



CONSUMI&PREZZI

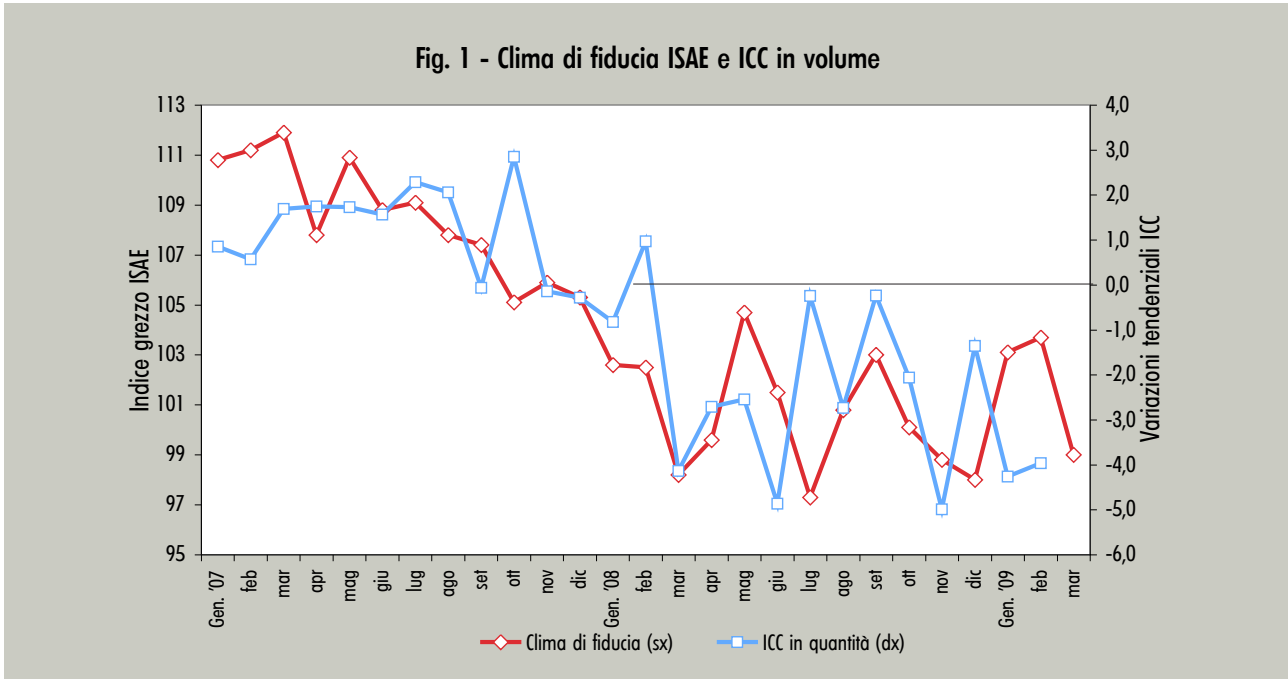
Congiuntura Confcommercio

4

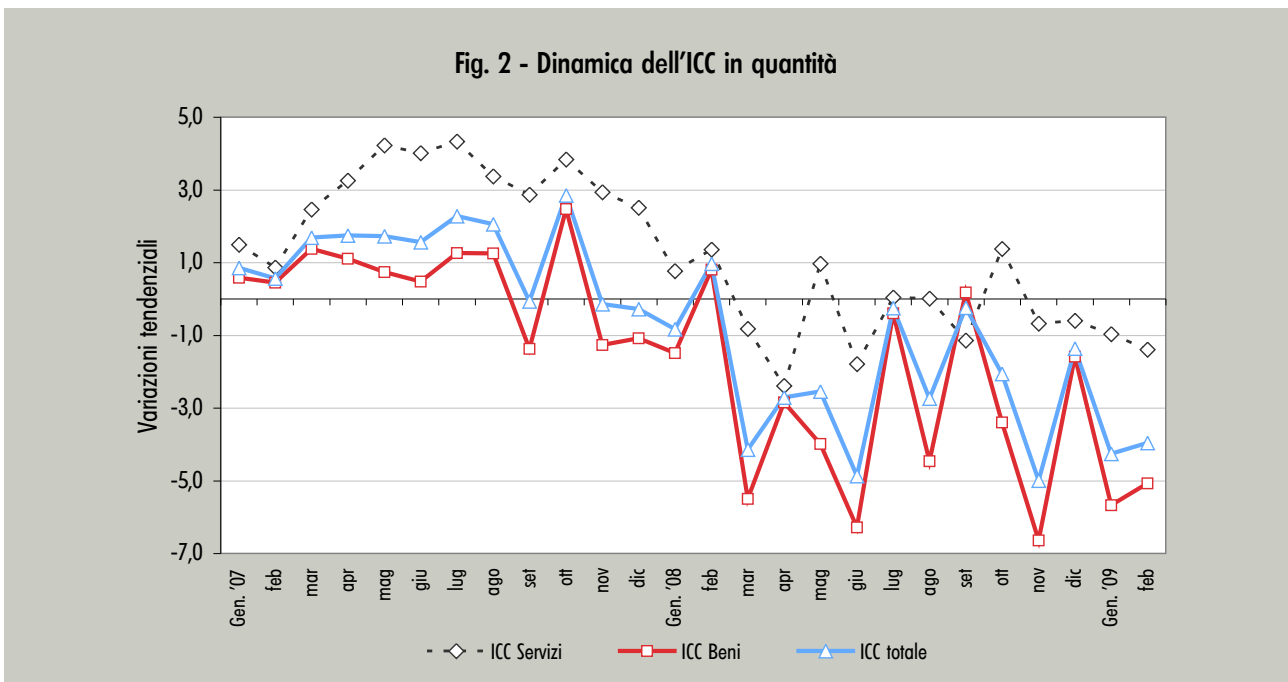
Ufficio Studi
aprile 2009, numero 4

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a febbraio 2009 una riduzione tendenziale del -4,0% in termini di quantità, dato sostanzialmente in linea con quanto registrato a gennaio¹, confermando come la fase critica per i consumi non si sia ancora esaurita. Il dato dell'ultimo mese risulta peraltro

significativamente peggiore rispetto a quanto registrato nello stesso periodo del 2008 (+1,0%, TAB. 2). In linea con queste dinamiche a marzo il clima di fiducia delle famiglie è tornato a scendere, dopo un bimestre caratterizzato da un moderato recupero.



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

¹ Il dato di gennaio è stato rivisto al -4,3% a fronte del -4,6% indicato nel numero precedente. 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.

Particolarmente pesanti continuano a risultare gli effetti della riduzione della domanda interna ed estera sulla produzione industriale. Stando all'indagine rapida di Confindustria a marzo 2009, si è segnalata una ulteriore contrazione della produzione industriale (-2,7% in termini congiunturali) e degli ordinativi (-6,6% la variazione rispetto al mese precedente).

Il dato di febbraio dell'ICC è sintesi di una flessione particolarmente accentuata della domanda relativa ai beni (-5,1%), a cui si è continuata ad associare una riduzione della domanda per i servizi (-1,4%) (FIG. 2, TAB. 2).

La dinamica dei prezzi al consumo, relativa al paniere dei beni e servizi che compongono l'ICC ha evidenziato nel mese di febbraio una moderata tendenza all'aumento (+0,6% su base annua rispetto al +0,3% di gennaio), imputabile all'arrestarsi della fase riflessiva dei prezzi nel settore dei beni e servizi per la cura della persona (TAB. 3).

