



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

7

Ufficio Studi

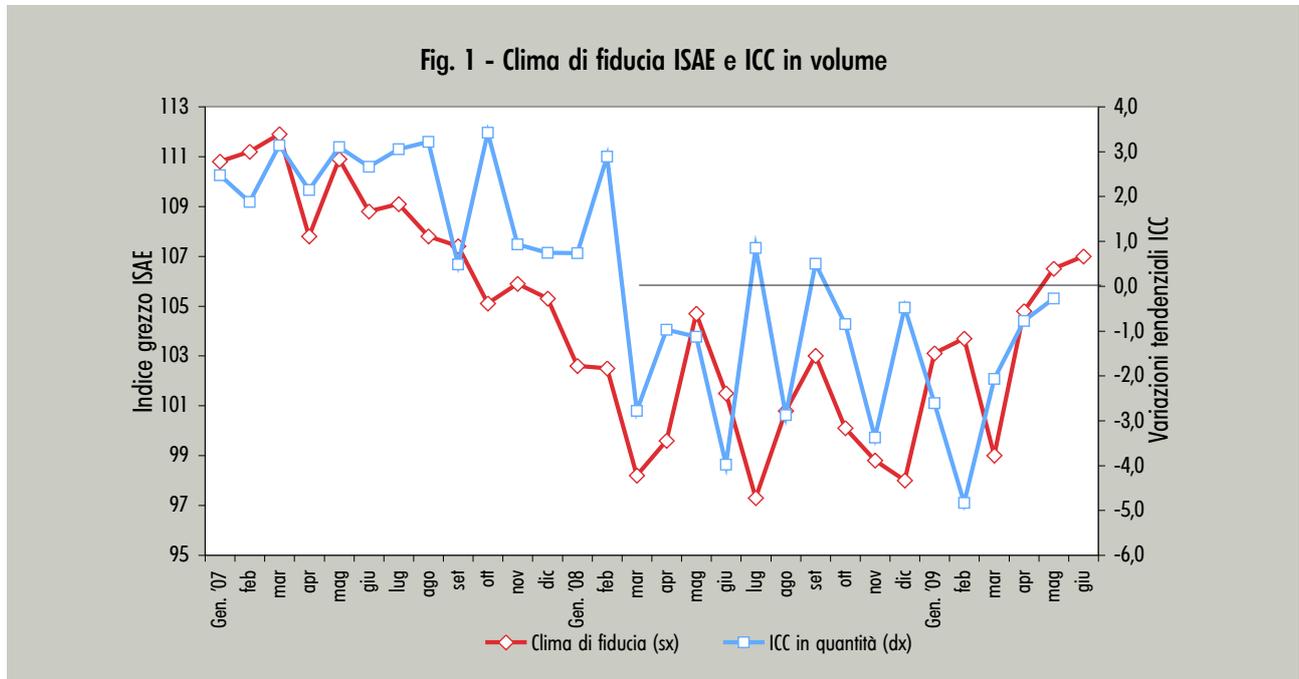
Luglio 2009, numero 7

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a maggio 2009 una riduzione dello 0,3% in termini tendenziali¹ (TAB. 2) ed un decremento congiunturale dello 0,2%.

