



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

# 7

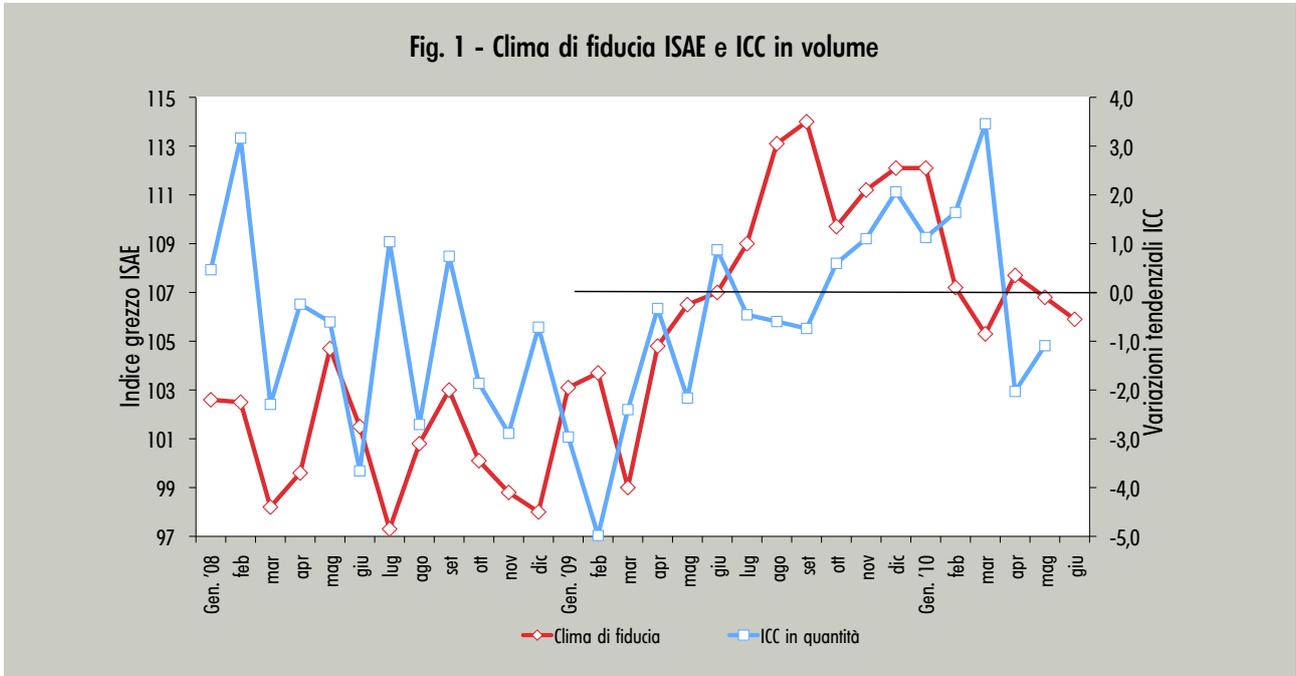
Ufficio Studi

luglio 2010, numero 7

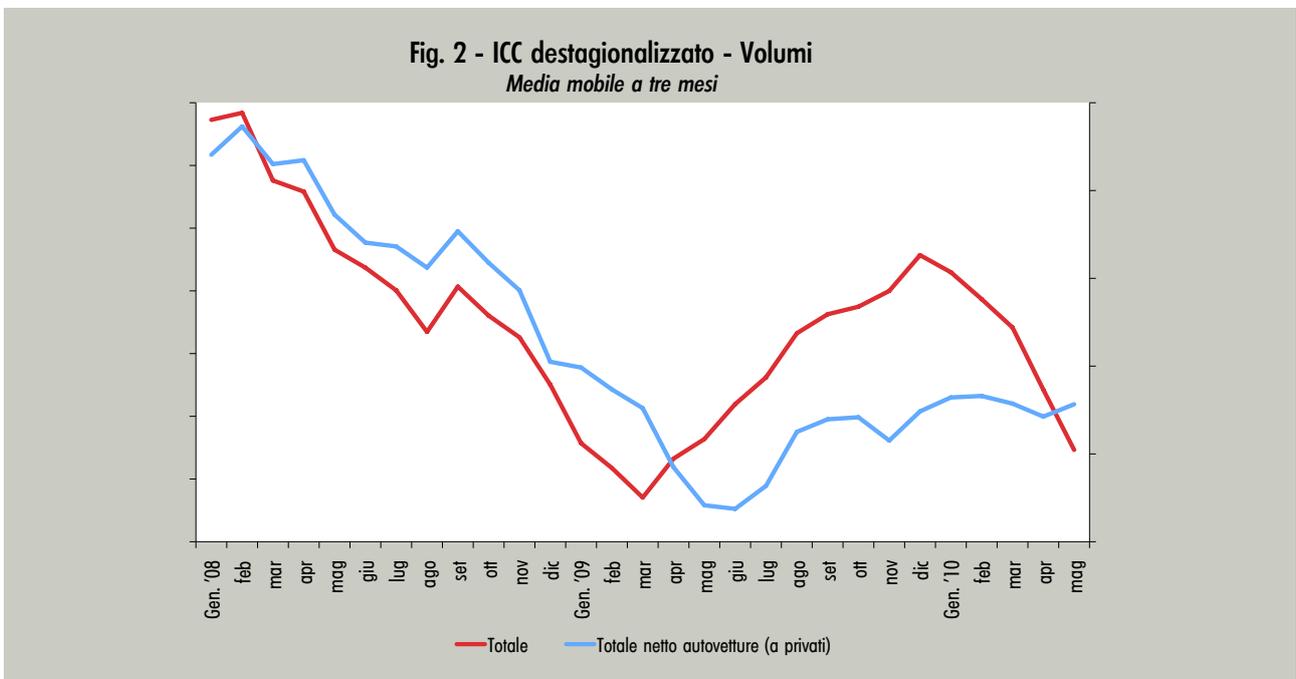
L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a maggio 2010 una diminuzione dell'1,1% in termini tendenziali<sup>1</sup> confermando la tendenza al ridimensionamento della domanda emersa già nel mese di aprile (tab.2). Il dato va comunque letto con estrema cautela in considerazione dell'aumento, sia pure molto contenuto (0,1%), registrato in

