



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

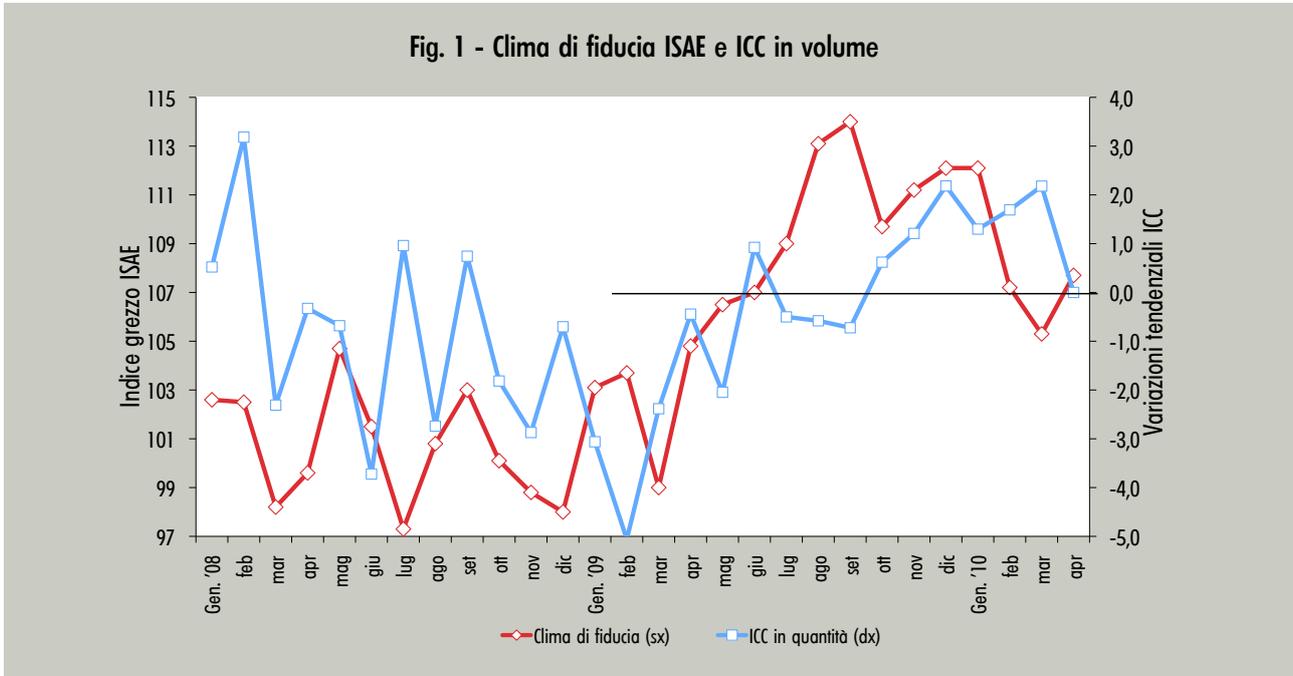
# 5

Ufficio Studi

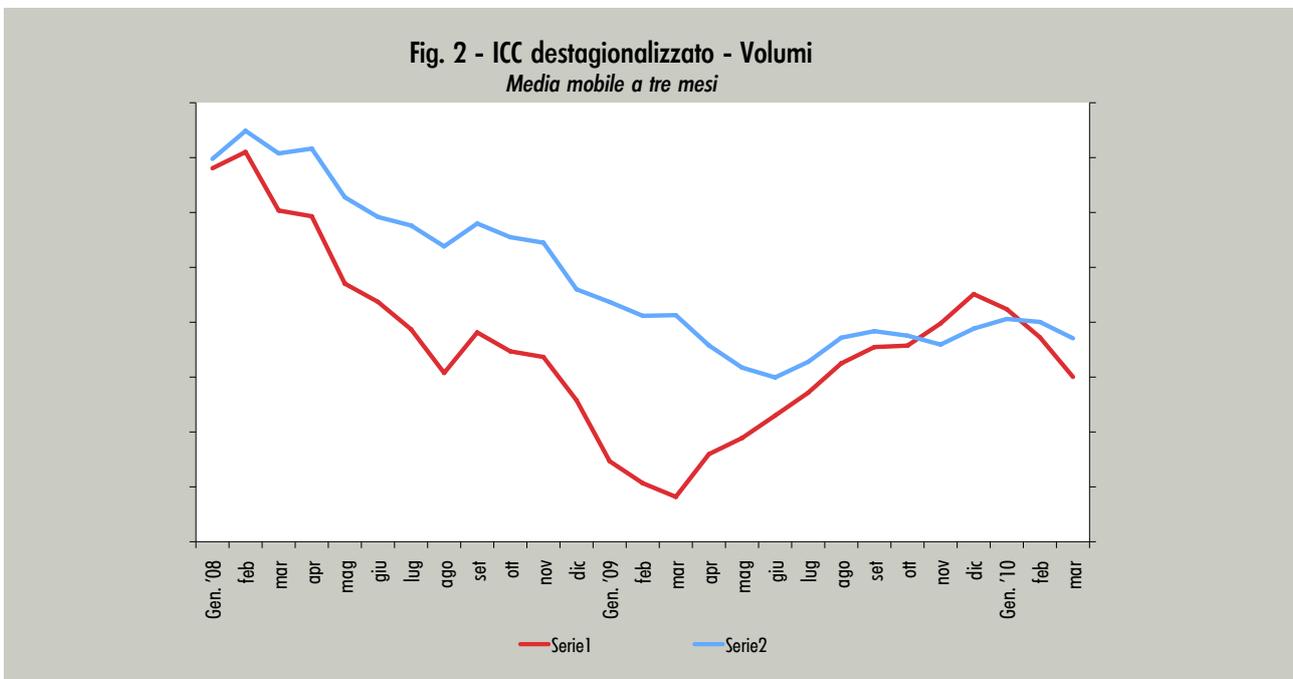
maggio 2010, numero 5

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a marzo 2010 un aumento del 2,2% in termini tendenziali<sup>1</sup> proseguendo nella tendenza al recupero dai minimi registrati nella prima parte dell'anno scorso (tab. 2). L'influenza degli effetti statistici nel determinare le dinamiche su base annua risulta abbastanza evidente nel momento in cui si analizzano

le variazioni congiunturali destagionalizzate. Nel mese di marzo l'incremento è stato dello 0,2% a fronte di una stasi a febbraio e di un netto ridimensionamento a gennaio, dati che hanno determinato una evoluzione nel primo trimestre dell'anno meno favorevole rispetto alla fine del 2009 (tab. 4; fig. 2). Questa tendenza appare più rilevante per l'aggregato totale rispetto a



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.

quanto si registra al netto della domanda di autovetture.

Va segnalato che i dati riportati in questo mese hanno subito la consueta revisione annuale in occasione della diffusione dei dati di Contabilità Nazionale. A riguardo si sottolinea come il dato dell'ICC mostri per il complesso del 2009 una variazione meno negativa rispetto a quanto rilevato dall'ISTAT (-0,7 contro il dato ufficiale di -1,0).

La presenza di un clima moderatamente positivo sul versante dei consumi sembra confermato dal recupero di aprile 2010 del clima di fiducia delle famiglie, in presenza di aspettative meno negative sul versante delle dinamiche occupazionali. Più articolata appare la situazione sul versante del sentiment delle imprese. Ad aprile, a fronte di un miglioramento 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: secondo le stime di Confindustria a marzo 2010 si è registrato un incremento congiunturale della produzione industriale dello 0,8%, e del 3,2% per gli ordinativi.

L'incremento mostrato a marzo dall'ICC, rispetto all'analogo mese dello scorso anno, riflette un aumento dei volumi acquistati dalle famiglie sia per i beni (+2,4%) che per i servizi (+1,6%).

I prezzi dei beni e servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato, a marzo 2010, un'accelerazione, passando dallo

0,6% di febbraio all'1,2%. Il dato riflette la progressiva tendenza all'aumento dei prezzi dei servizi a cui si è associato un incremento dei beni, al cui interno continuano a risultare in decisa accelerazione i prezzi dei carburanti (tab. 3).

La domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato, rispetto a marzo del 2009, un aumento dell'1,1%. Variazioni positive si continuano a registrare, all'interno di quest'aggregato, per la componente relativa ai concorsi a pronostico e per i prodotti audio-visivi.

La domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato, a marzo, una flessione dello 0,4% rispetto allo stesso mese dello scorso anno.

In linea con quanto si registra ormai da mesi anche a marzo 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 stesso mese dello scorso anno del 9,8%. Questo andamento continua ad essere determinato dall'accresciuta domanda per autovetture da parte di persone fisiche e dal progressivo recupero della spesa per i trasporti aerei. Il dato di aprile 2010 indica, in concomitanza con l'effetto incentivi, una caduta delle immatricolazioni di auto nuove intestate a persone fisiche, di circa il 30%.

Il dato di marzo evidenzia un ulteriore miglioramento della domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico (+2,5% tendenziale). A questa dinamica ha contribuito essenzialmente il miglioramento della componente

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

	2008	2009	2010				
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Gen	Feb	Mar
<b>SERVIZI</b>	<b>2,4</b>	<b>-0,7</b>	-0,7	0,1	2,8	2,3	3,3
<b>BENI</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,7</b>	-2,0	1,7	1,5	2,3	3,5
<b>TOTALE</b>	<b>0,4</b>	<b>-1,4</b>	-1,6	1,3	1,9	2,3	3,4
Beni e servizi ricreativi	-0,2	0,4	1,5	1,0	1,5	3,0	2,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,9	-1,4	-1,5	-0,8	0,3	0,7	1,2
Beni e servizi per la mobilità	-1,8	-4,4	-3,0	12,1	24,8	18,0	17,9
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,9	-2,3	-3,9	-1,1	1,4	1,1	0,6
Beni e servizi per la cura della persona	-0,6	-0,7	-0,9	0,7	-2,8	-0,8	-0,9
Abbigliamento e calzature	-1,7	-2,5	-3,9	-1,0	-1,5	0,3	0,0
Beni e servizi per la casa	1,6	-0,4	-1,3	0,5	-1,4	0,1	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	1,7	-0,9	-1,3	-0,1	-3,5	-1,8	3,1

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

relativa ai beni a cui si è associato un moderato recupero dei servizi.

La domanda per beni e servizi per la cura della persona ha mostrato, a marzo, una sostanziale stazionarietà con una crescita dello 0,3% rispetto all'analogo mese del 2009.

Gli articoli di abbigliamento e calzature hanno mostrato, a marzo 2010, una contenuta crescita dei volumi acquistati dalle famiglie (0,4%). Questo dato, associato alla crescita dell'1,0% di

febbraio, sembra imputabile più al trascinarsi sulla domanda dell'effetto saldi che un'inversione di tendenza rispetto alla dinamiche di lungo periodo che hanno visto fortemente penalizzata dalle scelte dei consumatori questa componente della domanda.

Nel mese di marzo la domanda di beni e servizi per la casa è risultata sostanzialmente in linea con i volumi acquistati nell'analogo mese dello scorso anno con una variazione dello

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

	2008	2009	2010				
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Gen	Feb	Mar
<b>SERVIZI</b>	<b>0,0</b>	<b>-1,6</b>	-0,7	-1,1	1,5	1,2	1,6
<b>BENI</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,4</b>	-0,6	2,1	1,2	1,9	2,4
<b>TOTALE</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,7</b>	-0,6	1,4	1,3	1,7	2,2
Beni e servizi ricreativi	-3,1	-0,7	0,6	-0,2	0,0	2,3	1,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	-2,5	-1,4	-2,2	-1,3	-0,8	-0,4
Beni e servizi per la mobilità	-8,5	2,7	7,8	15,2	19,6	13,1	9,8
Beni e servizi per le comunicazioni	10,3	2,7	-1,4	2,1	4,0	1,7	2,5
Beni e servizi per la cura della persona	2,2	0,0	0,4	1,6	-2,7	0,2	0,3
Abbigliamento e calzature	-2,8	-2,8	-3,9	-1,8	-1,6	1,0	0,4
Beni e servizi per la casa	-1,7	-1,8	-2,2	0,4	-0,9	0,8	0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,3	-3,1	-2,7	-1,1	-4,5	-2,4	2,4

