



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

5

Ufficio Studi

maggio 2011, numero 5

L'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a marzo 2011 una diminuzione del 2,5% in termini tendenziali¹, dato che ha determinato una flessione nei primi tre mesi dell'anno, dell'1,9% (tab.2). I dati degli ultimi mesi sono stati largamente influenzati dall'andamento della domanda di autovetture. La variazione registrata dall'indicatore al netto di questa componente nel primo trimestre risulta, infatti, pari a +0,5%

In termini congiunturali l'ICC (al lordo della vendita di automobili) mostra un contenuto incremento (+0,1%).

Il quadro congiunturale continua ad essere caratterizzato da una ripresa economica dai toni non particolarmente sostenuti, connotata da molti elementi di incertezza, tra i quali l'aumento dei prezzi delle materie prime.

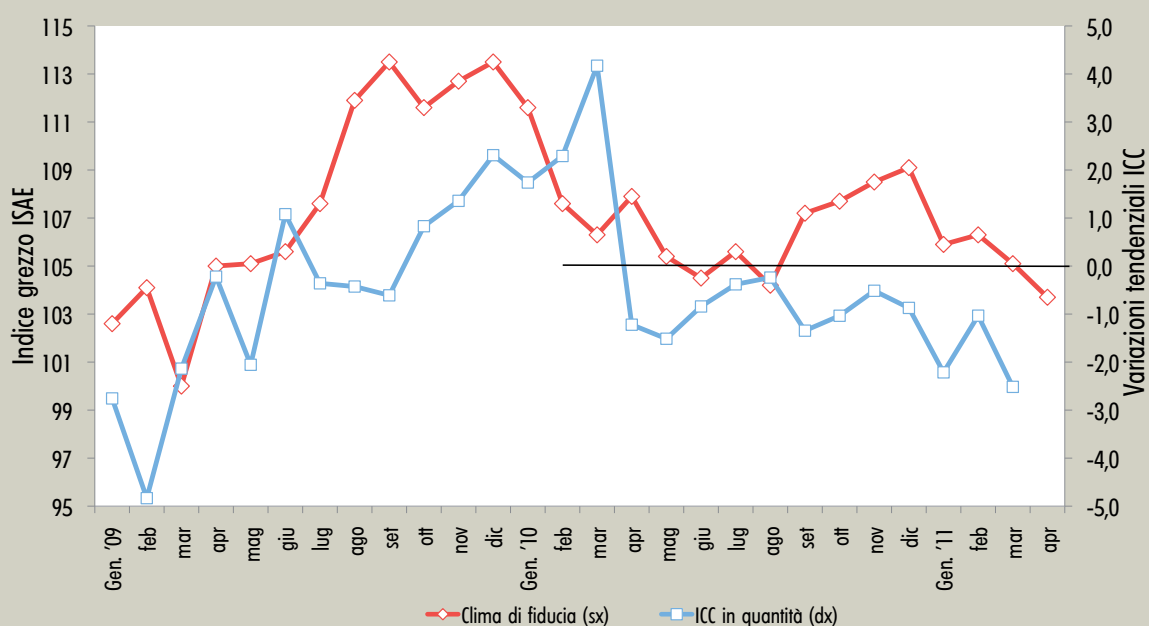
Questo contesto è confermato dall'ulteriore regresso registrato ad aprile dal clima di fiducia delle famiglie, le quali ritengono possibile il permanere di difficoltà anche nei prossimi mesi.

alla nostra economia. Secondo l'indagine rapida di Confindustria, la produzione industriale dovrebbe aver registrato ad aprile un contenuto miglioramento (+0,3 rispetto a marzo), tendenza che, stando agli ordini (+1,3% congiunturale), dovrebbe proseguire a ritmi non particolarmente sostenuti anche nei prossimi mesi.

E' invece positiva la dinamica dell'occupazione nel mese di marzo, anche se la ripresa non si traduce ancora in maggiori redditi e maggiori consumi.

