



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

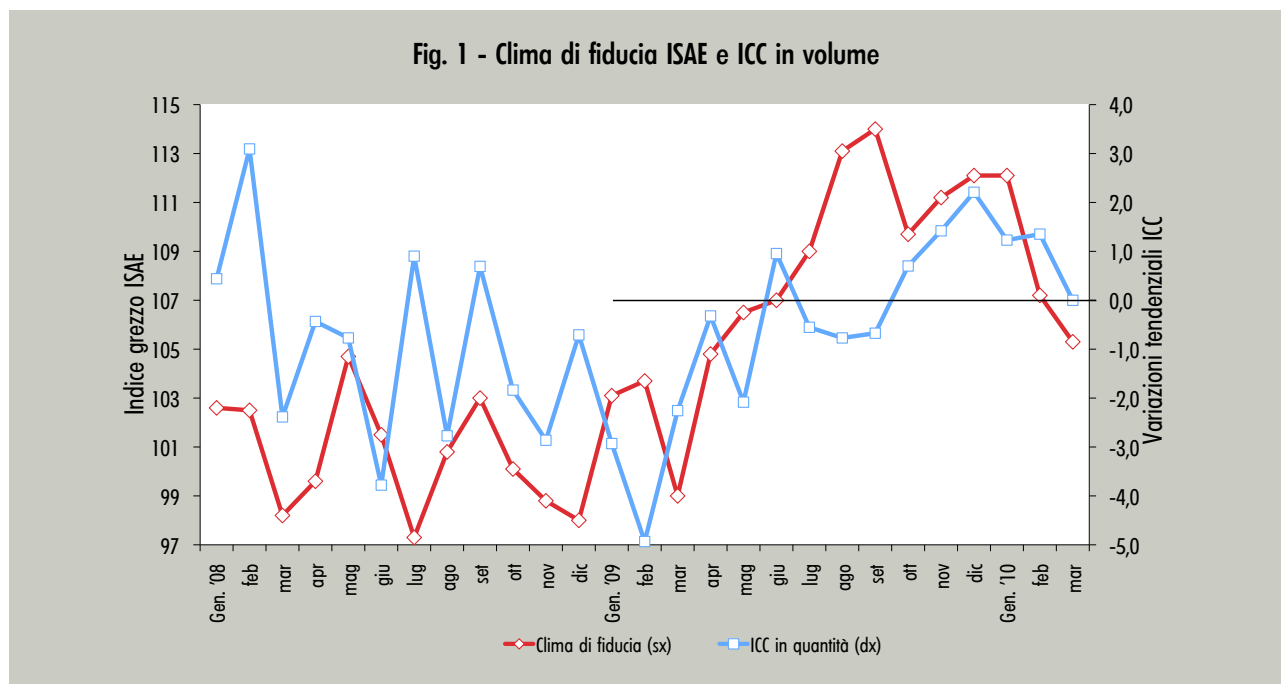
4

Ufficio Studi

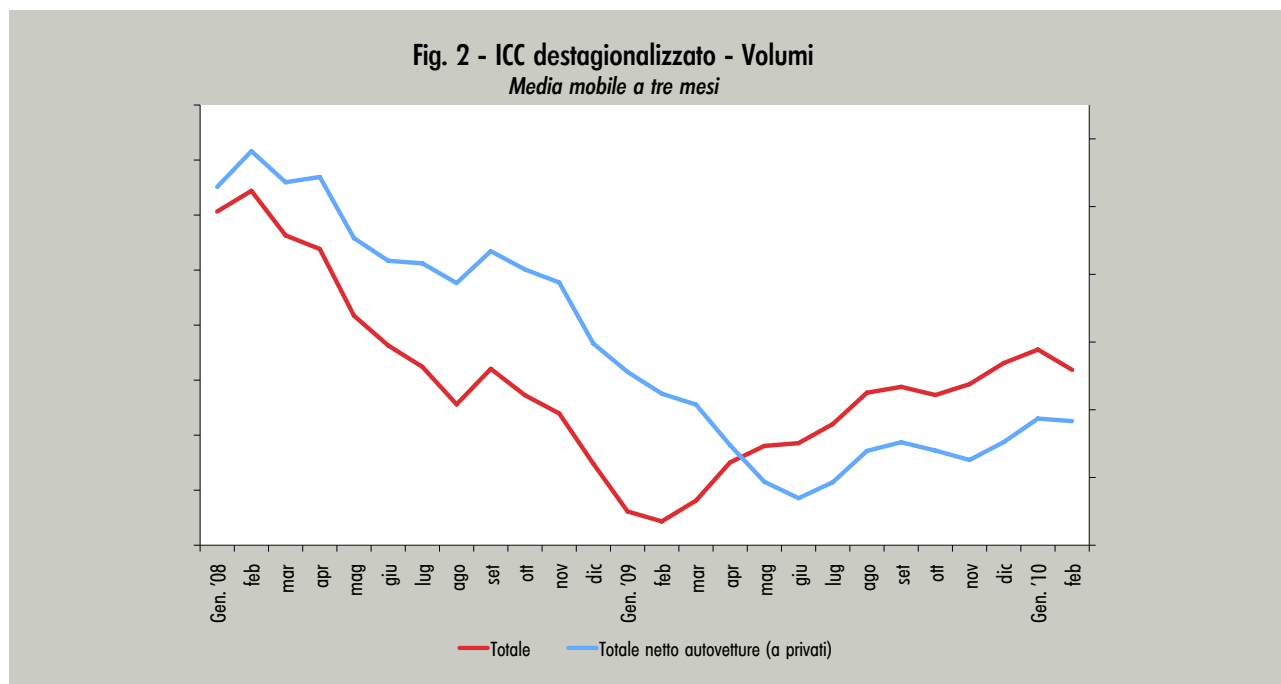
aprile 2010, numero 4

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a febbraio 2010 un aumento dell'1,4% in termini tendenziali¹ ed una flessione dello 0,5% rispetto a gennaio 2010 (tabb. 2 e 4). Il miglioramento su base annua continua ad essere condizionato dalle dinamiche relative alla mobilità, al netto delle autovetture si registra una flessione dello 0,4%, e dal confronto con un

periodo particolarmente negativo della domanda. La riduzione registrata in termini congiunturali, la seconda consecutiva, sembra indicare come le famiglie, dopo il tentativo di recupero attuato nella seconda parte del 2009, abbiano difficoltà a mantenere un profilo di crescita della domanda atto a garantire il ritorno sui livelli di consumo pre-crisi (fig. 2).



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.

Le incertezze che caratterizzano il comportamento delle famiglie, legate alle preoccupazioni sulle dinamiche del mercato del lavoro, emergono anche dall'andamento del clima di fiducia rilevato dall'ISAE che registra, a marzo 2010, un deterioramento. Più articolata appare la situazione sul versante del sentiment delle imprese. A marzo a fronte di un miglioramento del clima di fiducia degli operatori delle aziende manifatturiere e del commercio, gli imprenditori dei servizi segnalano un peggioramento.

