



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

10

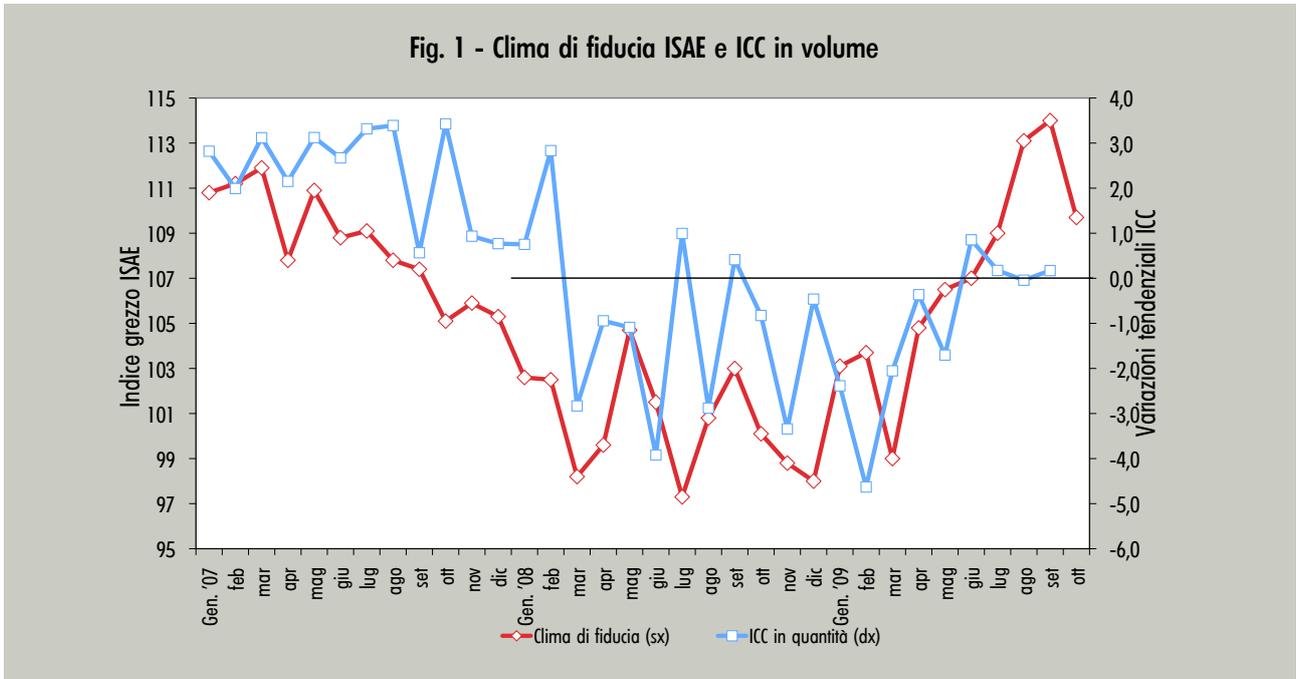
Ufficio Studi

novembre 2009, numero 10

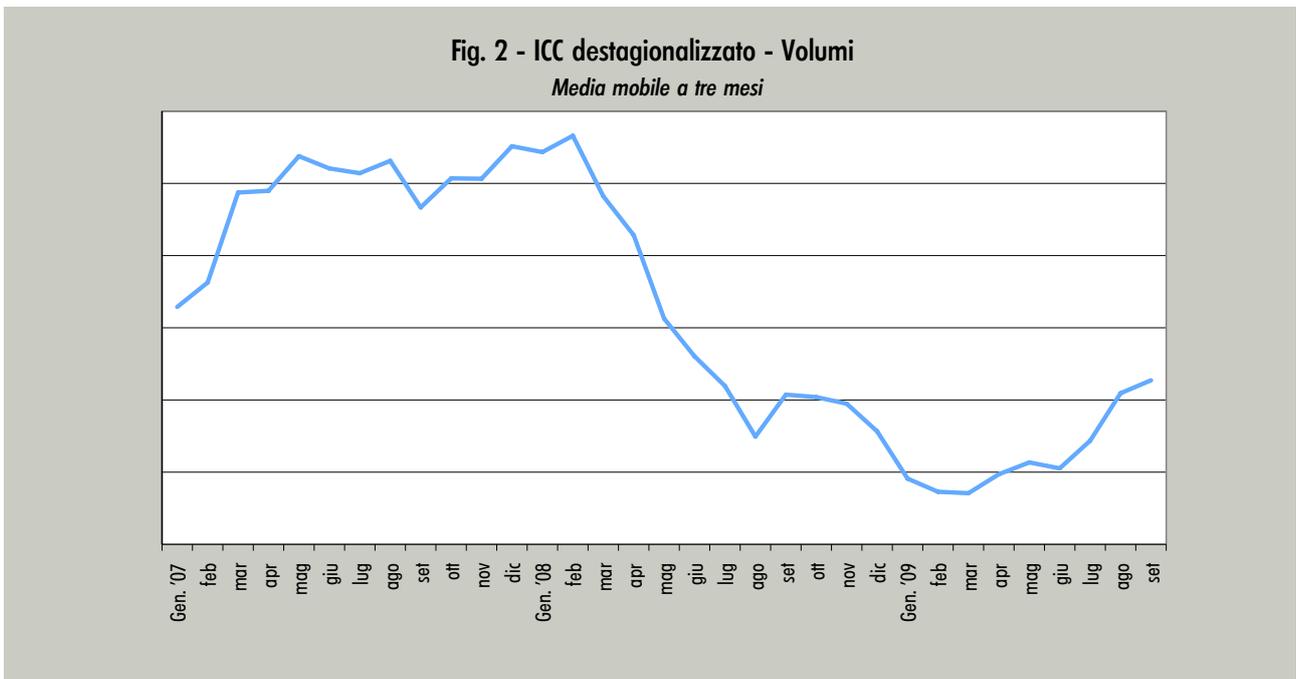
L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala settembre 2009 un aumento dello 0,2% in termini tendenziali¹ (tab. 2). Il dato, pur confermando il miglioramento in atto sul versante della domanda delle famiglie, evidenzia la debolezza e l'incertezza che caratterizza l'attuale fase congiunturale che, pur meno negativa rispetto alla prima parte dell'anno, non sembra ancora avviata su un sentiero di crescita robusta e consolidata.

A conferma di questa situazione si sottolinea come in termini congiunturali l'indicatore mostri una flessione dello 0,2%. Questa dinamica ha parzialmente attenuato la moderata tendenza al recupero dei volumi acquistati dalle famiglie in atto da aprile (fig. 2).

La presenza di un contesto contrassegnato da luci ed ombre si evidenzia anche nella flessione registrata ad ottobre dal clima di



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 sulle singole serie mensili che compongono l'ICC.

