



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

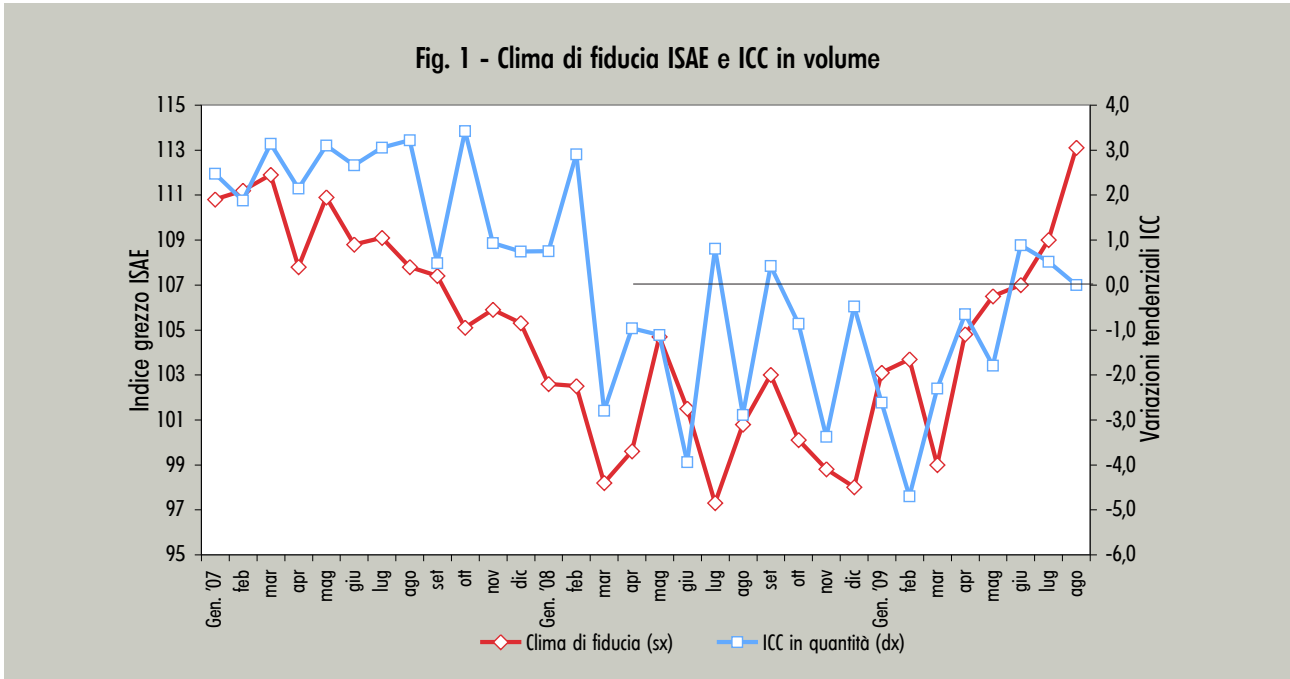
8

Ufficio Studi

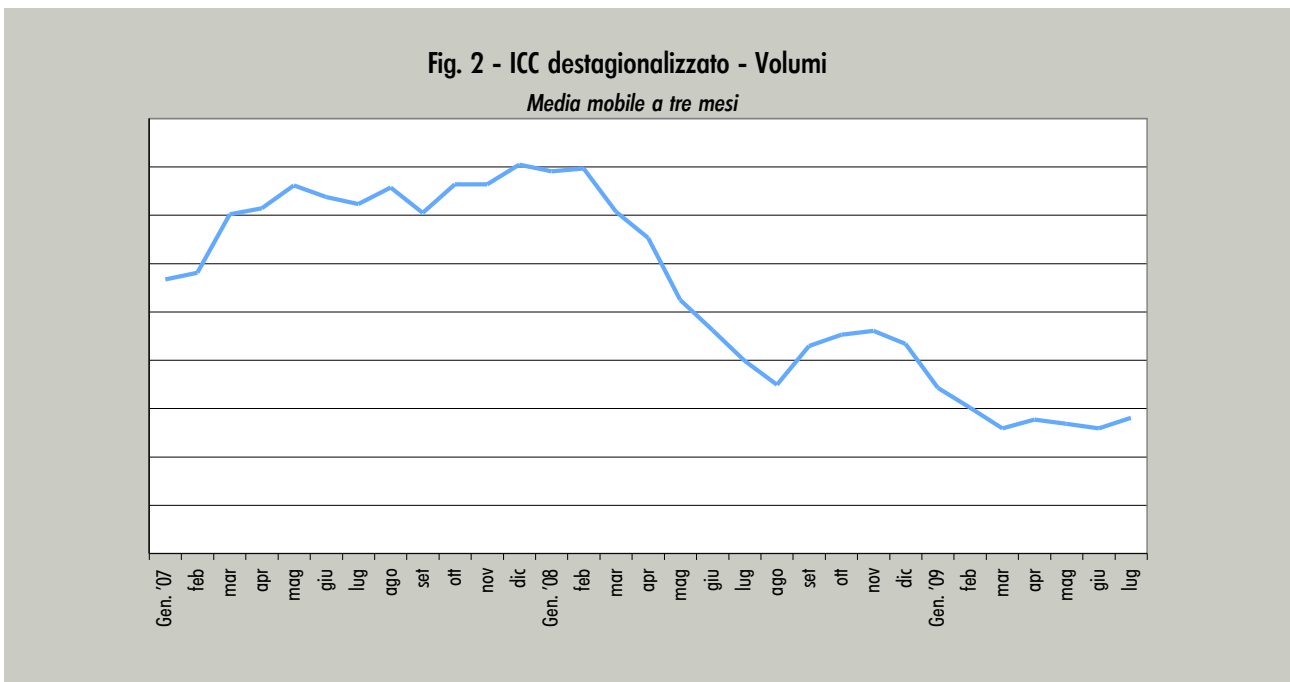
settembre 2009, numero 8

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a luglio 2009 un incremento dello 0,5% in termini tendenziali¹ (TAB. 2) e dello 0,2% rispetto a giugno. Anche i dati, relativi a giugno sono positivi. È importante rilevare, per la prima volta dopo un anno e mezzo, la presenza di due variazioni positive

consecutive sia nel confronto con gli analoghi periodi del 2008 sia in termini congiunturali. Questo elemento, associato ad altre informazioni, sembra confermare il superamento della fase più negativa del ciclo e l'inizio di un periodo di stabilizzazione o debole crescita. Appare



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.

comunque prematuro intravedere in questi segnali l'inizio di una fase di crescita robusta, in considerazione tanto dell'esiguità degli impulsi registrati quanto dal permanere di elementi congiunturali contraddittori.

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 aprile, una moderata inversione della tendenza (Fig. 2).

Segnali di miglioramento continuano a provenire anche dalle indagini relative al clima di fiducia delle famiglie che mostra, nel mese di agosto, un'ulteriore crescita, riportandosi sui livelli di inizio 2007. Va segnalato che a questo dato si è associato, sempre ad agosto, un contenuto miglioramento del clima di fiducia anche sul versante delle imprese manifatturiere e dei servizi, mentre per il