



**CONFCOMMERCIO**

IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

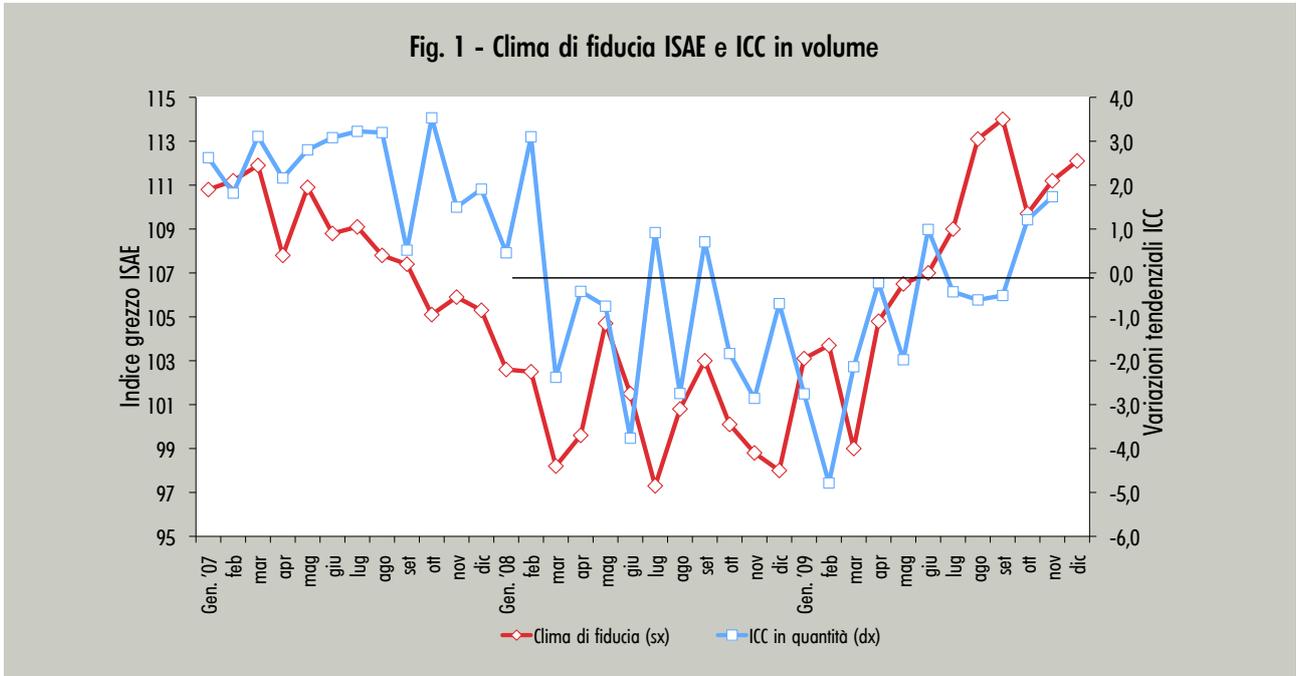
# 1

Ufficio Studi

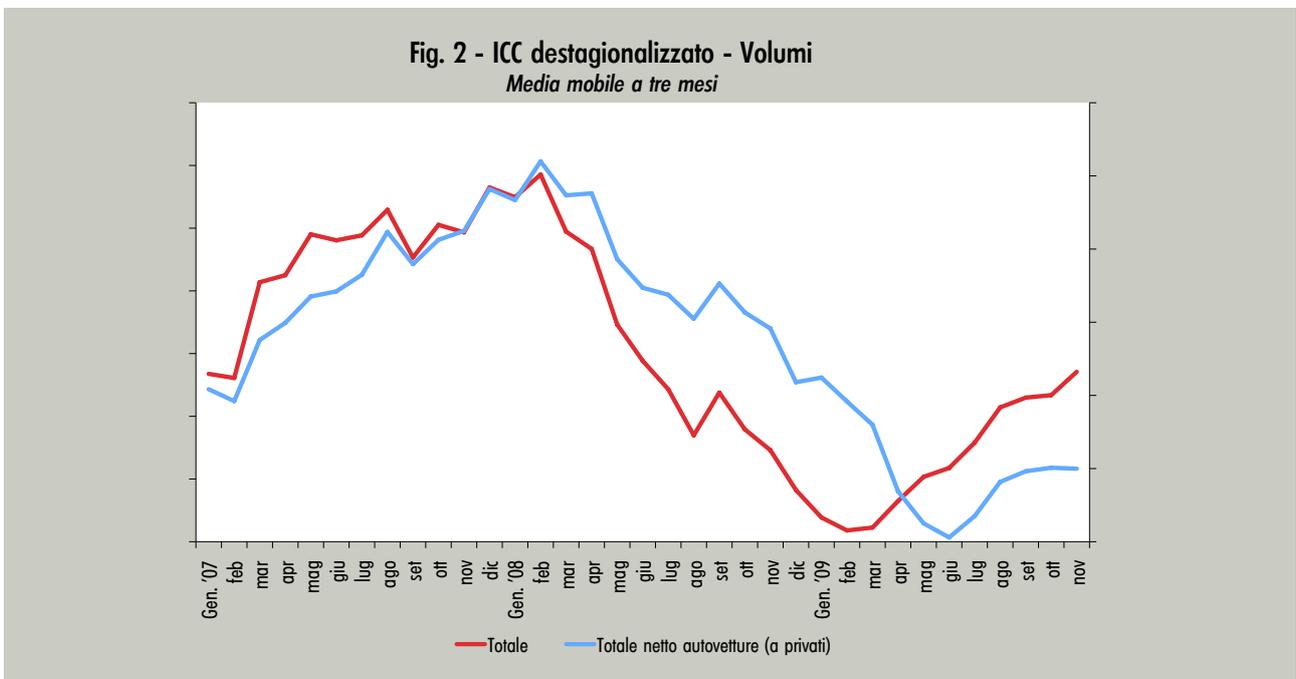
gennaio 2010, numero 1

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a novembre 2009 un aumento dell'1,7% in termini tendenziali<sup>1</sup> (tab. 2). Il dato, che segue l'incremento dell'1,2% del mese di ottobre, sembra confermare l'avvio di una fase di più solida ripresa del consumo da parte delle famiglie. La tendenza al miglioramento appare più evidente se si guarda alle variazioni

congiunturali (tab. 4). A novembre, infatti, l'indicatore segnala un incremento dello 0,3%, che si innesta su un trend di moderato, ma continuo, miglioramento del profilo della spesa reale, fenomeno che comincia nel secondo trimestre dell'anno (come evidenziato dalla media mobile a tre mesi; fig. 2). Al netto della componente relativa alle autovetture vendute a privati la



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio



Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

<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 sulle singole serie mensili che compongono l'ICC. Le serie pubblicate in questo numero differiscono da quelle diffuse in precedenza in seguito alla revisione effettuata dall'Istat per gli indici delle vendite che costituiscono parte del set informativo su cui si basa l'ICC.