Tra gli elementi positivi che emergono in questa prima parte dell'anno, e che potrebbero contribuire a migliorare il quadro generale, vi è la moderata ripresa dell'attività produttiva: l'indagine rapida di Confindustria indica, a marzo 2010, un incremento congiunturale della produzione industriale dell'1,3%, in miglioramento rispetto al -0,6% di febbraio. Questa tendenza dovrebbe proseguire, stando agli ordinativi, anche nei prossimi mesi.

L'incremento mostrato a febbraio dall'ICC, rispetto all'analogo mese dello scorso anno, riflette un aumento dei volumi acquistati dalle famiglie sia per i beni (+1,3%) che per i servizi (+1,6%).

I prezzi dei beni e servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato, a febbraio 2010, una modesta crescita (+0,6%). Il dato riflette la progressiva tendenza all'aumento dei prezzi dei servizi a cui si è associato un moderato incremento dei beni, al cui interno continuano a risultare in decisa crescita i prezzi dei carburanti (tab. 3).

La domanda per beni e servizi ricreativi ha registrato, rispetto a febbraio del 2009, un aumento dell'1,1%. Variazioni positive si continuano a registrare, all'interno di quest'aggregato, per la componente relativa ai concorsi a pronostico, favorita anche da un continuo ampliamento dell'offerta, e per i prodotti audio-visivi.