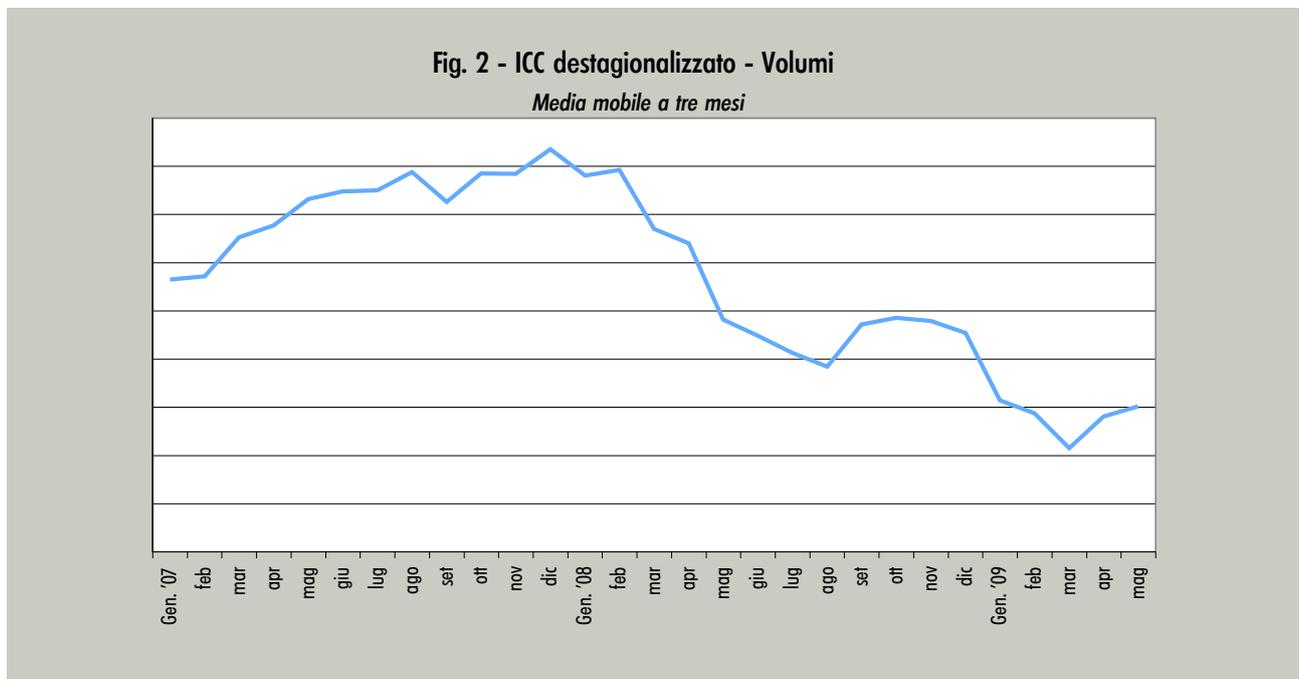
Il quadro di insieme pur evidenziando il permanere di una situazione non favorevole comincia a mostrare elementi,

concordi tra di loro, del superamento della fase più negativa del ciclo anche se non emergono ancora con chiarezza segnali di una adeguata ripresa della domanda e dell'attività produttiva interna.

Nel valutare questi dati è, peraltro, necessario usare estrema



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

cautela, in quanto potrebbe trattarsi di rimbalzi tecnici che non preludono ad un vero e proprio riavvio del sistema.

In questo senso va letto l'andamento della media mobile a tre mesi dei volumi di beni e servizi compresi nell'ICC che segnala da marzo una inversione della tendenza. Il miglioramento, di dimensioni non particolarmente accentuate, non mostra con sufficiente chiarezza se si tratti di tentativi di recupero da parte delle famiglie di livelli di consumo destinati ad arrestarsi nel breve periodo in assenza di risorse adeguate, o se sia il preludio ad una fase decisamente più positiva della domanda (FIG. 2).

Segnali di un contesto meno negativo rispetto ai mesi finali del 2008 e all'inizio del 2009 sembrano provenire anche dalle indagini relative al clima di fiducia delle famiglie, che mostra, nel mese di giugno, una ulteriore e moderata crescita. Va segnalato che a questo dato si è associato, a giugno, un contenuto miglioramento del clima di fiducia anche sul versante delle imprese manifatturiere e del commercio.

Il superamento della fase più negativa della crisi sembra confermata dall'indagine rapida di Confindustria di giugno 2009. La produzione industriale ha registrato una crescita dello 0,3% in termini congiunturali a cui si è associato anche un contenuto incremento degli ordinativi (+0,5%).

La contenuta riduzione registrata a maggio dall'ICC riflette una modesta riduzione della domanda sia per i beni che per i servizi. Solo per la mobilità e le comunicazioni il dato dell'ultimo mese mostra un miglioramento rispetto a maggio 2008 (TAB. 2).