In termini reali, il dato di febbraio riflette il permanere di una situazione particolarmente negativa per la domanda relativa al settore della mobilità a cui si sono associate evoluzioni negative per quasi tutte le componenti considerate, ad esclusione delle comunicazioni (comprehensive dell'ICT domestico) che evidenziano un sensibile rallentamento nel trend di sviluppo (TAB. 2).

Dopo la moderata crescita registrata a gennaio, la domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato a febbraio 2009 una diminuzione dell'1,6%. All'interno di questo aggregato la

componente più dinamica continua a risultare quella relativa ai concorsi a pronostici.

La stima per febbraio 2009 della domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio mostra una flessione dei consumi delle famiglie (-1,9% in termini tendenziali), proseguendo in un trend negativo che permane ormai da alcuni mesi e che riflette sia la minore domanda degli italiani che la minore presenza dei turisti stranieri.

Anche a febbraio 2009 la dinamica della domanda relativa ai beni e servizi per la mobilità ha mostrato una decisa tendenza alla diminuzione (-16,4% rispetto all'analogo mese dello scorso anno). Questo andamento continua a riflettere sia la riduzione delle vendite di automobili e motocicli a persone fisiche, trend che dovrebbe interrompersi a breve con il pieno esplicarsi degli effetti degli incentivi, sia la forte concorrenza esercitata sul trasporto aereo dal trasporto ferroviario (del quale l'ICC non tiene conto per mancanza di dati sul traffico ferroviario di passeggeri).