termini congiunturali e dell'effetto statistico determinato dal venir meno degli incentivi all'acquisto di autovetture, come segnala il diverso andamento registrato dall'indicatore al netto delle autovetture nell'ultimo trimestre (fig.2).

La debolezza della domanda e le incertezze che caratterizzano i comportamenti delle famiglie sembrano avvalorati



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 alle singole serie mensili che compongono l'ICC.

dall'ulteriore ripiegamento mostrato dal clima di fiducia delle famiglie nel mese di giugno.

Articolata appare anche la situazione sul versante del sentiment delle imprese. A giugno a fronte di un contenuto peggioramento del clima di fiducia degli operatori delle aziende manifatturiere, gli imprenditori del commercio e dei servizi segnalano un miglioramento.

La presenza di aspettative meno favorevoli sul versante delle imprese manifatturiere sembra contraddire il miglioramento registrato dalla produzione. Stando ai risultati dell'indagine rapida di Confindustria, nel mese di giugno la produzione è aumentata dell'1,1% rispetto maggio, tendenza che dovrebbe proseguire anche nei prossimi mesi (supportata sia dagli incrementi degli ordinativi sia dal basso livello delle scorte).

La dinamica tendenziale dell'ICC in maggio riflette una riduzione dei volumi acquistati dalle famiglie per i beni (-1,6% che segue il -2,6% di aprile) ed un moderato aumento della domanda di servizi (+0,5%).

I prezzi dei beni e servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato, a maggio 2010, una tendenza meno espansiva rispetto a quanto registrato ad aprile (+0,4% a fronte dell'1,0% del mese precedente). Il dato continua a riflettere il ridimensionamento dei tassi di crescita dei prezzi dei beni, nonostante la progressiva tendenza all'aumento registrata dai carburanti (tab. 3).

La domanda per beni e servizi ricreativi ha mostrato, rispetto a maggio del 2009, un aumento dell'1,5%, proseguendo in un trend di crescita che permane ormai dicembre dello scorso anno, a cui hanno contribuito le dinamiche registrate dai concorsi e pronostici, dai prodotti audio-visivi e dai servizi ricreativi.

La domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato, a maggio, una flessione dello 0,8% rispetto allo stesso mese dello scorso anno, confermando la tendenza alla riduzione della spesa per questa tipologia di consumi.

Anche a maggio 2010 i consumi per beni e servizi per la mobilità hanno registrato una decisa diminuzione in termini tendenziali (-15,4%) scontando gli effetti del venir meno degli incentivi sulla domanda di autovetture e motocicli. In miglioramento, dopo la battuta d'arresto registrata in aprile, dovuta alla chiusura di alcuni scali, è risultata la domanda di trasporti aerei.

Il dato di maggio conferma la tendenza al miglioramento, in atto da alcuni mesi della domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico (+4,3% tendenziale). A questa dinamica ha contribuito essenzialmente la componente relativa ai beni mentre per i servizi la fase negativa non sembra essersi ancora esaurita.

La domanda per beni e servizi per la cura della persona ha mostrato una crescita dell'1,8% dei volumi acquistati dalle famiglie.

