



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

# 4

Ufficio Studi

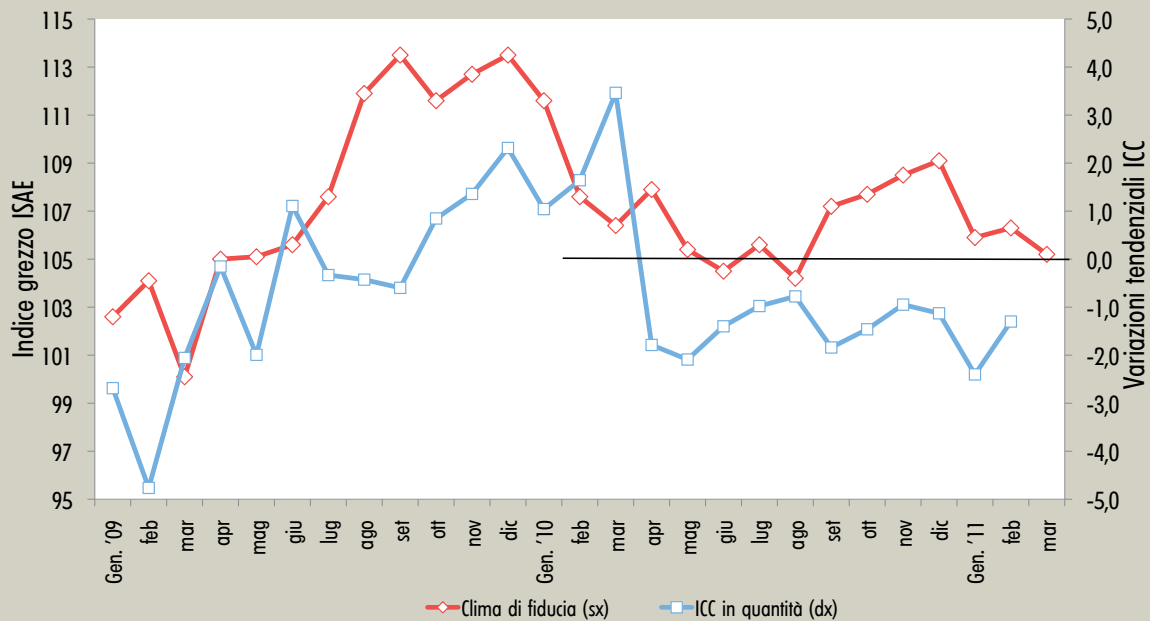
aprile 2011, numero 4

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a febbraio 2011 una diminuzione dell'1,3% in termini tendenziali<sup>1</sup>, dato che segue il -2,4% di gennaio (tab. 2). In termini congiunturali l'indicatore (al lordo della vendita di automobili) mostra un contenuto incremento (+0,1%)

dato che ha determinato una sostanziale stabilità nell'ultimo trimestre (fig. 2).

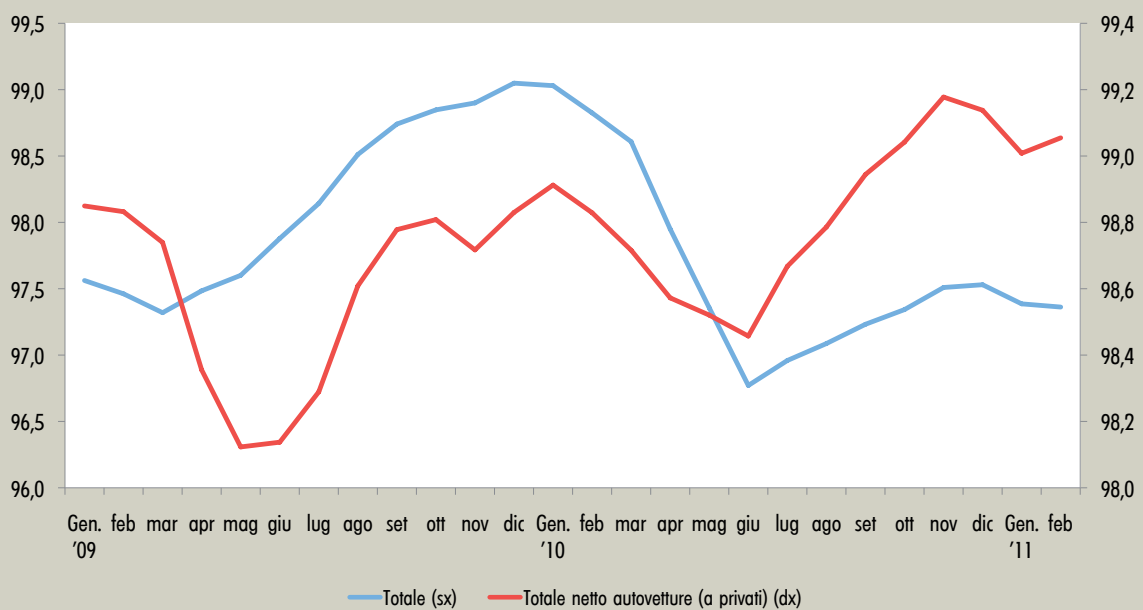
Il quadro congiunturale continua ad essere caratterizzato da una ripresa economica dai toni abbastanza contenuti ed altalenanti, con limitati effetti sul mercato del lavoro,

**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

<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.

situazione che continua a produrre un elevato grado di incertezza sulle prospettive a breve e medio termine dell'economia italiana e condiziona i comportamenti delle famiglie.