Il dato di febbraio 2009, pur confermando il permanere di una dinamica positiva della domanda relativa ai beni e servizi per le comunicazioni, con una variazione in termini reali del +3,7%, evidenzia una sensibile tendenza al rallentamento, che sembra derivare essenzialmente dalla componente relativa ai servizi.

Anche la domanda relativa ai beni e servizi per la cura della persona, che era risultata nei mesi precedenti una delle poche voci con un'intonazione positiva, ha registrato a febbraio 2009

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

	2007		2008			2009		
	Anno	Anno	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	3,9	2,1	1,2	2,3	2,8	2,0	1,0	0,6
BENI	1,3	-0,7	-1,4	1,5	-3,0	-1,6	-6,2	-5,2
TOTALE	2,1	0,2	-0,6	1,8	-1,4	-0,7	-3,9	-3,4
Beni e servizi ricreativi	-1,0	-1,1	-3,2	-0,3	0,9	-2,9	1,5	-0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	4,9	2,0	1,0	1,6	1,6	2,4	0,8	0,3
Beni e servizi per la mobilità	3,8	-2,8	-1,9	3,3	-11,9	-9,7	-28,1	-20,7
Beni e servizi per le comunicazioni	1,8	-1,7	-1,7	-1,4	-1,5	-1,3	-0,2	-1,6
Beni e servizi per la cura della persona	0,6	-0,6	-0,7	0,6	-1,7	-1,2	1,1	0,0
Abbigliamento e calzature	0,7	-1,7	-3,2	-0,6	-2,8	-2,4	1,7	-1,2
Beni e servizi per la casa	1,8	1,8	1,1	3,7	0,7	0,3	1,2	0,6
Alimentari, bevande e tabacchi	1,2	1,2	0,1	2,5	0,5	2,3	0,2	-1,0

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

una contenuta diminuzione (-0,1%). Tale evoluzione è derivata da un peggioramento della domanda per gli articoli di profumeria a cui si è associata una stagnazione dei consumi per prodotti farmaceutici e terapeutici.

Dopo la stagnazione registrata a gennaio 2009 gli acquisti di articoli d'abbigliamento e calzature hanno mostrato a febbraio un'ulteriore tendenza alla riduzione (-2,6% rispetto all'analogo mese dello scorso anno), confermando lo stato di forte difficoltà del settore.

Anche a febbraio la domanda di beni e servizi per la casa ha subito una flessione delle quantità vendute (-2,2%) rispetto allo stesso mese dello scorso anno. All'interno di questo aggregato elementi di difficoltà continuano a caratterizzare il settore dei mobili che sconta ormai da tempo un ridimensionamento dei consumi.

Infine, per quanto concerne la domanda delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per febbraio 2009 segnala una sensibile contrazione dei volumi

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

	2007	2008	2009					
	Anno	Anno	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	3,1	-0,3	-1,1	-0,3	0,1	-0,6	-1,0	-1,4
BENI	0,4	-3,0	-4,4	-1,4	-3,7	-1,6	-5,7	-5,1
TOTALE	1,2	-2,2	-3,4	-1,0	-2,7	-1,4	-4,3	-4,0
Beni e servizi ricreativi	-3,7	-3,5	-6,2	-2,8	-1,0	-4,5	0,4	-1,6
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,1	-0,4	-1,3	-0,2	-1,0	-0,2	-1,5	-1,9
Beni e servizi per la mobilità	2,9	-9,4	-9,7	-7,3	-13,3	-5,8	-24,8	-16,4
Beni e servizi per le comunicazioni	12,9	6,9	3,8	8,3	8,3	8,8	7,0	3,7
Beni e servizi per la cura della persona	3,4	2,1	2,4	3,4	0,6	1,0	2,1	-0,1
Abbigliamento e calzature	-1,0	-3,3	-4,8	-2,3	-4,3	-3,9	0,1	-2,6
Beni e servizi per la casa	-0,7	-1,9	-2,4	-0,9	-3,3	-3,4	-1,6	-2,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-1,8	-3,8	-5,0	-3,3	-4,0	-2,1	-3,4	-4,5