La domanda per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato, a febbraio, una flessione dello 0,6% rispetto allo stesso mese dello scorso anno, nonostante il moderato miglioramento registrato sul versante del turismo invernale.

In linea con quanto si registra ormai da mesi anche a febbraio 2010 la componente più dinamica della domanda delle famiglie è stata quella relativa ai beni e servizi per la mobilità, con un incremento rispetto allo stesso mese dello scorso anno del 14,3%. Questo andamento continua ad essere determinato dall'accresciuta domanda per autovetture da parte di persone fisiche (anche se le prospettive a breve appaiono molto negative), e dal progressivo recupero della spesa per i trasporti aerei.

Il dato di febbraio evidenzia un miglioramento della domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico (+1,2% tendenziale). A questa dinamica ha contribuito essenzialmente il moderato recupero dei volumi della componente relativa ai servizi, mentre per i beni si è registrata una stazionarietà negli acquisti.

La domanda per beni e servizi per la cura della persona ha mostrato, a febbraio, una crescita dello 0,7% rispetto all'analogo mese del 2009, dinamica determinata in larga

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

	2008		2009		2010		
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	2,4	-0,2	-0,4	0,7	1,9	2,9	2,5
BENI	-0,4	-1,7	-2,1	1,6	2,1	1,5	1,7
TOTALE	0,3	-1,3	-1,5	1,4	2,1	2,0	2,0
Beni e servizi ricreativi	-0,2	0,4	1,5	1,1	2,4	1,0	1,9
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,9	-1,2	-1,7	-0,1	0,2	0,5	0,9
Beni e servizi per la mobilità	-2,9	-4,0	-2,8	12,7	14,9	26,0	18,5
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,4	-2,0	-3,6	-0,8	1,5	1,9	1,1
Beni e servizi per la cura della persona	-0,3	-0,7	-0,9	0,4	-0,6	-2,4	-0,3
Abbigliamento e calzature	-1,7	-2,5	-3,9	-1,0	-0,7	-1,2	-2,2
Beni e servizi per la casa	2,0	-0,3	-1,2	0,5	1,1	-1,7	-0,6
Alimentari, bevande e tabacchi	1,7	-0,9	-1,3	-0,1	1,1	-3,4	-1,9

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

parte dall'andamento registrato dai prodotti farmaceutici e terapeutici.

Gli articoli di abbigliamento e calzature hanno mostrato, a febbraio 2010 una riduzione dei volumi acquistati dalle famiglie dell'1,5%. Questo dato associato alla flessione dell'1,3% di gennaio conferma le difficoltà del settore di recuperare livelli di domanda anche nel periodo dei saldi. Va sottolineato, inoltre, come i dati definitivi delle vendite pubblicati

dall'Istat abbiano rivisto in negativo il dato di dicembre che secondo le prime stime aveva indicato un modesto recupero della domanda.

Nel mese di febbraio la domanda di beni e servizi per la casa è risultata in linea con i volumi dello scorso anno. All'interno di questo aggregato permane una dinamica positiva solo per gli acquisti di elettrodomestici e TV, sia pure con valori più contenuti rispetto alla parte finale del 2009.

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

	2008	2009	2010				
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	-0,1	-1,1	-0,5	-0,5	0,7	1,9	1,6
BENI	-1,2	-0,5	-0,7	2,1	2,6	1,0	1,3
TOTALE	-0,9	-0,7	-0,7	1,5	2,2	1,2	1,4
Beni e servizi ricreativi	-3,1	-0,7	0,6	-0,1	0,8	-0,5	1,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	-2,3	-1,7	-1,6	-1,3	-1,2	-0,6
Beni e servizi per la mobilità	-9,3	2,7	7,6	15,8	13,0	21,6	14,3
Beni e servizi per le comunicazioni	9,9	2,9	-1,2	2,3	6,3	2,8	1,2
Beni e servizi per la cura della persona	2,5	0,0	0,4	1,4	0,1	-2,2	0,7
Abbigliamento e calzature	-2,8	-2,8	-3,9	-1,8	-1,5	-1,3	-1,5
Beni e servizi per la casa	-1,3	-1,8	-2,1	0,4	1,1	-1,3	0,0
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,3	-3,1	-2,7	-1,1	-0,1	-4,4	-2,5