commercio si è riscontrato un arretramento. Elementi di stabilizzazione del ciclo economico, sia pure non univoci, sembrano provenire dai risultati dell'indagine rapida di Confindustria di luglio 2009. La produzione industriale ha registrato una crescita nulla in termini congiunturali a cui si è associato un contenuto decremento degli ordinativi (-0,5%).

Il miglioramento mostrato a luglio dall'ICC, rispetto all'analogo mese del 2008, riflette una crescita della domanda sia per i beni che per i servizi. Questa evoluzione è stata determinata in misura quasi esclusiva dalla dinamiche registrate dai consumi relativi ai beni e servizi per la mobilità e le comunicazioni.

I prezzi relativi al paniere dei beni e servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato, anche nel mese di luglio 2009, una

significativa tendenza al ridimensionamento (-1,6%), evoluzione che pur interessando in misura molto accentuata i beni (-2,3%) ha riguardato anche i servizi (-0,3%) (TAB. 3).

La domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato, dopo un lungo periodo di progressive riduzioni, una moderata tendenza alla crescita (+0,4%) determinata da andamenti positivi della componente relativa ai giochi pubblici, ai servizi ricreativi e all'acquisto di cd e di supporti per la registrazione di suoni e immagini.

La domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio mostra, anche nell'ultimo mese, una diminuzione in termini tendenziali (-0,9%), confermando il permanere di un trend negativo per questo segmento dei consumi delle famiglie.