La dinamica tendenziale dell'ICC di marzo riflette, in linea con quanto registrato nei mesi precedenti, una netta contrazione dei volumi acquistati dalle famiglie per i beni (-4,0%) ed un aumento della domanda di servizi (+1,9%). I prezzi dei beni e dei servizi che compongono l'ICC hanno evidenziato un'accelerazione determinata dal permanere di tensioni nel comparto della mobilità, soprattutto carburanti, dell'alimentare e dal rinnovo dei listini dell'abbigliamento e calzature (tab. 3).

Fig. 1 - Clima di fiducia ISAE e ICC in volume



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

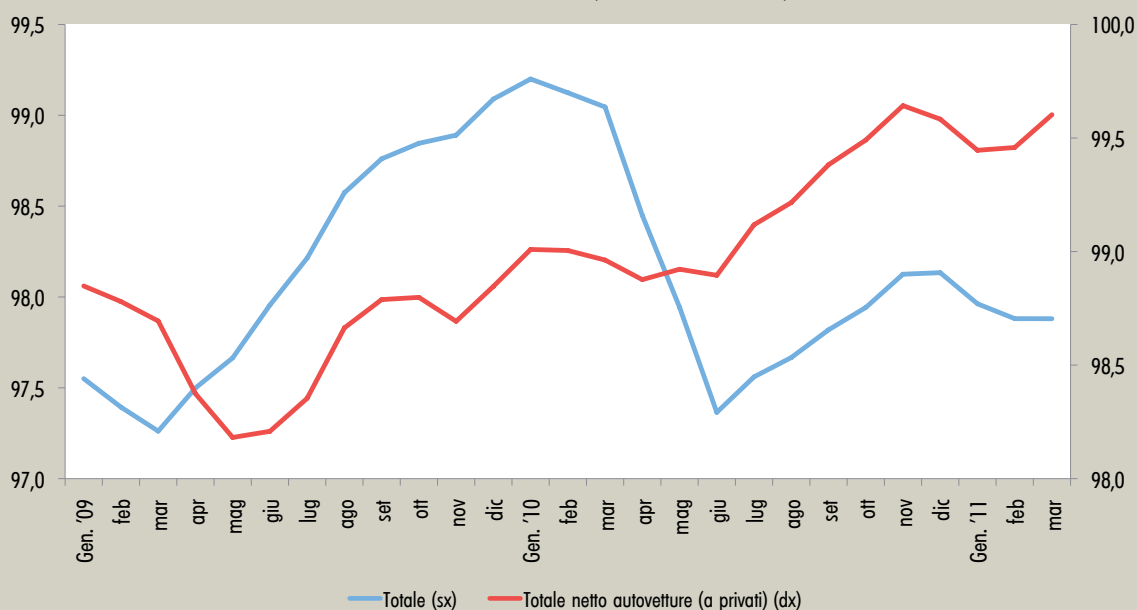
Anche il clima di fiducia delle imprese mostra un andamento incerto.

I livelli della produzione industriale, seppure in crescita, risultano privi di quello slancio necessario a ridare tono

La domanda per beni e servizi ricreativi ha mostrato, rispetto a marzo dello scorso anno, un incremento dell'1,7% a cui ha contribuito, in larga parte, il permanere

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 alle singole serie mensili che compongono l'ICC. I dati pubblicati in questo numero differiscono dai precedenti per la consueta revisione effettuata in concomitanza con la pubblicazione della Contabilità nazionale da parte dell'Istat.

Fig. 2 - ICC in volume - Dati destagionalizzati
Media mobile a tre mesi (dicembre 2007=100)



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

di un trend espansivo per la componente relativa alle spese per giochi, lotterie e scommesse.

La spesa per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato una crescita in termini reali dello 0,3%.

I consumi per beni e servizi per la mobilità hanno mostrato una netta diminuzione in termini tendenziali (-21,3%).

Il dato, seppure largamente influenzato dalla decisa contrazione della domanda di autovetture da parte dei privati, risente di andamenti non particolarmente brillanti delle altre voci che compongono l'aggregato (con la

sola eccezione dei trasporti aerei). Per quanto concerne le autovetture, i primi dati relativi ad aprile lasciano intravedere la prosecuzione delle difficoltà attraversate dal mercato.

