



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

3

Ufficio Studi

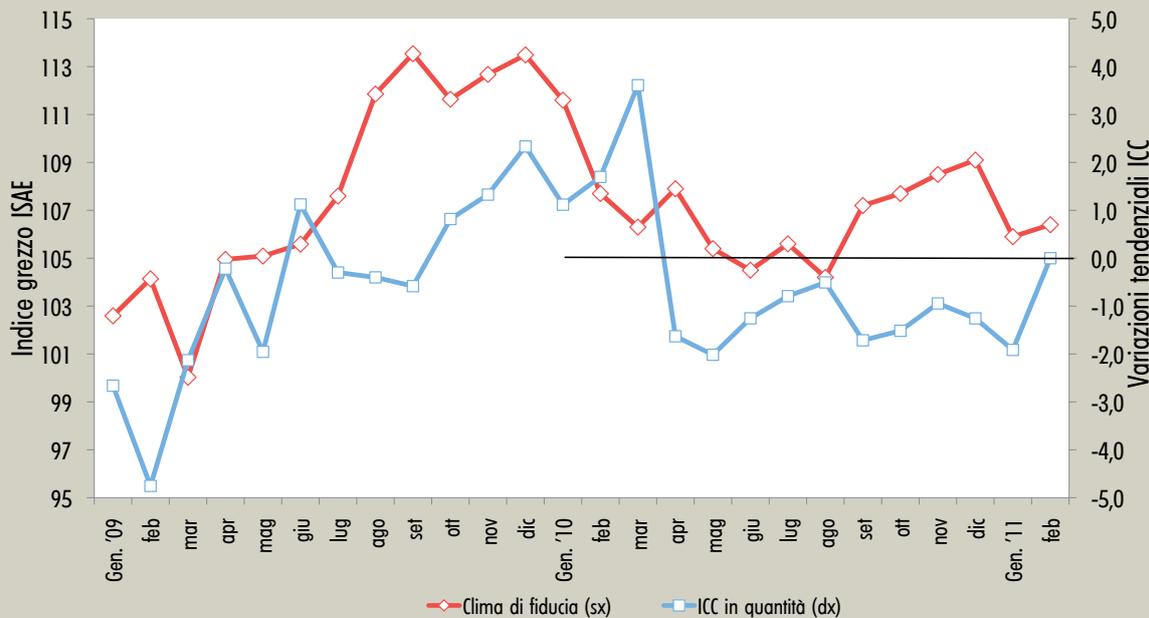
marzo 2011, numero 3

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a gennaio 2011 una diminuzione dell'1,9% in termini tendenziali¹, a fronte del -1,3% di dicembre (tab. 2). In termini congiunturali l'indicatore (al lordo della vendita

di automobili) segnala un contenuto ridimensionamento (fig. 2).

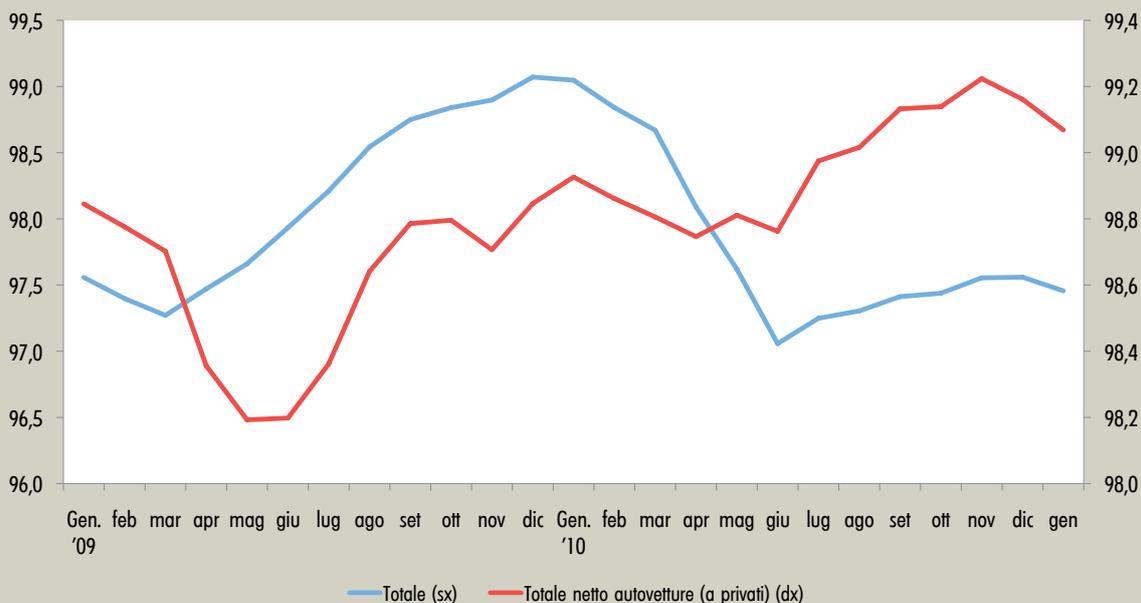
Il quadro economico congiunturale si presenta ancora caratterizzato da dinamiche produttive che, per il

Fig. 1 - Clima di fiducia ISAE e ICC in volume



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Fig. 2 - ICC in volume - Dati destagionalizzati
Media mobile a tre mesi (dicembre 2007=100)



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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.

complesso del sistema, sono piuttosto contenute ed inferiori a quanto registrato in altri Paesi europei. La ripresa economica appare ancora insufficiente a produrre effetti positivi sul mercato del lavoro.