fiducia delle famiglie, la prima da aprile. Anche dal versante delle imprese emergono segnali non univoci: nel mese di ottobre le sole imprese manifatturiere segnalano un miglioramento del sentiment a fronte di un deterioramento del clima di fiducia, rilevato dall'ISAE, degli operatori del commercio e dei servizi.

La debolezza dell'attuale fase ciclica si evidenzia anche dall'andamento registrato dalla produzione industriale cresciuta nel mese di ottobre, secondo l'indagine rapida di Confindustria, soltanto dello 0,3% rispetto a settembre. Decisamente contenuto risulta anche il miglioramento sul versante dei nuovi ordini che registrano ad ottobre, sempre in termini congiunturali, un incremento dello 0,1%.

Il miglioramento mostrato a settembre dall'ICC, rispetto all'analogo mese del 2008, riflette essenzialmente l'incremento registrato dalla domanda relativa ai servizi, mentre per i beni permane, in linea con quanto rilevato nei mesi precedenti, una moderata tendenza alla diminuzione.

I prezzi dei beni e servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato, anche nel mese di settembre 2009, una tendenza al ridimensionamento (-0,5%) sintesi di un'ulteriore riduzione per i beni (-1,0%) e di un moderato aumento per i servizi (+0,4%); (tab. 3).

La domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato rispetto a settembre del 2008 una crescita dello 0,1%, dato decisamente

più contenuto rispetto a quanto riscontrato nel bimestre precedente in conseguenza del permanere di dinamiche negative per alcuni beni considerati nell'aggregato e dell'attenuarsi dei tassi di crescita dei concorsi e pronostici.

La domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato a settembre una flessione dello 0,9% rispetto all'analogo mese dello scorso anno, sottolineando come le difficoltà in cui versa da mesi questa componente della domanda non siano state ancora superate.

La dinamica della domanda relativa ai beni e servizi per la mobilità mostra nel mese di settembre una crescita sostenuta e pari all'8,8%. In linea con quanto registrato nei mesi precedenti il dato di settembre è da ascrivere in larga misura al sensibile aumento delle immatricolazioni di autovetture intestate a persone fisiche a cui si è associato un andamento positivo dei pedaggi ed una tendenza al ridimensionamento della flessione per i trasporti aerei. Va anche segnalato come anche in termini congiunturali il segmento evidenzia una dinamica positiva.

Il dato di settembre 2009 conferma il ridimensionamento della crescita della domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico (+1,8% tendenziale), a causa di un'evoluzione meno favorevole della domanda di alcuni beni e dei servizi.

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

	2008	2009					
	Anno	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Lug	Ago	Set
SERVIZI	2,2	-0,3	0,3	1,4	0,9	1,7	1,6
BENI	-0,5	-5,4	-1,6	-2,2	-2,4	-3,0	-1,2
TOTALE	0,2	-3,9	-1,0	-1,0	-1,4	-1,2	-0,4
Beni e servizi ricreativi	-1,3	-0,7	-0,1	1,4	1,3	1,9	1,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,0	-1,0	-0,8	-0,2	-0,9	0,5	-0,2
Beni e servizi per la mobilità	-2,9	-18,1	-4,2	-3,0	-3,5	-6,2	0,2
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,5	-2,7	-0,9	0,9	0,4	-0,3	2,6
Beni e servizi per la cura della persona	-0,4	-1,5	-0,7	-1,7	-2,7	-0,5	-1,8
Abbigliamento e calzature	-1,5	-3,3	-2,2	-2,7	-3,2	-3,5	-1,5
Beni e servizi per la casa	2,2	-0,9	-0,6	-1,5	-1,3	-1,6	-1,5
Alimentari, bevande e tabacchi	1,5	-2,5	0,2	-1,5	-1,4	-2,1	-0,9

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

La domanda per beni e servizi per la cura della persona ha mostrato una diminuzione in volume dello 0,6% rispetto all'analogo mese del 2008, confermando la tendenza al ridimensionamento dei volumi acquistati in atto ormai da alcuni mesi.

Gli acquisti di articoli d'abbigliamento e calzature evidenziano, anche nel mese di settembre, una flessione (-2,8%).

La domanda in quantità di beni e servizi per la casa ha segnalato un ulteriore decremento (-2,1% rispetto all'analogo mese del 2008), confermando, anche in questo caso, le difficoltà del comparto.

Infine, per quanto concerne la domanda delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per settembre 2009 segnala una contrazione del 2,1% dei volumi acquistati.

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

	2008	2009					
	Anno	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Lug	Ago	Set
SERVIZI	-0,2	-2,0	-0,8	1,6	1,2	2,2	1,2
BENI	-1,2	-3,4	-0,2	-0,5	-0,2	-1,2	-0,2
TOTALE	-0,9	-3,0	-0,4	0,1	0,2	0,0	0,2
Beni e servizi ricreativi	-3,8	-1,9	-1,2	0,7	0,6	1,5	0,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	-3,2	-2,2	-0,1	-0,7	1,1	-0,9
Beni e servizi per la mobilità	-9,4	-13,1	4,2	7,4	7,8	4,8	8,8
Beni e servizi per le comunicazioni	9,6	7,3	4,5	2,5	3,9	1,6	1,8
Beni e servizi per la cura della persona	2,4	-1,2	-0,6	-0,6	-1,9	1,0	-0,6
Abbigliamento e calzature	-2,7	-2,2	-3,4	-2,7	-2,5	-2,9	-2,8
Beni e servizi per la casa	-0,9	-3,3	-2,1	-2,2	-2,0	-2,4	-2,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,4	-5,9	-2,6	-2,9	-3,1	-3,5	-2,1