Nel mese di marzo la domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico ha registrato, rispetto all'analogo mese del 2010, una crescita consistente (+5,1), andamento determinato dalla componente relativa ai beni.

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

	2010		2011		2011	
	ANNO	IV Trim.	I Trim.	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	3,4	3,6	3,2	2,8	3,2	3,5
BENI	-0,3	-1,2	-2,7	-2,9	-1,9	-3,2
TOTALE	0,8	0,0	-1,0	-1,2	-0,4	-1,4
Beni e servizi ricreativi	2,7	3,0	2,6	1,0	2,9	3,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,6	3,4	2,9	3,2	2,9	2,6
Beni e servizi per la mobilità	-0,1	-8,9	-12,2	-11,7	-9,7	-14,6
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,1	-1,0	-0,3	-0,8	0,1	-0,2
Beni e servizi per la cura della persona	0,4	0,5	0,5	0,4	1,1	0,1
Abbigliamento e calzature	0,1	0,2	-0,4	-1,0	0,2	-0,4
Beni e servizi per la casa	0,3	0,3	-0,5	-0,9	-0,6	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	0,1	0,6	0,7	0,2	1,0	0,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

I volumi acquistati dalle famiglie per beni e servizi per la cura della persona hanno mostrato un incremento dello 0,2%.

Gli acquisti di articoli di abbigliamento e calzature hanno mostrato una riduzione del 3,3%, sottolineando come i dati dei primi due mesi dell'anno fossero da collegarsi ai saldi e all'affermarsi di una tendenza che vede concentrarsi sempre di più gli acquisti delle famiglie in alcuni periodi dell'anno.

La domanda di beni e servizi per la casa ha mostrato, a marzo, una flessione dello 0,1%, confermando il

momento di difficoltà che attraversano gli acquisti dei beni che compongono l'aggregato.

Infine, per quanto concerne la spesa delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, la stima per marzo segnala un ulteriore e deciso ridimensionamento in termini reali (-1,6%). Il dato potrebbe aver risentito dell'effetto Pasqua che lo scorso anno era caduta nei primissimi giorni di aprile movimentando gli acquisti già nella seconda parte di marzo.

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

	2010		2011		2011	
	ANNO	IV Trim.	I Trim.	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	1,8	2,5	1,9	1,9	1,8	1,9
BENI	-0,7	-1,8	-3,2	-3,6	-2,1	-4,0
TOTALE	-0,1	-0,8	-1,9	-2,2	-1,0	-2,5
TOTALE NETTO AUTOVEETURE	0,6	0,6	0,5	-0,1	1,3	0,2
Beni e servizi ricreativi	0,1	-0,5	0,1	-2,0	0,5	1,7
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	1,4	0,8	1,3	0,9	0,3
Beni e servizi per la mobilità	-5,6	-13,8	-18,2	-16,7	-16,1	-21,3
Beni e servizi per le comunicazioni	2,1	2,2	3,0	-0,2	4,2	5,1
Beni e servizi per la cura della persona	1,3	1,1	1,0	1,3	1,6	0,2
Abbigliamento e calzature	-0,4	-0,8	1,3	2,4	4,3	-3,3
Beni e servizi per la casa	0,8	1,0	-0,5	-0,8	-0,5	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,7	-0,6	-1,4	-1,8	-1,1	-1,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2010		2011		2011	
	ANNO	IV Trim.	I Trim.	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	1,5	1,1	1,2	0,8	1,3	1,6
BENI	0,4	0,5	0,6	0,8	0,2	0,8
TOTALE	0,8	0,8	1,0	1,0	0,7	1,2
Beni e servizi ricreativi	2,5	3,5	2,5	3,0	2,4	2,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,7	1,9	2,1	1,9	2,0	2,3
Beni e servizi per la mobilità	6,1	5,8	7,4	6,1	7,7	8,5
Beni e servizi per le comunicazioni	-3,2	-3,6	-3,2	-0,7	-3,9	-5,0
Beni e servizi per la cura della persona	-0,9	-0,6	-0,5	-0,9	-0,5	-0,1
Abbigliamento e calzature	0,5	1,0	-1,2	-3,3	-3,9	3,0
Beni e servizi per la casa	-0,5	-0,7	-0,1	0,0	-0,1	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	0,7	1,2	2,2	2,0	2,2	2,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a marzo un aumento dell'ICC rispetto a febbraio dello 0,1%. Nell'ultimo trimestre a media mobile l'indicatore segnala, al lordo della componente relativa alle autovetture, una sostanziale stazionarietà. Lievemente più favorevole risulta la dinamica dell'indicatore al netto delle auto, dato che non modifica il quadro d'insieme che continua a caratterizzarsi per una situazione di accentuata debolezza dei consumi (fig. 2).