tendenza al recupero appare, però, decisamente più contenuta e spostata di un trimestre (fig. 2).

Il quadro economico generale continua, peraltro, ad essere caratterizzato da alcuni elementi critici, soprattutto sul versante del mercato del lavoro. Ciò porta ad ipotizzare una fase di recupero dell'economia molto contenuta anche nei prossimi mesi.

L'incertezza sulle modalità e l'entità dell'uscita dalla fase recessiva trovano riscontro anche nel clima di fiducia delle famiglie e delle imprese rilevato dall'ISAE. A fronte di un progressivo miglioramento del sentiment delle famiglie e degli operatori del manifatturiero, nel mese di dicembre il clima di fiducia degli imprenditori del terziario (commercio e servizi) evidenzia un modesto arretramento.

Tra gli elementi che confermano come il nostro Paese stia uscendo dalla recessione in misura graduale vi sono i risultati dell'indagine rapida di Confindustria che segnala, a dicembre, un incremento della produzione industriale rispetto al mese precedente dello 0,2% (+1,4% a novembre). La tendenza al miglioramento dei livelli produttivi dovrebbe proseguire, sia pure a ritmi non particolarmente elevati, anche nei primi mesi del 2010, in considerazione di un incremento dei nuovi ordini nell'ultimo mese del 2009 dello 0,4% rispetto al mese precedente (+0,7% a novembre).

