



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

11

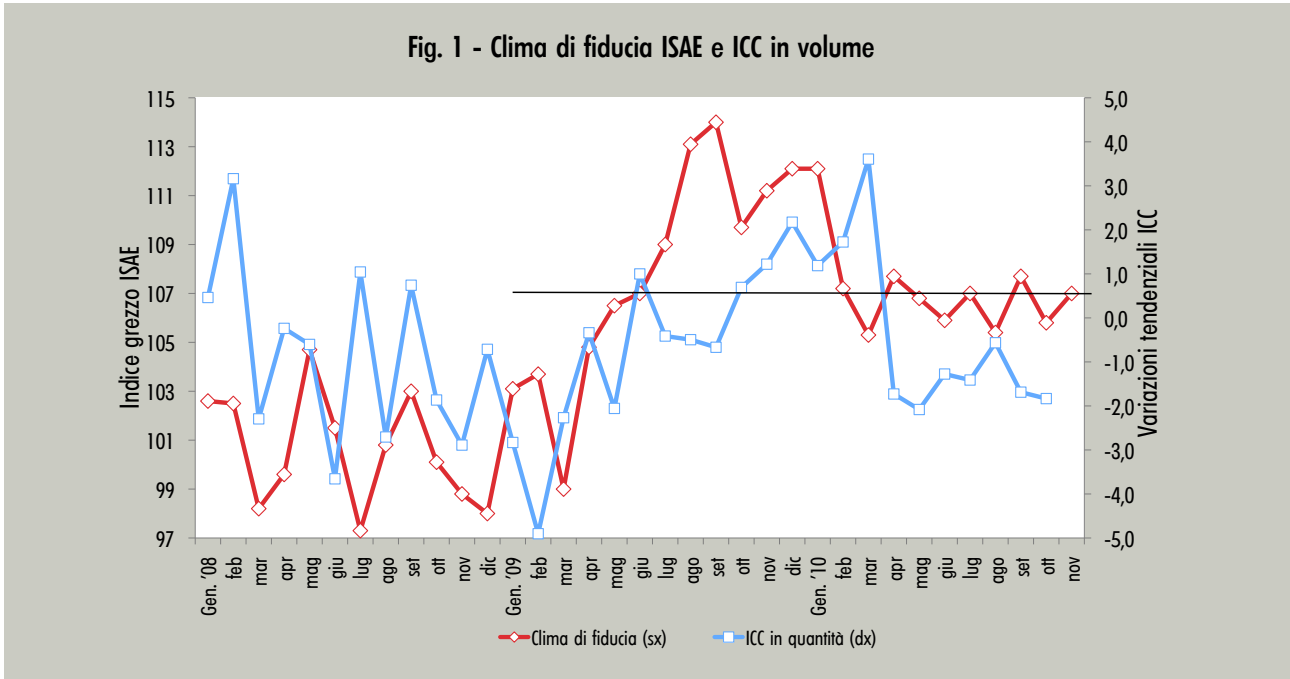
Ufficio Studi

dicembre 2010, numero 11

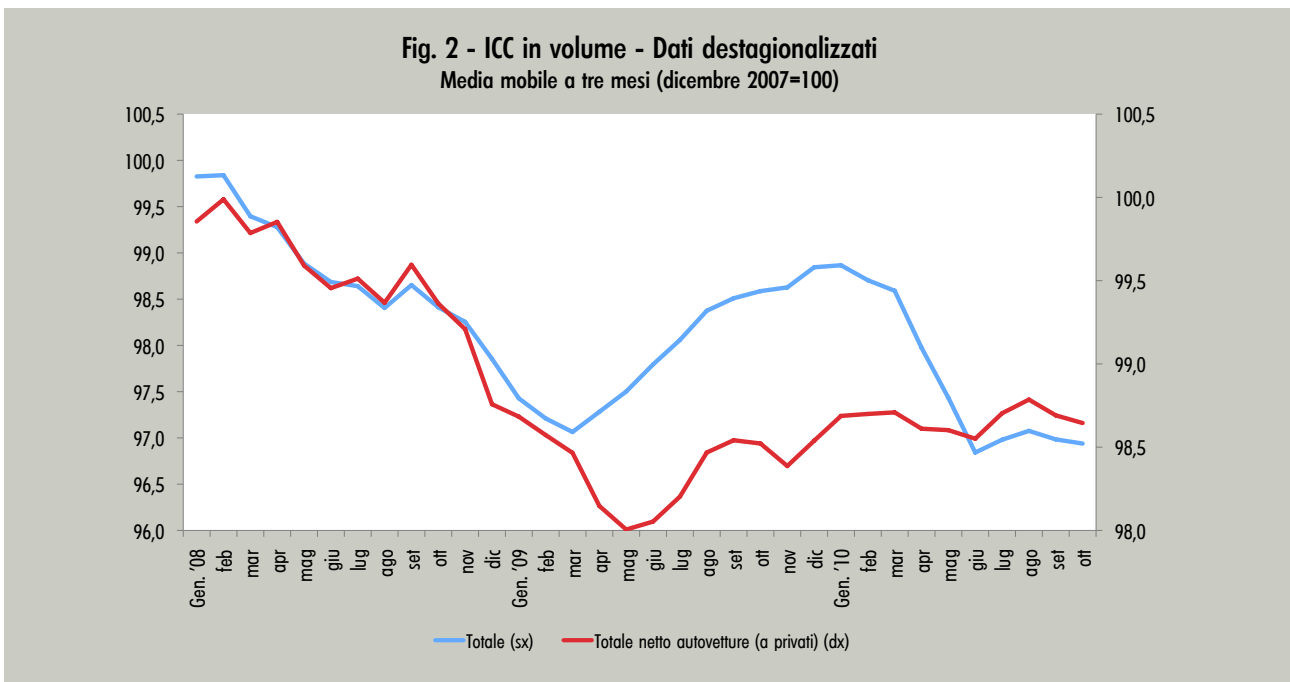
L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a ottobre 2010 una diminuzione dell'1,8% in termini tendenziali¹ (tab. 2). Questo nuovo ridimensionamento registrato su base annua, determinato dalle dinamiche degli acquisti di autovetture, rappresenta comunque un contenuto miglioramento (+0,4%) in termini congiunturali. I dati destagionalizzati degli ultimi mesi

indicano una fase oscillante della spesa delle famiglie che stenta comunque a intradarsi su di un sentiero di crescita consolidato (fig. 2).

Il clima di fiducia delle famiglie e delle imprese, rilevato dall'ISAE, ha mostrato nel mese di novembre, nonostante le incertezze che ancora caratterizzano il quadro economico, un miglioramento.



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 alle singole serie mensili che compongono l'ICC.

Per le famiglie il dato, che potrebbe sembrare in contraddizione con i comportamenti in materia di consumo, deriva da aspettative di risparmio meno negative. Relativamente alle imprese manifatturiere, il miglioramento del clima di fiducia riflette le attese di un ulteriore incremento dei livelli produttivi. Le stime di Confindustria ed ISAE segnalano anche nel quarto trimestre un dato positivo sul versante della produzione industriale.

La dinamica tendenziale dell'ICC di ottobre riflette una riduzione dei volumi acquistati dalle famiglie per i beni (-3,1%) ed un aumento della domanda di servizi (+2,0%).

I prezzi dei beni e dei servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato un moderato ridimensionamento del tasso di crescita tendenziale sceso dallo 0,9% di settembre allo 0,8% di ottobre (tab. 3).

La domanda per beni e servizi ricreativi ha mostrato, rispetto ad ottobre 2009, una crescita dello 0,6%, invertendo una tendenza negativa che si protraeva ormai da alcuni mesi. Al suo interno, continua a segnalare tassi di incremento particolarmente sostenuti la voce relativa alle spese per i concorsi e i pronostici.

La spesa per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato, a ottobre, un contenuto aumento (+0,2%). Il moderato miglioramento, in atto da agosto, non sembra comunque sufficiente a garantire il recupero di quanto perso nei mesi precedenti.

I consumi per beni e servizi per la mobilità hanno continuato a mostrare una decisa diminuzione in termini tendenziali (-19,1%), riflettendo le difficoltà della domanda per il segmento delle autovetture e dei motocicli. In ulteriore recupero è la spesa per il trasporto aereo.

La domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico mostra ad ottobre un'accelerazione (+3,0%), dopo il rallentamento registrato nel bimestre precedente, dovuto in larga parte alla componente relativa ai beni.

I volumi acquistati dalle famiglie per beni e servizi per la cura della persona hanno mostrato, rispetto ad ottobre del 2009, una crescita dell'1,0%. All'interno di questo aggregato la componente più dinamica continua a risultare quella relativa ai prodotti farmaceutici e terapeutici.

Gli articoli di abbigliamento e calzature hanno evidenziato, ad ottobre 2010, un ridimensionamento (-1,2%), interrompendo la fase di ripresa che ha caratterizzato i quattro mesi precedenti e che aveva assunto a settembre toni abbastanza sostenuti.

Nel mese di ottobre la domanda di beni e servizi per la casa ha mostrato una contenuta riduzione (-0,5%). All'interno di questo aggregato dinamiche positive si registrano solo per gli acquisti di elettrodomestici e TV, con toni, peraltro, meno accentuati rispetto ai mesi precedenti.

Infine, per quanto concerne i consumi delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per ottobre segnala una flessione dello 0,1% dei volumi acquistati.

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

	2009	2010		Lug	Ago	Set	Ott	
	ANNO	I Trim.	II Trim.					III Trim.
SERVIZI	-0,7	2,7	1,9	2,0	1,1	2,1	2,8	3,2
BENI	-1,5	3,2	-2,4	-1,3	-1,2	-0,1	-2,3	-2,7
TOTALE	-1,3	3,0	-1,2	-0,2	-0,5	0,7	-0,8	-1,1
Beni e servizi ricreativi	0,2	3,8	2,0	0,9	0,3	0,6	2,0	3,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-1,4	1,3	1,0	1,5	0,4	1,9	2,3	2,4
Beni e servizi per la mobilità	-4,3	19,7	-8,7	-8,1	-9,9	-1,4	-11,2	-13,8
Beni e servizi per le comunicazioni	-2,3	0,1	-0,8	-0,1	0,3	1,5	-2,1	-1,8
Beni e servizi per la cura della persona	-0,7	-0,8	0,1	0,6	1,3	1,2	-0,5	0,2
Abbigliamento e calzature	-2,5	0,3	-1,4	2,4	1,9	1,9	3,3	-0,2
Beni e servizi per la casa	0,2	0,2	-0,1	-0,1	1,1	-0,9	-0,6	-1,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,9	-0,1	-1,2	1,0	1,5	1,0	0,5	1,2

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

	2009	2010						
	ANNO	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Lug	Ago	Set	Ott
SERVIZI	-1,6	1,3	0,4	0,4	-0,6	0,4	1,5	2,0
BENI	-0,3	2,5	-2,5	-1,9	-1,7	-1,1	-2,9	-3,1
TOTALE	-0,6	2,2	-1,7	-1,2	-1,4	-0,6	-1,7	-1,8
Beni e servizi ricreativi	-0,9	2,6	-0,5	-2,0	-2,9	-2,3	-0,8	0,6
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-2,5	-0,2	-0,6	-0,2	-1,3	0,3	0,4	0,2
Beni e servizi per la mobilità	2,7	13,7	-15,3	-14,3	-16,6	-8,4	-16,2	-19,1
Beni e servizi per le comunicazioni	2,7	2,1	3,4	1,4	2,6	0,9	0,6	3,0
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	0,1	1,6	1,5	2,0	2,2	0,4	1,0
Abbigliamento e calzature	-2,8	0,5	-2,0	1,5	0,9	0,6	3,1	-1,2
Beni e servizi per la casa	-1,3	0,7	0,7	0,7	2,1	-0,2	0,1	-0,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,1	-0,8	-1,4	0,4	1,3	0,1	-0,3	-0,2