Il contenuto miglioramento di marzo (+0,1%) è sintesi di una modesta crescita sia della domanda di beni che di servizi (tab. 4).

Tra i diversi aggregati che compongono l'indicatore, solo per i beni e servizi per le comunicazioni (+1,9) ed i ricreativi (+0,9%) si registra un apprezzabile miglioramento.

Per gli altri beni e servizi il quadro continua ad essere caratterizzato da una tendenza alla stazionarietà della domanda con riduzioni di un certo rilievo nel settore dei beni e servizi per la mobilità (-2,8%) e l'abbigliamento e le calzature (-0,5%).

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

	2010								2011			
	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	0,1	0,4	-0,3	0,9	-0,1	0,2	0,8	-0,1	0,0	0,3	-0,2	0,1
BENI	-2,6	-0,3	0,4	0,3	-0,5	0,4	0,2	-0,2	-0,2	-0,3	0,2	0,1
di cui alimentari e bevande	-0,6	0,1	0,1	0,6	-0,5	0,0	-0,3	0,3	-0,1	-0,9	-0,1	0,0
TOTALE	-1,9	-0,1	0,2	0,5	-0,4	0,4	0,4	-0,2	-0,2	-0,2	0,1	0,1
Beni e servizi ricreativi	-0,3	-0,7	0,5	0,3	0,9	0,5	-1,1	-1,2	-0,4	0,4	0,9	0,9
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,3	0,1	-0,5	1,4	-0,5	0,1	0,9	0,4	-0,2	0,2	-0,4	-0,2
Beni e servizi per la mobilità	-15,2	-0,7	0,0	0,8	0,1	0,2	-0,6	2,8	-0,9	-2,6	0,2	-2,8
Beni e servizi per le comunicazioni	0,4	0,6	0,7	-0,4	-1,8	2,7	2,7	-2,7	-0,4	1,5	0,2	1,9
Beni e servizi per la cura della persona	0,3	-0,3	0,9	0,1	0,1	-0,4	0,0	0,0	0,3	-0,5	-0,1	0,0
Abbigliamento e calzature	-0,2	-0,6	0,7	0,0	0,0	0,0	0,1	-0,2	-0,1	0,5	0,1	-0,5
Beni e servizi per la casa	-0,2	-0,1	0,0	0,7	-0,5	-0,4	0,3	0,0	0,4	-0,4	0,0	0,0
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,8	0,2	0,1	0,5	-0,3	-0,2	-0,4	0,4	-0,1	-0,8	0,0	0,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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, 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 2010, al 58,2% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel 2010 al 67,1%. Per i servizi l'incidenza è del 34,0%, dato che sale al 46,0% escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale. Per i beni l'incidenza è dell'83,5%.

Tra il 2000 e il 2010 la variazione in quantità registrata dal paniere di beni e servizi utilizzati in **CONSUMI&PREZZI** è del 6,5% a fronte del 3,2% rilevato sulla base dei consumi sul territorio di Contabilità nazionale. Nell'ultimo biennio le variazioni sono risultate pari rispettivamente a -0,6% ed a -1,0%.

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.

Per ulteriori informazioni sulla metodologia si rimanda alla nota pubblicata il 28 marzo 2011.