La dinamica dei prezzi al consumo, relativa al paniere dei beni e servizi che compongono l'ICC, ha evidenziato anche nel mese maggio 2009 una contenuta flessione (-0,3%), evoluzione che ha interessato in misura esclusiva i beni (TAB. 3).

A maggio 2009 la domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato, una moderata tendenza al ridimensionamento delle dinamiche negative (-0,8%) determinata da andamenti positivi della componente relativa ai giochi pubblici ed all'acquisto di cd e di supporti per la registrazione di suoni e immagini.

La stima per maggio 2009 della domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio mostra, dopo il modesto rimbalzo di aprile dovuto allo sfasamento del periodo pasquale rispetto al 2008, una flessione dei consumi delle famiglie (-1,2% in termini tendenziali) confermando il permanere di un trend negativo per questo segmento dei consumi delle famiglie.

A maggio 2009 la dinamica della domanda relativa ai beni e servizi per la mobilità ha mostrato, dopo l'arretramento di aprile, una tendenza al miglioramento in conseguenza di un andamento favorevole della domanda di autovetture da parte di persone fisiche.

Il dato di maggio 2009, pur segnalando il permanere di una dinamica positiva per la domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico, conferma la tendenza al ridimensionamento dei tassi di crescita scesi da valori superiori al 10% della fine del 2008 al 2,5% dell'ultimo mese. A tale andamento ha contribuito sia una minor dinamicità della

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

	2008			2009		
	Anno	III Trim.	IV Trim.	I Trim.	Apr	Mag
SERVIZI	2,4	2,2	3,0	-0,1	2,3	0,8
BENI	-0,6	0,9	-3,0	-5,3	-2,1	-1,1
TOTALE	0,2	1,3	-1,5	-3,9	-0,9	-0,5
Beni e servizi ricreativi	-0,8	-0,9	0,2	-1,4	-0,4	0,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,0	1,2	2,0	-0,4	2,3	0,3
Beni e servizi per la mobilità	-2,9	2,9	-11,8	-18,1	-6,4	-7,2
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,5	-1,5	-2,9	-2,3	-0,6	-0,5
Beni e servizi per la cura della persona	-0,4	1,1	-1,5	-1,5	-2,3	2,3
Abbigliamento e calzature	-1,5	-1,1	-2,7	-3,3	-2,4	-0,3
Beni e servizi per la casa	1,9	3,2	0,5	-1,4	-2,3	-0,5
Alimentari, bevande e tabacchi	1,5	2,1	-0,1	-1,9	2,4	1,7

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

domanda di beni, che la flessione della componente relativa ai servizi.

La domanda per beni e servizi per la cura della persona ha mostrato a maggio 2009, dopo un periodo non particolarmente favorevole, un modesto miglioramento (+2,1%), conseguenza della ripresa dei consumi di articoli farmaceutici e terapeutici. Gli acquisti di articoli d'abbigliamento e calzature evidenziano anche a maggio una flessione (1,5%), dato che seppure meno negativo rispetto a quanto registrato nei mesi più recenti

sottolinea il permanere di uno stato di difficoltà del settore.

A maggio la domanda di beni e servizi per la casa ha subito un'ulteriore flessione delle quantità vendute (-2,1% in termini tendenziali). Il decremento sia pure di intensità meno elevata rispetto a quanto registrato negli ultimi mesi, conferma il persistere di una situazione critica per tutti i segmenti considerati nell'aggregato inclusi gli elettrodomestici.