La presenza di un contesto caratterizzato da elementi positivi e negativi che contribuiscono al permanere di un clima di incertezza è confermato dagli andamenti altalenati del clima di fiducia.

Dopo lo stop registrato a gennaio 2011, nel mese di febbraio il clima di fiducia delle famiglie, rilevato dall'ISTAT, ha mostrato un lieve recupero, legato ad aspettative più favorevoli soprattutto sul versante della situazione economica generale.

In miglioramento è risultato anche il clima di fiducia rilevato presso le imprese del commercio al dettaglio e dei servizi. In moderato regresso è risultato, invece, il sentiment rilevato presso le imprese manifatturiere, coerentemente con attese lievemente meno favorevoli sul versante della produzione.

La dinamica tendenziale dell'ICC di gennaio riflette, in linea con quanto registrato nei mesi precedenti, una netta contrazione dei volumi acquistati dalle famiglie per i beni (-3,0%) ed un aumento della domanda di servizi (+1,2%).

I prezzi dei beni e dei servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato un contenuto ridimensionamento rispetto a dicembre² (tab. 3). Su questo andamento hanno pesato le sensibili riduzioni registrate nel comparto dell'abbigliamento e calzature che hanno attenuato gli effetti delle tensioni che si registrano per i carburanti e per l'alimentare.

La domanda per beni e servizi ricreativi ha mostrato, rispetto a gennaio 2010, una diminuzione dello 0,4%. All'interno di questo aggregato la voce relativa alle spese per giochi, lotterie e scommesse continua a mostrare un trend decisamente espansivo.

La spesa per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato un contenuto miglioramento pari allo 0,3% in termini reali.

I consumi per beni e servizi per la mobilità mostrano, anche nel primo mese del 2011, una netta diminuzione in termini tendenziali (-16,5%). Su questo andamento continua ad influire il dato negativo delle vendite di autovetture e motocicli. All'interno di questo comparto solo la voce relativa al trasporto aereo mostra un'elevata dinamicità.

La domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico ha registrato una contenuta accelerazione (+0,4%).

I volumi acquistati dalle famiglie per beni e servizi per la cura della persona hanno mostrato, rispetto a gennaio del 2010, una crescita dell'1,4%, andamento determinato in larga misura dai prodotti farmaceutici e terapeutici.

Gli articoli di abbigliamento e calzature hanno evidenziato un incremento del 3,1%, segnalando un andamento positivo dei saldi, favorito anche da una politica di forte riduzione dei prezzi volta a rivitalizzare un mercato che da tempo registra una situazione di forte difficoltà.

Nel mese di gennaio la domanda di beni e servizi per la casa ha mostrato, dopo un bimestre sostanzialmente favorevole, una contenuta riduzione (-0,2%). Su questo andamento ha influito l'attenuarsi della domanda per elettrodomestici e TV favorita nei mesi precedenti dal progressivo estendersi delle trasmissioni in digitale.

Infine, per quanto concerne i consumi delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per gennaio segnala un ulteriore e deciso ridimensionamento (-2,1%).

² La diffusione da parte dell'Istat dei dati sui prezzi al consumo con la nuova base 2010 ha comportato l'aggiornamento e il ribasamento degli indici elementari delle singole serie.

