



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

# 6

Ufficio Studi

giugno 2011, numero 6

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala ad aprile 2011, dopo la netta contrazione registrata a marzo, un aumento dell'1,1% in termini tendenziali<sup>1</sup> (tab. 2). I dati grezzi degli ultimi due mesi sono stati in parte influenzati dalla diversa collocazione delle festività pasquali e dal venir meno dell'effetto statistico sugli acquisti di autovetture, elementi che inducono ad una certa prudenza nella loro interpretazione.

In termini congiunturali l'ICC (al lordo della vendita di automobili) mostra un incremento dello 0,4% (tab. 4). Il dato ha comportato in termini di media mobile a tre mesi, un modesto recupero (fig. 2). L'indice, al netto delle autovetture, si è portato sul valore più elevato degli ultimi due anni.

La situazione generale continua ad essere caratterizzata da un insieme disomogeneo di elementi positivi e negativi che contribuiscono al permanere di un clima di incertezza sulle prospettive a breve dell'economia.

I timidi segnali di un moderato miglioramento sul versante dei consumi, che attendono conferma nei prossimi mesi, sembrano avvalorati dal recupero registrato a maggio dal clima di fiducia delle famiglie.

Meno favorevoli risultano le prospettive sul versante delle imprese, visto il deterioramento del sentiment degli operatori di tutti i settori produttivi, lasciando ipotizzare un'ulteriore perdita di slancio della ripresa nel secondo e terzo trimestre dell'anno.

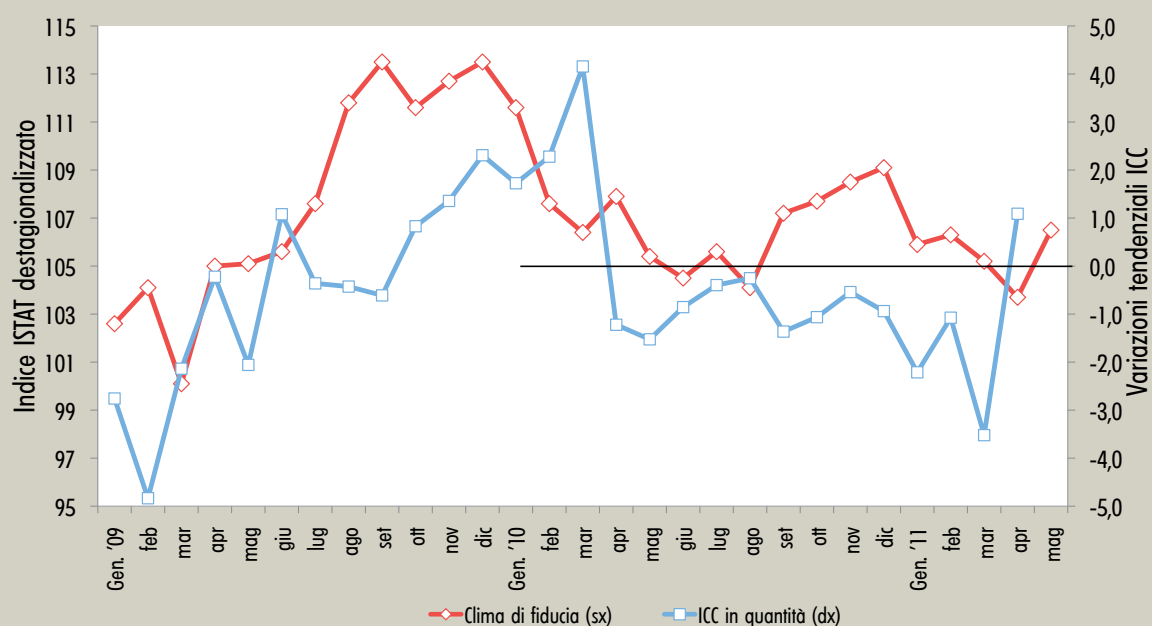
Questa tendenza sembra confermata dai risultati dell'indagine rapida di Confindustria che segnala a maggio, in termini congiunturali, un incremento dello 0,1% della produzione industriale e dello 0,4% degli ordinativi.

La dinamica tendenziale dell'ICC di aprile riflette un ulteriore aumento della domanda relativa ai servizi (+2,5%) ed un miglioramento, il primo da aprile 2010, della spesa per i beni (+0,6%).

I prezzi dei beni e dei servizi che compongono l'indicatore hanno evidenziato ad aprile una modesta accelerazione del tasso di crescita tendenziale (+1,3% a fronte del +1,2% di marzo) (tab. 3).

La domanda per i beni ed i servizi ricreativi ha mostrato, rispetto ad aprile dello scorso anno, un incremento dell'1,4% a cui ha contribuito un larga misura il permanere di un trend espansivo delle spese per giochi, lotterie e scommesse.