Infine, per quanto concerne la domanda delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per

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

	2008		2009			
	Anno	III Trim.	IV Trim.	I Trim.	Apr	Mag
SERVIZI	0,0	-0,5	0,2	-1,7	0,6	-0,3
BENI	-1,3	-0,4	-1,9	-3,6	-1,3	-0,3
TOTALE	-1,0	-0,5	-1,4	-3,2	-0,8	-0,3
Beni e servizi ricreativi	-3,3	-3,6	-1,7	-2,6	-1,8	-0,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	-0,7	-0,6	-2,5	0,4	-1,2
Beni e servizi per la mobilità	-9,3	-7,6	-13,1	-13,1	-0,2	1,2
Beni e servizi per le comunicazioni	9,6	10,3	10,2	7,6	5,8	2,5
Beni e servizi per la cura della persona	2,4	4,1	0,8	-1,2	-2,4	2,1
Abbigliamento e calzature	-3,1	-2,8	-4,2	-4,7	-3,7	-1,5
Beni e servizi per la casa	-1,1	-0,5	-2,6	-3,9	-4,2	-2,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,4	-3,7	-4,6	-5,4	-0,8	-1,3

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

	2008		2009			
	Anno	III Trim.	IV Trim.	I Trim.	Apr	Mag
SERVIZI	2,4	2,7	2,8	1,7	1,6	1,1
BENI	0,8	1,3	-1,0	-1,8	-0,9	-0,8
TOTALE	1,3	1,8	0,0	-0,7	-0,1	-0,3
Beni e servizi ricreativi	2,7	2,7	2,0	1,2	1,4	1,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,4	1,9	2,6	2,2	1,9	1,5
Beni e servizi per la mobilità	7,1	11,9	1,2	-5,7	-6,2	-8,3
Beni e servizi per le comunicazioni	-9,9	-10,7	-11,8	-9,2	-6,1	-2,9
Beni e servizi per la cura della persona	-2,7	-3,0	-2,3	-0,3	0,0	0,1
Abbigliamento e calzature	1,6	1,7	1,6	1,5	1,3	1,3
Beni e servizi per la casa	3,1	3,7	3,3	2,6	2,0	1,7
Alimentari, bevande e tabacchi	5,2	6,0	4,8	3,8	3,2	3,1

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

maggio2009 segnala un'ulteriore contrazione dei volumi acquistati (-1,3%).

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici segnalano a maggio 2009 un decremento dell'ICC dello 0,2% rispetto al mese precedente (TAB.4). Il deterioramento è da ascrivere in misura particolarmente significativa alla componente relativa ai beni che segnala una flessione rispetto ad aprile dello 0,8%. Dall'analisi per macrocategorie di spesa emerge, nel mese di maggio, una significativa riduzione in termini congiunturali della domanda per beni e servizi per la mobilità (-3,3%),

conseguenza di una attenuazione della spinta proveniente dagli incentivi.

Tra gli altri segmenti della domanda si segnala la contenuta crescita, per il secondo mese consecutivo, della spesa relativa ad alimentari, bevande e tabacchi, tendenza che non ha comunque permesso di recuperare quanto perso nei mesi più recenti.

5

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

	2008				2009				
	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag
SERVIZI	0,2	1,9	-0,5	0,5	-1,8	0,0	-0,1	-1,0	1,5
BENI	1,9	-1,1	-1,4	1,4	-2,0	0,6	0,7	0,3	-0,8
TOTALE	1,4	-0,3	-1,2	1,2	-2,0	0,5	0,5	0,0	-0,2
Beni e servizi ricreativi	0,0	4,0	-2,2	-1,7	-0,1	-1,8	-0,5	-0,1	0,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,0	0,1	0,3	2,1	-2,7	0,2	0,1	-1,7	2,5
Beni e servizi per la mobilità	10,0	-3,9	-4,6	10,4	-16,6	10,8	7,9	2,8	-3,3
Beni e servizi per le comunicazioni	2,7	0,3	-1,7	-0,3	1,8	0,0	-0,6	-1,0	-1,9
Beni e servizi per la cura della persona	0,9	-0,2	-1,1	0,9	0,1	-2,0	0,8	-0,1	-0,5
Abbigliamento e calzature	-0,6	-0,4	-0,3	-0,4	0,3	-0,4	-0,5	-0,1	0,5
Beni e servizi per la casa	-0,2	-1,3	-0,3	-0,2	-0,5	-0,7	-0,3	0,4	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	0,1	-0,6	-0,3	0,1	0,3	-0,4	-1,0	0,3	0,4

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.

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