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

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

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

0,2%. All'interno di questo aggregato permane una dinamica positiva solo per gli acquisti di elettrodomestici e TV, sia pure con valori più contenuti rispetto alla parte finale del 2009. Infine, per quanto concerne i consumi delle famiglie per i

prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per marzo segnala una crescita dello 0,2% dei volumi acquistati, tendenza che potrebbe essere stata determinata dall'anticipo di alcune spese per il periodo pasquale.

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

5

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a marzo 2010 una crescita dell'ICC rispetto al mese precedente dello 0,2%, confermando la tendenza alla stabilizzazione registrata a febbraio (tab. 4). Nel complesso del primo trimestre le dinamiche congiunturali segnalano, peraltro, un deterioramento rispetto ai tre mesi finali del 2009. Queste evidenze portano a leggere con molta cautela le pur positive tendenze in atto sul versante della domanda delle famiglie. La variazione di marzo è sintesi di una moderata crescita della

componente relativa ai beni e di una flessione della domanda di servizi. La diminuzione dell'ultimo mese riflette essenzialmente il calo registrato dalla domanda per alberghi, pasti e consumazioni fuori casa, per i beni e servizi per la casa e per l'abbigliamento e le calzature.

In moderato recupero sono risultate anche le spese relative all'alimentare, bevande e tabacchi, che evidenziano, comunque, nell'ultimo anno, una tendenza sostanzialmente non favorevole.

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

	2009						2010					
	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
<b>SERVIZI</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,1</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,9</b>	<b>0,0</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,6</b>
<b>BENI</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,9</b>	<b>1,1</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-1,7</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,5</b>
di cui alimentari e bevande	0,3	-0,7	0,2	-0,1	0,1	0,1	0,1	-0,3	0,0	-0,5	0,2	0,2
<b>TOTALE</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,3</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>
Beni e servizi ricreativi	-0,1	1,5	-0,4	1,7	-0,2	-0,6	-0,1	-0,6	-0,9	0,8	0,0	-0,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,9	1,0	-0,4	0,1	0,2	-0,1	-0,5	-0,1	1,4	-0,7	0,1	-1,3
Beni e servizi per la mobilità	4,8	-2,3	3,6	-0,6	-3,6	6,6	-0,7	3,7	1,0	-11,0	3,0	3,7
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,3	-1,9	2,2	0,8	0,9	-1,6	-0,2	0,8	2,4	1,8	-2,5	0,2
Beni e servizi per la cura della persona	0,3	0,3	0,3	0,2	0,8	0,0	0,3	-0,4	-0,7	-1,2	-0,2	0,5
Abbigliamento e calzature	-0,6	0,4	-0,3	0,2	-0,4	-0,6	0,5	-0,5	-0,1	0,3	0,0	-0,5
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,3	-0,2	0,1	0,4	-0,4	0,2	-0,3	0,0	0,2	0,3	-0,6
Alimentari, bevande e tabacchi	0,4	-0,7	0,4	0,0	-0,2	0,3	0,0	-0,3	0,0	-0,6	0,1	0,5

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

# PRODOTTI E SERVIZI CONSIDERATI

## **Beni e servizi ricreativi**

Cinema, sport e altri spettacoli  
Concorsi e pronostici  
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 2009 al 59,1% dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel 2009 al 68,1%. Per i servizi l'incidenza è del 33,7%, dato che sale al 45,5% escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di cui alla Contabilità Nazionale. Per i beni l'incidenza è dell'85,4%.

Tra il 2000 e il 2009 la variazione in quantità registrata dal paniere di beni e servizi utilizzati in **CONSUMI&PREZZI** è del 5,6% a fronte del 2,3% registrato dai consumi sul territorio secondo la Contabilità nazionale. Nell'ultimo biennio le variazioni sono risultate pari rispettivamente al -1,5% ed al -2,9%.

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