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

	2008	2009	2010				
	ANNO	ANNO	III Trim.	IV Trim.	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	2,4	1,0	0,1	1,3	1,1	1,0	0,9
BENI	0,9	-1,2	-1,3	-0,5	-0,4	0,6	0,5
TOTALE	1,3	-0,6	-0,9	-0,1	-0,1	0,7	0,6
Beni e servizi ricreativi	3,0	1,1	0,8	1,1	1,5	1,6	0,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,4	1,3	0,0	1,5	1,5	1,7	1,5
Beni e servizi per la mobilità	7,1	-6,6	-9,6	-2,4	1,7	3,6	3,7
Beni e servizi per le comunicazioni	-10,0	-4,9	-2,4	-2,6	-4,5	-0,9	-0,1
Beni e servizi per la cura della persona	-2,7	-0,7	-1,2	-1,0	-0,7	-0,2	-1,1
Abbigliamento e calzature	1,3	0,4	0,1	0,8	0,8	0,2	-0,7
Beni e servizi per la casa	3,4	1,5	0,9	0,1	0,0	-0,4	-0,6
Alimentari, bevande e tabacchi	5,2	2,2	1,5	1,0	1,2	1,1	0,6

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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

febbraio segnala una contrazione dello 2,5% dei volumi acquistati.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a febbraio 2010 una flessione dell'ICC rispetto al mese precedente dello 0,5%, confermando le difficoltà già emerse a gennaio (tab. 4).

Il dato è sintesi di una diminuzione sia per la componente relativa ai servizi che per i beni. Va sottolineato, comunque, come la diminuzione dell'ultimo mese rifletta essenzialmente il calo registrato dalla domanda per i beni e servizi per le

comunicazioni, in deciso recupero nei mesi precedenti, e per l'abbigliamento e le calzature.

Relativamente alle altre voci l'alternanza nei mesi di valori positivi e negativi conferma quanto già emerso nei mesi precedenti. Le famiglie in un contesto in cui il recupero dei livelli reddituali appare modesto tendono a spostare le risorse disponibili da un segmento all'altro, situazione che non favorisce l'avvio di una fase di sviluppo robusta e consolidata.

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

	2009						2010					
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	-0,4	-0,2	0,8	-0,4	0,9	-0,7	0,2	-0,6	1,3	0,4	0,8	-0,3
BENI	1,5	-0,1	-0,9	1,0	0,1	0,1	-0,1	0,1	0,1	0,1	-0,6	-0,6
TOTALE	1,0	-0,1	-0,4	0,6	0,3	-0,1	-0,1	-0,1	0,4	0,2	-0,3	-0,5
Beni e servizi ricreativi	0,2	0,0	1,4	-0,2	2,7	-0,5	-1,2	-0,1	-0,5	-1,9	0,7	0,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-1,2	-0,5	1,2	-0,6	0,3	0,1	-0,1	-0,4	0,9	0,7	-0,7	0,2
Beni e servizi per la mobilità	13,1	0,4	-2,3	2,6	-1,3	-2,2	3,6	-0,3	2,9	-0,3	-4,3	0,1
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,5	-0,9	-1,8	2,0	0,6	0,8	-1,6	-0,1	1,1	2,6	2,9	-3,4
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	0,3	-0,4	1,1	0,2	0,8	0,0	0,2	-0,5	-0,7	-0,7	-0,1
Abbigliamento e calzature	0,4	-0,7	0,3	-0,4	0,2	-0,5	-0,6	0,5	-0,5	-0,1	0,3	-0,4
Beni e servizi per la casa	-0,2	0,3	-0,3	-0,1	0,2	0,4	-0,4	0,2	-0,3	0,0	-0,1	0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,8	0,2	-0,9	0,5	0,0	-0,3	0,3	-0,1	-0,3	0,1	-0,7	0,0

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

PRODOTTI E SERVIZI CONSIDERATI

Beni e servizi ricreativi

Cinema, sport e altri spettacoli
Concorsi e pronostici
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