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

	2009	2010						
	ANNO	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Lug	Ago	Set	Ott
SERVIZI	1,0	1,4	1,4	1,5	1,7	1,6	1,3	1,1
BENI	-1,3	0,6	0,0	0,7	0,5	1,0	0,5	0,4
TOTALE	-0,7	0,8	0,5	1,0	0,9	1,3	0,9	0,8
Beni e servizi ricreativi	1,1	1,1	2,5	3,0	3,3	2,9	2,8	3,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,3	1,6	1,5	1,7	1,8	1,6	1,8	2,2
Beni e servizi per la mobilità	-6,9	5,1	7,9	7,2	8,0	7,6	5,9	6,5
Beni e servizi per le comunicazioni	-5,0	-1,9	-4,0	-1,4	-2,3	0,5	-2,6	-4,7
Beni e servizi per la cura della persona	-0,7	-0,9	-1,5	-0,9	-0,7	-1,0	-0,9	-0,8
Abbigliamento e calzature	0,4	-0,3	0,6	0,8	1,0	1,3	0,2	1,0
Beni e servizi per la casa	1,6	-0,6	-0,8	-0,8	-1,0	-0,6	-0,7	-0,7
Alimentari, bevande e tabacchi	2,2	0,8	0,2	0,6	0,2	0,8	0,8	1,3

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano ad ottobre 2010, dopo la flessione di settembre², un aumento dell'ICC rispetto al mese precedente dello 0,4%. Nell'ultimo

trimestre, a media mobile, la domanda di beni e servizi diversi dalle auto mostra un contenuto ripiegamento confermando le incertezze sulle prospettive a breve dei consumi (fig. 2).

² Il dato è stato rivisto rispetto alla prima stima in seguito alla pubblicazione da parte dell'Istat delle vendite al dettaglio, che segnalano un andamento negativo per i prodotti di informatica e per le comunicazioni.

La variazione registrata ad ottobre è sintesi di un miglioramento sia della componente relativa ai servizi (+0,1%), sia della domanda di beni (+0,5%; tab. 4).

Tra i diversi aggregati che compongono l'indicatore solo per la domanda di beni e servizi per le comunicazioni si stima una crescita di un certo rilievo. Il dato riflette, soprattutto per la componente relativa ai beni, la tendenza al recupero della

domanda dopo le riduzioni registrate negli ultimi mesi. Decisamente più contenuto risulta l'incremento relativo ai beni e servizi per la cura della persona e per la casa.

Per le altre voci la tendenza è improntata ad un ulteriore ridimensionamento segnalando una situazione di estrema debolezza della domanda per consumi, fenomeno che contribuisce a ridurre il tasso di crescita dell'economia italiana.

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

	2009		2010									
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott
SERVIZI	0,1	0,9	0,2	0,1	-0,3	-0,2	0,2	-0,2	0,0	0,5	0,2	0,1
BENI	0,2	0,1	-0,6	-0,5	0,7	-2,6	-0,3	0,5	0,4	-0,6	-0,4	0,5
di cui alimentari e bevande	-0,6	0,4	-0,7	0,3	0,9	-0,9	-0,1	0,4	0,8	-0,7	0,0	-0,2
TOTALE	0,2	0,3	-0,4	-0,4	0,5	-2,0	-0,2	0,3	0,3	-0,3	-0,3	0,4
Beni e servizi ricreativi	-0,3	-1,0	1,1	-0,2	0,0	-0,5	-1,1	0,7	0,2	0,9	0,4	-1,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,0	1,6	-0,7	0,1	-0,5	0,1	-0,3	-0,5	-0,1	0,7	0,1	-0,2
Beni e servizi per la mobilità	0,9	-0,6	-5,3	-0,7	2,4	-15,5	-0,5	0,0	0,8	-0,1	0,4	-0,3
Beni e servizi per le comunicazioni	0,8	1,7	2,3	-2,5	-0,1	0,4	0,6	0,8	-0,3	-1,6	-1,9	3,7
Beni e servizi per la cura della persona	0,4	-0,7	-0,5	0,5	0,6	0,2	-0,1	0,8	0,1	-0,2	0,0	0,3
Abbigliamento e calzature	-0,4	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0	-0,6	0,8	0,0	-0,1	0,3	-0,2
Beni e servizi per la casa	0,1	0,2	0,0	0,2	0,2	-0,2	-0,1	0,2	0,7	-0,5	-0,3	0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,4	0,2	-0,8	0,2	1,1	-1,0	0,1	0,3	0,7	-0,5	-0,1	-0,1

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