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

	2007	2008	2009					
	Anno	Anno	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	0,8	2,4	2,3	2,7	2,7	2,6	2,0	2,0
BENI	0,8	2,4	3,2	2,9	0,8	0,0	-0,5	-0,2
TOTALE	0,9	2,4	2,9	2,9	1,4	0,7	0,3	0,6
Beni e servizi ricreativi	2,8	2,6	3,1	2,6	1,9	1,7	1,1	1,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,7	2,4	2,4	1,9	2,6	2,5	2,3	2,3
Beni e servizi per la mobilità	1,0	7,3	8,7	12,0	1,2	-4,1	-4,4	-5,1
Beni e servizi per le comunicazioni	-9,9	-7,9	-5,3	-8,9	-8,9	-9,3	-6,7	-5,1
Beni e servizi per la cura della persona	-2,7	-2,7	-3,1	-2,7	-2,2	-2,1	-1,0	0,1
Abbigliamento e calzature	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,5	1,6	1,5
Beni e servizi per la casa	2,5	3,8	3,6	4,6	4,1	3,8	2,9	2,9
Alimentari, bevande e tabacchi	3,1	5,2	5,4	6,0	4,8	4,6	3,7	3,7

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

acquistati dalle famiglie, proseguendo lungo un trend negativo che permane ormai da oltre un anno.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici segnalano a febbraio una crescita dello 0,6% dell'ICC rispetto al mese precedente (TAB. 4)². Da segnalare come l'incremento registrato nell'ultimo mese rifletta essenzialmente il miglioramento registrato dal comparto relativo ai beni e servizi per la mobilità derivante dal normalizzarsi di alcune situazioni nel trasporto aereo e dall'avvio degli incentivi all'acquisto di autovetture. Relativamente agli altri aggregati si evidenzia il permanere di

una fase congiunturale negativa per i beni e servizi ricreativi (-1,6% rispetto al gennaio) e, sia pure in tono minore rispetto al mese precedente, per i servizi ricettivi e di ristorazione. Da segnalare come l'aggregato alimentari, bevande e tabacchi registri anche a febbraio una moderata crescita.

5

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

	2008			2009				
	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	0,3	-0,4	0,0	2,2	-0,6	0,3	-1,2	-0,2
BENI	0,7	-1,0	1,3	-1,2	-1,3	1,3	-1,8	0,9
TOTALE	0,6	-0,8	0,9	-0,2	-1,1	1,0	-1,6	0,6
Beni e servizi ricreativi	1,6	0,0	-0,1	7,1	-5,0	-1,7	-0,2	-1,6
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,2	-1,2	0,0	0,1	0,2	2,1	-1,7	-0,1
Beni e servizi per la mobilità	0,1	-5,4	7,0	-3,5	-3,7	6,5	-11,5	6,2
Beni e servizi per le comunicazioni	1,4	1,2	1,9	0,6	-1,6	-0,2	1,5	-0,5
Beni e servizi per la cura della persona	-0,1	0,3	-0,5	-0,2	0,4	-0,2	0,8	0,0
Abbigliamento e calzature	0,4	-0,7	-0,3	-0,8	-0,3	-0,3	0,6	-0,2
Beni e servizi per la casa	0,3	0,5	-0,4	-1,3	-0,3	-0,3	0,2	0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	-0,4	-0,1	-0,8	-0,1	0,4	-0,7	0,3

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 5 (5 maggio 2009)

² Il dato di gennaio è stato rivisto al -1,6% a fronte del -0,9% indicato nel numero precedente.

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

FONTE: ISTAT, UNRAE, MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, AISCAT, ASSAEREOPORTI, TERNA, SITA, FIT, SIAE, ANCMA

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 **2007** al **53,5%** dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel **2007**, al **60,9%**. Per i servizi l'incidenza è del **34%**, dato che sale al **45,2%** escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di cui alla Contabilità Nazionale. Per i beni l'incidenza è del **72,4%**.

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.

Il dato relativo al mese di riferimento è stato ottenuto attraverso una specifica modellizzazione ARIMA per ciascuna delle 30 serie mensili che compongono l'indicatore ICC ed è quindi da considerarsi provvisorio. Le stime sono state effettuate impiegando la procedura TRAMO tenendo in considerazione la specifica stagionalità che caratterizza le spese per consumi (effetti di calendario ed effetto Pasqua) nonché la presenza di eventuali valori anomali (eventi eccezionali, errori di misura, ecc).

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. Le serie in correnti valori sono destagionalizzate con la procedura TRAMO-SEATS. Gli aggregati in quantità (valori a prezzi costanti) sono ottenuti per semplice somma delle serie elementari ciascuna deflazionata con l'apposito NIC.

Con l'obiettivo di migliorare la qualità di **CONSUMI&PREZZI** come strumento di analisi congiunturale a partire dai prossimi numeri verrà inserita una sezione dedicata alla previsione di breve periodo degli aggregati considerati utilizzando un modello di previsione ARIMAX.

Informazioni:

Ufficio Studi Confcommercio

Tel. 06.5866294 Telefax 06.5836757 e-mail: l.patrignani@confcommercio.it