Il miglioramento mostrato a novembre dall'ICC, rispetto all'analogo mese del 2008, riflette un incremento dei volumi acquistati dalle famiglie sia per i beni che per i servizi.

I prezzi dei beni e servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato a novembre 2009, dopo 12 mesi di continua tendenza alla riduzione, una modesta crescita (+0,4%). Il dato riflette, oltre agli effetti statistici derivanti dal confronto con un periodo di forte decelerazione dell'inflazione, anche la progressiva tendenza all'aumento dei prezzi dei servizi (tab. 3). La domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato, rispetto a novembre del 2008, una diminuzione dell'1,1%, in linea con la dinamica registrata negli ultimi mesi. All'interno di questo aggregato la componente più espansiva continua ad essere rappresentata dalla spesa sostenuta dalle famiglie per i concorsi a pronostici.

La domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato, a novembre, una flessione dello 0,4% rispetto all'analogo mese dello scorso anno. La tendenza alla riduzione sembra interessare in misura più sensibile i servizi di ristorazione.

Anche a novembre 2009 la componente più dinamica della domanda delle famiglie è stata quella relativa ai beni e servizi per la mobilità, con un incremento, rispetto allo scorso anno, del 22,8%. L'aumento registrato nell'ultimo mese riflette, oltre al

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

	2008	2009					
	ANNO	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Set	Ott	Nov
<b>SERVIZI</b>	<b>2,4</b>	-0,5	0,2	0,0	0,7	0,9	1,9
<b>BENI</b>	<b>-0,5</b>	-5,5	-1,6	-2,1	-1,3	1,0	2,3
<b>TOTALE</b>	<b>0,3</b>	-4,1	-1,1	-1,4	-0,7	1,0	2,2
Beni e servizi ricreativi	<b>-0,2</b>	-1,1	-0,5	1,0	-0,5	-0,1	0,0
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	<b>2,0</b>	-1,1	-0,6	-1,2	0,1	0,8	1,1
Beni e servizi per la mobilità	<b>-2,9</b>	-18,2	-4,4	-3,0	0,3	4,2	20,8
Beni e servizi per le comunicazioni	<b>-1,4</b>	-3,0	-0,8	-2,4	-1,6	-0,3	-1,8
Beni e servizi per la cura della persona	<b>-0,3</b>	-1,5	-1,0	-0,9	0,0	1,3	1,0
Abbigliamento e calzature	<b>-1,7</b>	-3,3	-2,2	-3,9	-4,7	0,8	-0,9
Beni e servizi per la casa	<b>1,8</b>	-0,8	-0,7	-1,2	-0,9	0,9	-0,7
Alimentari, bevande e tabacchi	<b>1,7</b>	-2,9	0,3	-1,2	-0,6	0,3	0,5

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

deciso incremento della spesa per autovetture intestate a persone fisiche e motocicli, conseguenza anche dell'approssimarsi della fine degli incentivi, una decisa ripresa della domanda per i trasporti aerei.

Il dato di novembre 2009 evidenzia un ulteriore ridimensionamento della domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico (-0,5% tendenziale), sintesi

di una diminuzione dei volumi acquistati dalle famiglie per quasi tutti i beni e servizi considerati nell'aggregato.

La domanda per beni e servizi per la cura della persona ha mostrato una crescita in volume 2,1% rispetto a novembre del 2008. Il dato continua a riflettere essenzialmente l'aumento degli acquisti per i prodotti e gli articoli farmaceutici.