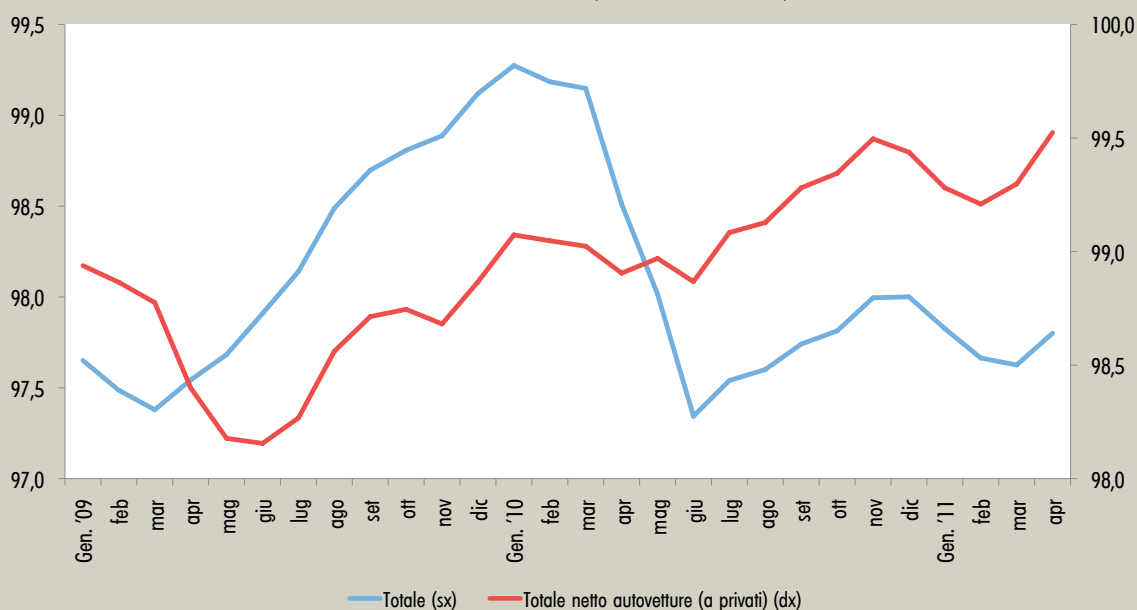
Fig. 1 - Clima di fiducia ISTAT e ICC in volume



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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. La variazione più negativa registrata a marzo rispetto a quanto indicato nel numero precedente è derivata, in larga parte, da una riduzione più sensibile dei consumi di alimentari e bevande rispetto a quanto emerso dalle prime indicazioni.

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



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

La spesa per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato una crescita in termini tendenziali del 2,0%, dato influenzato dal diverso periodo in cui è caduta la Pasqua.

I consumi per i beni ed i servizi per la mobilità hanno mostrato una diminuzione in termini tendenziali dell'1,3%, confermando come, nonostante il venir meno dell'effetto statistico dato dal confronto tra periodi in cui erano o meno in essere gli incentivi, questo segmento di consumo sia ancora interessato da elementi di criticità.

Solo per il trasporto aereo la domanda continua ad essere caratterizzata da una tendenza espansiva, accentuata ad aprile dal confronto con un mese in cui lo scorso anno il traffico aereo subì alcuni giorni di fermo.

Nel mese di aprile la domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico ha registrato, rispetto allo scorso anno, un incremento del 6,5% consolidando il trend già emerso nei mesi più recenti. A tale andamento continua a contribuire essenzialmente la componente relativa ai beni.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

I volumi acquistati dalle famiglie per i beni e servizi per la cura della persona hanno mostrato, ad aprile, un incremento dello 0,5%.

Gli articoli di abbigliamento e le calzature hanno registrato una riduzione dello 0,5%, dato che segue le ampie fluttuazioni dei mesi precedenti.

La domanda di beni e servizi per la casa ha mostrato, ad aprile, un aumento dello 0,1%, confermando il periodo non particolarmente brillante dei consumi.

Infine, per quanto concerne la spesa delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi la stima di aprile segnala un ulteriore ridimensionamento della domanda (-0,9%), dato che segue la sensibile riduzione di marzo (-4,3%). I dati degli ultimi due mesi, letti nel complesso, evidenziano come, al di là di fattori contingenti, il settore alimentare continui ad essere interessato da elementi di criticità, che coinvolgono ormai tutte le formule distributive.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano ad aprile un aumento dell'ICC, rispetto a marzo, dello 0,4%, consolidando la moderata tendenza al miglioramento emersa nel mese precedente (tab. 4). Nell'ultimo trimestre a media mobile l'indicatore segnala, al lordo ed al netto delle autovetture, un recupero (fig. 2). Il contenuto miglioramento di aprile è sintesi di una crescita (+0,8%) della domanda di beni e di una flessione di quella relativa ai servizi (-0,5%).

Tra i diversi aggregati che compongono l'indicatore la crescita più significativa ha interessato i beni e i servizi

per le comunicazioni (+2,7%) ed i beni e servizi per la mobilità (+1,3%).

Un andamento debolmente positivo si è registrato anche per i beni e servizi per la cura della persona (+0,5%) e per gli alimentari, le bevande ed i tabacchi (+0,3%).

Per gli altri beni e servizi il quadro continua ad essere caratterizzato da una tendenza alla riduzione della domanda con una flessione di un certo rilievo per gli alberghi ed i pasti e consumazioni fuori casa (-1,1%), a sottolineare come l'aumento registrato in termini tendenziali sia derivato da fattori stagionali e non da una ripresa dei consumi.

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

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

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.