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

	2009	2010			
	ANNO	I Trim.	Mar	Apr	Mag
<b>SERVIZI</b>	<b>-0,7</b>	2,2	2,5	1,6	1,7
<b>BENI</b>	<b>-1,7</b>	3,2	5,6	-2,1	-1,6
<b>TOTALE</b>	<b>-1,4</b>	2,9	4,7	-1,0	-0,7
Beni e servizi ricreativi	<b>0,2</b>	3,7	5,5	3,1	4,0
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	<b>-1,4</b>	0,6	1,1	0,4	0,7
Beni e servizi per la mobilità	<b>-4,3</b>	19,6	17,6	-6,7	-8,3
Beni e servizi per le comunicazioni	<b>-2,3</b>	0,0	-0,6	-2,4	-1,2
Beni e servizi per la cura della persona	<b>-0,7</b>	-0,7	1,4	0,6	-0,1
Abbigliamento e calzature	<b>-2,5</b>	0,5	3,1	-0,1	0,1
Beni e servizi per la casa	<b>-0,4</b>	0,2	1,7	0,2	0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	<b>-0,9</b>	-0,1	4,9	-2,2	-0,2

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

Gli articoli di abbigliamento e calzature hanno evidenziato una riduzione dello 0,6% rispetto a maggio del 2009, confermando come nonostante i risultati del primo trimestre, la fase critica della domanda non sia stata ancora superata.

Nel mese di maggio la domanda di beni e servizi per la casa ha mostrato una crescita dello 0,9%, legata in larga parte alla dinamica registrata dagli acquisti di elettrodomestici e TV ed al recupero in atto sul versante della domanda di mobili.

Infine, per quanto concerne i consumi delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per maggio segnala una diminuzione dello 0,4% dei volumi acquistati.

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

	2009	2010			
	ANNO	I Trim.	Mar	Apr	Mag
<b>SERVIZI</b>	<b>-1,6</b>	0,8	0,8	-0,3	0,5
<b>BENI</b>	<b>-0,4</b>	2,5	4,4	-2,6	-1,6
<b>TOTALE</b>	<b>-0,7</b>	2,1	3,5	-2,0	-1,1
Beni e servizi ricreativi	<b>-0,9</b>	2,5	4,3	1,1	1,5
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	<b>-2,5</b>	-1,0	-0,4	-1,3	-0,8
Beni e servizi per la mobilità	<b>2,7</b>	13,6	10,0	-14,6	-15,4
Beni e servizi per le comunicazioni	<b>2,7</b>	2,1	1,5	0,2	4,3
Beni e servizi per la cura della persona	<b>0,0</b>	0,2	3,0	2,2	1,8
Abbigliamento e calzature	<b>-2,8</b>	0,7	3,5	-0,6	-0,6
Beni e servizi per la casa	<b>-1,8</b>	0,7	2,2	0,8	0,9
Alimentari, bevande e tabacchi	<b>-3,1</b>	-0,8	4,3	-2,4	-0,4

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

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

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a maggio 2010 un contenuto miglioramento dell'ICC rispetto al mese precedente (+0,1%).

La variazione di maggio è sintesi di una stabilità della componente relativa ai beni e di un contenuto aumento della domanda di servizi (tab. 4).

L'andamento dell'ultimo mese evidenzia peraltro come per molti segmenti della domanda le dinamiche congiunturali

presentino ancora un andamento non favorevole. Le uniche variazioni positive si registrano per la domanda di beni e servizi ricreativi e per i beni e servizi per le comunicazioni.

L'indicatore destagionalizzato suggerisce che i consumi reali delle famiglie stentano a trovare una sicura direzione di crescita, diversamente da quanto accade per i livelli produttivi della manifattura esportatrice.

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

	2009						2010					
	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag
<b>SERVIZI</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>
<b>BENI</b>	<b>1,0</b>	<b>0,3</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-1,6</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>-2,7</b>	<b>0,0</b>
di cui alimentari e bevande	0,1	-0,1	0,1	0,1	0,1	-0,3	0,0	-0,6	0,3	0,6	-0,5	-0,3
<b>TOTALE</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>-1,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,5</b>	<b>-2,0</b>	<b>0,1</b>
Beni e servizi ricreativi	-0,1	0,9	0,8	-0,3	0,0	-0,7	-0,6	0,5	0,1	0,2	-0,3	0,9
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,3	0,1	0,2	-0,1	-0,5	-0,1	1,5	-0,8	0,1	-1,2	0,3	-0,2
Beni e servizi per la mobilità	2,7	-0,1	-2,2	4,2	-0,5	3,3	1,5	-10,9	2,2	4,3	-16,5	-0,3
Beni e servizi per le comunicazioni	2,1	0,7	0,7	-1,8	0,6	0,4	1,8	2,2	-2,6	-0,1	0,1	0,7
Beni e servizi per la cura della persona	1,0	0,3	0,8	0,2	0,3	-0,3	-0,7	-1,0	0,5	1,2	0,3	-0,1
Abbigliamento e calzature	-0,3	0,3	-0,4	-0,5	0,6	-0,5	0,0	0,4	0,2	0,0	-0,2	-0,1
Beni e servizi per la casa	0,1	0,2	0,4	-0,3	-0,1	-0,2	0,0	0,2	0,5	-0,1	0,3	-0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	0,3	0,0	-0,2	0,3	0,0	-0,3	0,0	-0,7	0,1	0,9	-0,7	-0,2

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