Gli acquisti di articoli d'abbigliamento e calzature sono tornati

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

	2008	2009					
	ANNO	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Set	Ott	Nov
<b>SERVIZI</b>	<b>0,0</b>	-2,1	-0,8	0,0	0,2	-0,2	0,5
<b>BENI</b>	<b>-1,2</b>	-3,6	-0,2	-0,7	-0,8	1,7	2,1
<b>TOTALE</b>	<b>-0,9</b>	-3,2	-0,4	-0,5	-0,5	1,2	1,7
Beni e servizi ricreativi	<b>-3,1</b>	-2,4	-1,6	0,2	-1,4	-0,9	-1,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	<b>-0,4</b>	-3,3	-2,0	-1,2	-0,6	-0,5	-0,4
Beni e servizi per la mobilità	<b>-9,4</b>	-13,1	4,1	7,4	9,0	11,8	22,8
Beni e servizi per le comunicazioni	<b>9,9</b>	6,6	4,7	-0,6	-2,7	-0,4	-0,5
Beni e servizi per la cura della persona	<b>2,5</b>	-1,1	-0,8	0,4	1,2	2,1	2,1
Abbigliamento e calzature	<b>-2,8</b>	-2,3	-3,4	-3,9	-6,0	0,0	-1,8
Beni e servizi per la casa	<b>-1,3</b>	-3,1	-2,1	-2,0	-1,6	0,7	-0,9
Alimentari, bevande e tabacchi	<b>-3,3</b>	-6,3	-2,5	-2,7	-1,8	-0,7	-0,5

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

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

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

a registrare, dopo la stasi di ottobre, una tendenza alla riduzione (-1,8%). Il dato, seppure meno negativo rispetto a quanto registrato nei periodi precedenti, conferma come il settore non sia ancora uscito dalla fase di profonda crisi che attraversa ormai da mesi.

La domanda in quantità di beni e servizi per la casa ha segnalato, dopo il modesto rimbalzo di ottobre, un ulteriore decremento (-0,9% rispetto a novembre del 2008),

confermando, anche in questo caso, la situazione critica del comparto. Unico elemento positivo continua ad essere rappresentato dagli elettrodomestici e tv sulla cui domanda sta incidendo il progressivo passaggio al digitale terrestre.

Infine, per quanto concerne la domanda delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per novembre 2009 segnala una contrazione dello 0,5% dei volumi acquistati.

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a novembre 2009 un incremento dell'ICC dello 0,3% rispetto ad ottobre (tab.4).

La tendenza alla crescita in termini congiunturali sembra interessare in misura più significativa i servizi rispetto ai beni. Gli incrementi più rilevanti hanno riguardato, anche in termini congiunturali, la componente della domanda relativa ai beni e

servizi per la mobilità, con variazioni particolarmente accentuate per le automobili e i trasporti aerei.

Da segnalare come per l'alimentare le bevande ed i tabacchi la contenuta diminuzione registrata nell'ultimo mese, dopo un bimestre lievemente positivo, conferma le difficoltà per questo segmento di tornare su dinamiche di crescita più robuste.

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

	2009											
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	
<b>SERVIZI</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,9</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,9</b>	<b>-0,8</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,9</b>	
<b>BENI</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,6</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>1,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	
<b>TOTALE</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	
Beni e servizi ricreativi	1,9	-1,3	0,4	0,0	1,4	-0,4	1,9	-0,9	-1,0	-0,2	-0,4	
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-2,1	-0,5	-1,1	-0,4	1,4	-0,5	0,5	0,2	0,2	0,3	0,8	
Beni e servizi per la mobilità	-11,2	6,4	13,1	0,9	-2,4	2,9	-1,1	-3,4	4,8	-0,3	2,5	
Beni e servizi per le comunicazioni	1,0	0,2	-0,6	-1,1	-1,9	2,0	1,1	0,8	-1,8	0,7	0,3	
Beni e servizi per la cura della persona	0,4	-2,0	1,0	0,0	-0,5	1,4	-0,1	1,4	-0,3	0,3	0,0	
Abbigliamento e calzature	7,9	-7,7	0,0	-0,6	0,2	-0,4	0,2	-0,5	-0,5	0,5	-0,3	
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,1	-0,3	0,4	-0,3	0,0	0,1	0,4	-0,4	0,0	-0,4	
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,4	-0,1	-0,7	0,2	-0,7	0,4	0,0	-0,2	0,3	0,0	-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, 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 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