La dinamica della domanda relativa ai beni e servizi per la mobilità ha confermato la tendenza al miglioramento, conseguenza del permanere di un andamento favorevole della domanda di autovetture da parte di persone fisiche e di un attenuarsi delle dinamiche negative per gli altri segmenti che compongono l'aggregato. Tuttavia, nel complesso, la positiva dinamica del dato grezzo è risultata insufficiente a generare una variazione congiunturale positiva, se si tiene conto dei fattori stagionali.

Il dato di luglio 2009, pur confermando il permanere di una dinamica positiva per la domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico, evidenzia una tendenza al ridimensionamento dei tassi di crescita, determinata in larga parte da una minore dinamicità della componente relativa ai servizi.

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

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

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

La domanda per beni e servizi per la cura della persona ha mostrato, dopo il modesto incremento di giugno, una moderata contrazione, fenomeno che sembra caratterizzare questa prima parte del 2009 dopo un lungo periodo di crescita.

Gli acquisti di articoli d'abbigliamento e calzature evidenziano una flessione (-2,6%), segnalando come i saldi estivi non siano riusciti a rivitalizzare un segmento ormai da tempo in difficoltà. La domanda in quantità di beni e servizi per la casa ha segnalato un ulteriore decremento (-0,4 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 luglio 2009 segnala una contrazione del 3,1% dei volumi acquistati. Questa evidenza è uno degli elementi che obbligano alla massima cautela nell'interpretazione dei dati, certamente positivi, del bimestre giugno-luglio 2009.

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

	2008		2009			
	Anno	IV Trim.	I Trim.	II Trim.	Giu	Lug
SERVIZI	-0,2	0,0	-1,8	-0,5	-0,6	0,9
BENI	-1,2	-1,9	-3,7	-0,5	1,5	0,4
TOTALE	-1,0	-1,5	-3,2	-0,5	0,9	0,5
Beni e servizi ricreativi	-3,8	-2,0	-2,0	-1,3	-0,6	0,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	-0,6	-3,1	-1,9	-2,1	-0,9
Beni e servizi per la mobilità	-9,4	-13,1	-13,0	4,2	11,6	7,3
Beni e servizi per le comunicazioni	9,6	10,2	7,6	4,9	6,2	5,4
Beni e servizi per la cura della persona	2,4	0,8	-1,2	-0,6	0,7	-1,7
Abbigliamento e calzature	-3,1	-4,2	-4,7	-3,3	-2,9	-2,6
Beni e servizi per la casa	-0,9	-2,4	-3,3	-2,1	-1,4	-0,8
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,4	-4,6	-6,2	-3,8	-3,5	-3,1

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

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

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a luglio 2009 un incremento dell'ICC pari allo 0,2% rispetto a giugno 2009 (TAB.4). Il miglioramento ha interessato in misura più significativa i servizi (+0,6% rispetto a giugno) rispetto ai beni. Anche nel mese di giugno l'ICC nel complesso ha mostrato una variazione congiunturale positiva (+0,6%).

Dall'analisi per macrocategorie di spesa emerge un andamento negativo per il solo segmento relativo alla domanda per beni e servizi per la mobilità (-2,4%), conseguenza di un ridimensionamento congiunturale per tutti i prodotti che compongono l'aggregato.

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

	2008		2009						
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug
SERVIZI	-0,4	0,2	-1,4	-0,3	-0,6	-0,7	1,3	-0,5	0,6
BENI	-1,0	0,8	-1,0	-0,1	1,1	0,0	-1,2	1,0	0,1
TOTALE	-0,8	0,6	-1,1	-0,1	0,6	-0,2	-0,5	0,6	0,2
Beni e servizi ricreativi	-2,2	-2,5	0,8	-2,1	-0,2	-0,2	0,5	-0,5	0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,3	1,6	-1,9	-0,6	-1,2	-1,1	2,1	-0,9	1,1
Beni e servizi per la mobilità	-2,3	7,5	-10,7	5,6	11,8	0,3	-3,1	2,1	-2,4
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,7	-0,3	1,7	0,1	-0,5	-1,0	-1,7	2,4	1,3
Beni e servizi per la cura della persona	-0,7	0,4	-0,1	-1,7	0,7	-0,2	-1,4	1,8	0,1
Abbigliamento e calzature	0,0	-0,6	0,2	-0,9	0,0	-0,5	0,2	-0,6	0,1
Beni e servizi per la casa	-0,3	-0,2	-0,1	-0,5	-0,3	0,6	-0,3	0,2	0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,3	-0,1	0,0	-0,5	-2,2	0,2	-0,5	0,2	0,3

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