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

	2010	2010				2011
	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	2,6	2,9	2,7	2,3	1,7	2,0
BENI	-0,7	-1,5	-1,6	-1,0	-0,7	-2,3
TOTALE	0,3	0,0	-0,5	-0,1	-0,2	-1,0
Beni e servizi ricreativi	2,7	1,8	2,9	3,8	1,6	2,6
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,8	2,8	1,8	1,7	1,1	2,2
Beni e servizi per la mobilità	-2,9	-8,3	-11,0	-10,4	-8,0	-11,3
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,2	-0,5	0,0	-0,5	-0,2	-0,6
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	0,5	0,0	0,0	1,1	0,5
Abbigliamento e calzature	0,1	1,5	0,2	0,6	-0,5	-0,3
Beni e servizi per la casa	0,0	-0,3	0,1	0,5	0,6	-0,4
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	0,8	0,5	2,3	0,2	-0,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2010	2010				2011
	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	1,2	1,3	1,8	1,5	0,9	1,2
BENI	-1,1	-1,9	-2,1	-1,7	-1,7	-3,0
TOTALE	-0,5	-1,0	-1,2	-0,9	-1,3	-1,9
TOTALE NETTO AUTOVETTURE	0,3	0,4	0,3	0,9	-0,2	0,2
Beni e servizi ricreativi	0,1	-1,0	-0,6	0,2	-2,1	-0,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,1	1,1	-0,2	-0,2	-0,6	0,3
Beni e servizi per la mobilità	-8,4	-14,1	-16,0	-14,4	-14,2	-16,5
Beni e servizi per le comunicazioni	2,5	1,7	2,7	2,1	0,6	0,4
Beni e servizi per la cura della persona	1,0	1,4	0,7	0,6	1,8	1,4
Abbigliamento e calzature	-0,4	0,7	-0,8	-0,3	-1,5	3,1
Beni e servizi per la casa	0,5	0,3	0,8	1,3	1,3	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,7	0,2	-0,7	0,7	-0,8	-2,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2010	2010				2011
	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	1,3	1,6	0,9	0,8	0,8	0,8
BENI	0,4	0,5	0,5	0,7	1,0	0,7
TOTALE	0,8	1,0	0,7	0,8	1,1	0,9
Beni e servizi ricreativi	2,5	2,8	3,5	3,6	3,8	3,0
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,7	1,7	1,9	1,9	1,7	1,9
Beni e servizi per la mobilità	6,3	6,6	6,0	4,8	7,2	6,2
Beni e servizi per le comunicazioni	-2,8	-2,1	-3,1	-2,6	-0,8	-0,9
Beni e servizi per la cura della persona	-1,0	-0,9	-0,7	-0,6	-0,7	-1,0
Abbigliamento e calzature	0,5	0,8	1,0	0,9	1,0	-3,3
Beni e servizi per la casa	-0,5	-0,5	-0,7	-0,8	-0,7	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	0,7	0,6	1,2	1,5	1,0	2,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a gennaio una diminuzione dell'ICC rispetto a dicembre dello 0,1%. Nell'ultimo trimestre a media mobile l'indicatore segnala, al netto ed al lordo della componente relativa alle autovetture, un moderato regresso segnalando il permanere di una situazione di accentuata debolezza dei consumi (fig. 2).

La flessione di gennaio è sintesi di una contenuta riduzione della domanda di beni (-0,2%) e di una stagnazione della componente relativa ai servizi (tab. 4).

Tra i diversi aggregati che compongono l'indicatore, solo per i beni e servizi relativi alle comunicazioni si registra un apprezzabile miglioramento (+1,6%). Debolmente positivo risulta anche l'andamento dei consumi per abbigliamento e calzature e per i beni e i servizi ricreativi. Per le altre voci, la tendenza è improntata ad una riduzione della domanda.

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

	2010											2011
	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	0,2	-0,2	-0,2	0,3	-0,2	0,7	-0,1	0,2	0,1	-0,1	0,6	0,0
BENI	-0,5	0,7	-2,4	-0,1	0,3	0,4	-0,5	0,4	0,2	-0,2	-0,2	-0,2
di cui alimentari e bevande	0,2	0,6	-0,7	-0,2	0,3	0,6	-0,6	-0,4	-0,3	0,2	-0,3	-1,1
TOTALE	-0,4	0,4	-1,8	0,0	0,2	0,5	-0,4	0,3	0,2	-0,2	0,0	-0,1
Beni e servizi ricreativi	-0,2	0,3	-0,3	0,4	-0,6	0,7	0,8	0,5	-1,2	-1,3	0,1	0,5
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,2	-0,4	0,0	-0,2	-0,4	0,9	-0,5	0,0	-0,3	0,4	0,6	-0,2
Beni e servizi per la mobilità	-0,6	2,0	-14,8	-0,5	0,0	0,7	-0,3	0,2	-0,8	3,1	-0,8	-1,8
Beni e servizi per le comunicazioni	-2,5	0,0	0,4	0,6	0,7	-0,3	-1,7	2,7	2,7	-2,7	-0,5	1,6
Beni e servizi per la cura della persona	0,5	1,1	0,2	-0,3	0,8	0,1	0,3	-0,5	-0,1	0,1	0,3	-0,4
Abbigliamento e calzature	0,3	0,0	0,0	-0,3	0,4	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,4
Beni e servizi per la casa	0,2	0,1	-0,2	-0,1	0,1	0,8	-0,6	-0,4	0,4	0,0	0,4	-0,4
Alimentari, bevande e tabacchi	0,1	0,9	-0,8	-0,1	0,3	0,6	-0,4	-0,5	-0,4	0,3	-0,4	-1,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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, ANCM, 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.