIZI	0,0	-0,8	0,0	0,1	0,2	0,7	0,9	
BENI	-1,2	-0,5	-0,8	2,2	2,0	2,8	1,5	
TOTALE	-0,9	-0,6	-0,5	1,7	1,5	2,4	1,4	
Beni e servizi ricreativi	-3,1	-0,8	0,6	-0,3	-1,1	0,5	-0,3	
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	-2,0	-1,4	-0,9	-0,9	-0,8	-0,7	
Beni e servizi per la mobilità	-9,4	2,8	7,6	15,7	23,1	12,9	21,4	
Beni e servizi per le comunicazioni	9,9	3,3	-0,6	3,1	0,8	6,8	2,4	
Beni e servizi per la cura della persona	2,5	0,0	0,4	1,4	2,2	0,0	-0,3	
Abbigliamento e calzature	-2,8	-2,5	-3,9	-0,7	-4,2	1,2	-4,2	
Beni e servizi per la casa	-1,3	-1,8	-2,2	0,3	-0,6	0,9	-1,4	
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,3	-3,1	-2,7	-1,3	-2,0	-0,7	-2,9	

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

	2008	2009						2010
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Nov	Dic	Gen	
SERVIZI	2,4	1,0	0,0	1,2	1,3	1,2	1,4	
BENI	0,8	-1,3	-1,4	-0,5	-0,2	-0,5	0,3	
TOTALE	1,3	-0,7	-0,9	-0,1	0,2	-0,2	0,6	
Beni e servizi ricreativi	3,0	1,1	0,8	1,1	1,0	1,5	1,6	
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,4	1,3	0,0	1,5	1,5	1,5	1,7	
Beni e servizi per la mobilità	7,1	-6,6	-9,6	-2,4	-1,7	1,7	3,6	
Beni e servizi per le comunicazioni	-10,0	-4,7	-1,8	-2,0	-1,7	-4,8	-3,2	
Beni e servizi per la cura della persona	-2,7	-0,7	-1,2	-1,0	-1,3	-0,8	-0,4	
Abbigliamento e calzature	1,3	0,4	0,1	0,8	0,9	0,8	0,2	
Beni e servizi per la casa	3,1	1,2	0,7	0,2	0,2	0,1	-0,4	
Alimentari, bevande e tabacchi	5,2	2,2	1,5	1,0	1,0	1,2	1,0	

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

gennaio segnala una contrazione dello 2,9% dei volumi acquistati.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a gennaio 2010 una flessione dell'ICC rispetto a dicembre dello 0,3%. Questo dato interrompe una fase, che durava dai mesi estivi, di moderata ripresa della domanda per consumi da parte delle famiglie (tab. 4).

Il dato è sintesi di una contenuta diminuzione sia per la componente relativa ai servizi che per i beni. In termini congiunturali l'unico aggregato che evidenzia un miglioramento è quello dei beni e servizi per le comunicazioni.

La sensibile riduzione, registrata in termini congiunturali, dalla voce relativa alle spese sostenute per la mobilità evidenzia come, al di là dell'effetto incentivi che incide sul confronto annuo, la domanda mostra segnali di indebolimento. Questa tendenza dovrebbe diventare più evidente nei prossimi mesi anche in considerazione del sensibile calo registrato dagli ordinativi.

5

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

	2009											2010
	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	-0,1	-0,5	-0,1	0,7	-0,3	0,5	-0,5	0,5	0,1	0,6	0,3	-0,2
BENI	-0,5	1,5	-0,1	-0,9	1,1	0,1	0,2	-0,2	0,2	0,3	0,7	-0,4
TOTALE	-0,4	1,0	-0,1	-0,5	0,7	0,2	0,0	0,0	0,1	0,4	0,6	-0,3
Beni e servizi ricreativi	-1,2	0,0	0,2	1,2	-0,1	1,3	-0,2	-0,3	-0,7	-0,4	-0,6	0,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,6	-1,1	-0,5	1,2	-0,5	0,3	0,1	-0,1	0,1	0,5	0,8	-0,6
Beni e servizi per la mobilità	5,9	12,9	0,4	-2,2	2,7	-1,5	-2,0	3,2	-0,3	3,8	-0,5	-4,0
Beni e servizi per le comunicazioni	0,2	-0,6	-0,9	-1,9	2,1	1,0	0,9	-1,7	0,8	0,4	2,0	1,5
Beni e servizi per la cura della persona	-2,1	0,9	0,3	-0,7	1,4	-0,2	1,4	-0,3	0,4	-0,2	-0,8	-0,1
Abbigliamento e calzature	-6,6	0,1	-0,8	0,3	-0,6	0,3	-0,7	-0,7	0,5	-0,7	5,2	0,0
Beni e servizi per la casa	-0,1	-0,2	0,3	-0,3	-0,2	0,1	0,5	-0,4	0,2	-0,3	-0,1	0,0
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,3	-0,8	0,3	-1,0	0,8	0,0	-0,1	0,4	0,1	-0,2	0,3	-0,2

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