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

	2008	2009					
	Anno	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Lug	Ago	Set
SERVIZI	2,4	1,7	1,1	-0,1	-0,3	-0,5	0,4
BENI	0,8	-2,1	-1,3	-1,7	-2,2	-1,8	-1,0
TOTALE	1,2	-1,0	-0,6	-1,1	-1,5	-1,2	-0,5
Beni e servizi ricreativi	2,7	1,2	1,2	0,8	0,7	0,4	1,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,4	2,2	1,5	0,0	-0,2	-0,6	0,7
Beni e servizi per la mobilità	7,1	-5,7	-8,1	-9,7	-10,5	-10,5	-7,9
Beni e servizi per le comunicazioni	-9,9	-9,4	-5,2	-1,5	-3,3	-1,9	0,8
Beni e servizi per la cura della persona	-2,7	-0,3	-0,1	-1,2	-0,8	-1,5	-1,1
Abbigliamento e calzature	1,3	-0,8	1,3	0,1	-0,7	-0,6	1,4
Beni e servizi per la casa	3,1	2,5	1,5	0,7	0,7	0,9	0,6
Alimentari, bevande e tabacchi	5,2	3,7	2,9	1,5	1,8	1,5	1,2

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a settembre 2009 una flessione dell'ICC pari allo 0,2% rispetto ad agosto 2009 (tab.4).

La tendenza alla riduzione in termini congiunturali coinvolge quasi tutti i segmenti della domanda, con valori positivi solo per le componenti relative alla mobilità ed agli alimentari, bevande e tabacchi.

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

	2009								
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set
SERVIZI	-1,1	-0,1	-0,3	-0,4	1,1	-0,8	1,9	-0,4	0,1
BENI	-0,4	-0,4	1,3	0,0	-1,0	1,0	0,0	0,0	-0,3
TOTALE	-0,5	-0,3	0,9	-0,1	-0,5	0,5	0,5	-0,1	-0,2
Beni e servizi ricreativi	1,7	-1,5	0,4	0,0	1,2	-0,6	1,5	-0,1	-0,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-1,8	-0,5	-1,0	-0,4	1,3	-1,4	2,0	0,1	-0,7
Beni e servizi per la mobilità	-10,2	5,8	12,3	0,2	-2,8	2,4	-1,9	-2,5	3,5
Beni e servizi per le comunicazioni	1,6	0,0	-0,5	-1,1	-1,7	2,4	1,9	1,1	-2,0
Beni e servizi per la cura della persona	-0,2	-0,5	-0,1	-0,3	-0,3	0,9	0,1	0,4	-0,4
Abbigliamento e calzature	6,7	-6,8	-0,2	-0,3	-0,1	-0,3	-0,1	-0,5	-0,2
Beni e servizi per la casa	-0,1	-0,5	-0,4	0,6	-0,3	0,1	0,1	0,4	-0,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,3	-0,2	-0,8	0,2	-0,7	0,4	0,0	-0,4	0,2

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

PRODOTTI E SERVIZI CONSIDERATI

Beni e servizi ricreativi

Cinema, sport e altri spettacoli
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 2008 al 58,5% dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel 2008 al 66,8%. Per i servizi l'incidenza è del 33,7%, dato che sale al 44,9% escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di cui alla Contabilità Nazionale. Per i beni l'incidenza è dell'83,5%.

Tra il 2000 e il 2008 la variazione in quantità registrata dal paniere di beni e servizi utilizzati in **CONSUMI&PREZZI** è del 6,0% a fronte del 4,4% registrato dai consumi sul territorio secondo la Contabilità nazionale. Nell'ultimo biennio le variazioni sono risultate pari rispettivamente all'1,2% ed allo 0,1%.

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