Questo contesto è confermato dal regresso registrato a marzo dal clima di fiducia delle famiglie, le quali ritengono possibile il permanere di difficoltà anche nei prossimi mesi.

Anche il clima di fiducia delle imprese mostra un andamento incerto. Nel mese di marzo, solo per le imprese

manfatturiere il sentiment rilevato dall'ISTAT segnala un miglioramento, a fronte di un regresso registrato presso gli operatori del commercio e dei servizi.

Il diverso atteggiamento degli operatori è sintesi di quanto accade sul versante produttivo. Secondo l'indagine rapida di Confindustria, la produzione industriale dovrebbe aver registrato a marzo un contenuto miglioramento (+0,4 rispetto a febbraio), tendenza che, stando agli ordini (+0,9% congiunturale), dovrebbe proseguire anche nei prossimi mesi.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2010	2010		2011		
	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Dic	Gen	Feb
<b>SERVIZI</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>	<b>1,8</b>	0,8	1,3	1,4
<b>BENI</b>	<b>-1,1</b>	<b>-1,9</b>	<b>-2,0</b>	-1,6	-3,7	-2,3
<b>TOTALE</b>	<b>-0,6</b>	<b>-1,2</b>	<b>-1,2</b>	-1,1	-2,4	-1,3
<b>TOTALE NETTO AUTOVETTURE</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,4</b>	-0,1	-0,4	0,9
Beni e servizi ricreativi	0,1	-1,0	-0,5	-2,0	-1,9	1,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,6	-0,1	0,1	-0,4	0,4	0,1
Beni e servizi per la mobilità	-8,4	-14,1	-16,0	-14,2	-16,3	-15,7
Beni e servizi per le comunicazioni	2,6	1,9	2,6	0,7	-0,3	3,8
Beni e servizi per la cura della persona	1,0	1,4	0,8	2,0	0,6	0,6
Abbigliamento e calzature	-0,4	0,7	-0,8	-1,5	2,6	1,1
Beni e servizi per la casa	0,5	0,3	0,9	1,6	-1,3	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,7	0,2	-0,7	-0,6	-1,9	-1,6

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

La dinamica tendenziale dell'ICC di febbraio riflette, in linea con quanto registrato nei mesi precedenti, una netta contrazione dei volumi acquistati dalle famiglie per i beni (-2,3%) ed un aumento della domanda di servizi (+1,4%). I prezzi dei beni e dei servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato un tasso di crescita più contenuto rispetto a quanto registrato a gennaio, determinato soprattutto dalla decisa riduzione dei prezzi, in termini tendenziali, registrata dall'abbigliamento, dalle calzature e dai servizi per le comunicazioni (tab. 3). È proseguita la fase di accelerazione dei prezzi per carburanti ed alimentari determinata dall'andamento delle materie prime.

La domanda per beni e servizi ricreativi ha mostrato, rispetto a febbraio 2010, un incremento dell'1,4%, a cui ha contribuito in larga parte il permanere di un trend espansivo per la componente relativa alle spese per giochi, lotterie e scommesse.

La spesa per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato una sostanziale stagnazione, con una variazione in termini reali dello 0,1%.

I consumi per beni e servizi per la mobilità hanno mostrato una netta diminuzione in termini tendenziali (-15,7%), come riflesso del calo della domanda di autovetture da parte dei privati.

Nel mese di febbraio la domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico ha registrato, rispetto all'analogo mese del 2010, una crescita di un certo rilievo (+3,8), andamento determinato dalla componente relativa ai beni.

I volumi acquistati dalle famiglie per beni e servizi per la cura della persona hanno mostrato un incremento dello 0,6%.

Gli articoli di abbigliamento e calzature hanno evidenziato un incremento dell'1,1%, confermando l'andamento positivo dei saldi, che ha comunque attenuato solo in minima parte la situazione di forte difficoltà in cui versa da tempo il settore. Infatti, per ottenere due variazioni positive dei volumi venduti - a gennaio e febbraio - le imprese della filiera hanno ridotto i prezzi di vendita, rispetto allo scorso anno, del 3,3% e del 4,0% nei suddetti mesi.

La domanda di beni e servizi per la casa ha mostrato a febbraio una sostanziale stagnazione (+0,1%).

Infine, per quanto concerne i consumi delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per febbraio segnala un ulteriore e deciso ridimensionamento (-1,6%).

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a febbraio un aumento dello 0,1% dell'ICC rispetto a gennaio. Nell'ultimo trimestre a media mobile l'indicatore segnala, al lordo della componente relativa alle autovetture, una sostanziale stazionarietà. Lievemente più favorevole risulta la dinamica dell'indicatore al netto delle auto, dato che non modifica il quadro d'insieme che continua a caratterizzarsi per una situazione di accentuata debolezza dei consumi (fig. 2).

Il contenuto miglioramento di febbraio è sintesi di una modesta crescita della domanda di beni (0,2%) e di una lieve flessione della componente relativa ai servizi (tab. 4).

Tra i diversi aggregati che compongono l'indicatore, solo per i beni e servizi ricreativi si registra un apprezzabile miglioramento (+1,2%). In contenuta crescita è risultata anche la domanda per la mobilità (+0,7%) legata ad un andamento meno negativo, rispetto ai mesi precedenti, degli acquisti di motocicli e di carburanti.

I consumi di abbigliamento e calzature hanno mostrato un regresso rispetto a gennaio, segnalando come il dato del mese precedente sia derivato da un concentrarsi degli acquisti nei primi giorni dei saldi e non derivi da una modifica nei comportamenti dei consumatori.

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

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

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, 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.