



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

7

Ufficio Studi

luglio 2011, numero 7

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a maggio 2011 un aumento dell'1,1% in termini tendenziali¹, dato che segue l'incremento dell'1,9% di aprile (tab. 2). I dati grezzi degli ultimi mesi, influenzati da alcuni effetti statistici, debbono essere interpretati con una certa prudenza alla luce anche della diminuzione (-0,1%) registrata a maggio dall'ICC in termini congiunturali (tab. 4).

Nonostante questa flessione la media mobile destagionalizzata mostra un ulteriore recupero (fig. 2).

Il quadro macroeconomico rimane incerto. Il mercato del lavoro sembra stabilizzarsi su livelli distanti da quelli raggiunti prima della crisi.

Peggiorano le attese degli operatori industriali, per il terzo mese consecutivo, riflettendo la tendenza alla decelerazione dell'attività produttiva registrata dall'indagine rapida di Confindustria. A giugno si stima, infatti, una flessione della produzione industriale dello 0,1% rispetto a maggio ed un aumento degli ordini dello 0,3%.

La dinamica tendenziale dell'ICC di maggio riflette un aumento della domanda relativa ai servizi (+1,6%) ed un recupero della spesa per i beni (+0,9%).

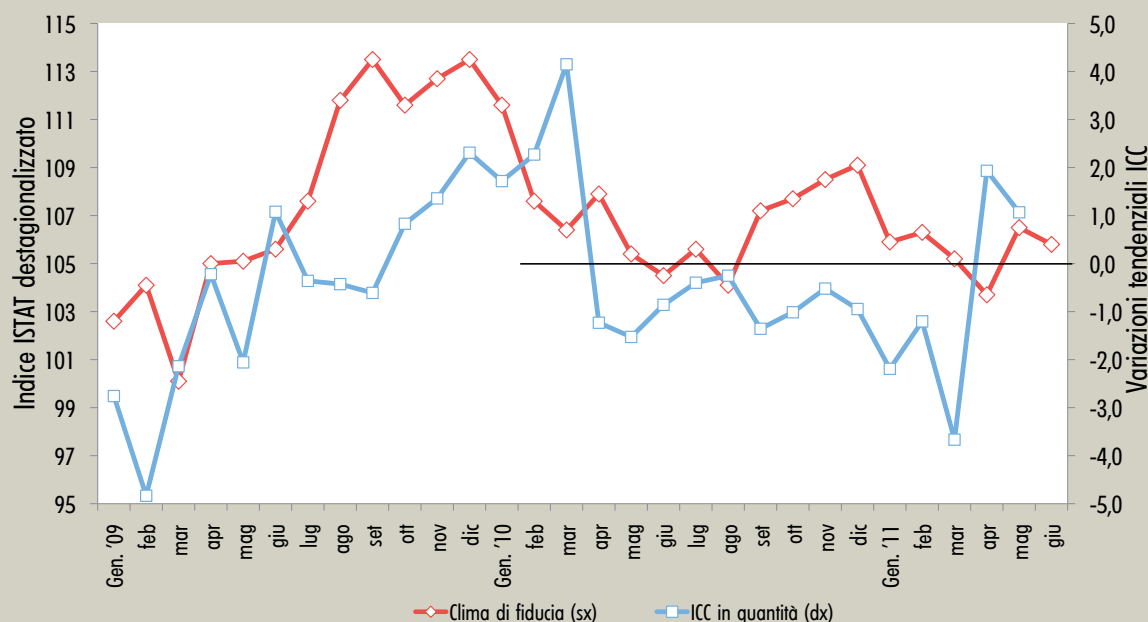
I prezzi dei beni e dei servizi che compongono l'indicatore hanno evidenziato a maggio una modesta decelerazione del tasso di crescita tendenziale (+1,3% a fronte del +1,4% di aprile; tab. 3).

La domanda per i beni ed i servizi ricreativi ha mostrato, rispetto a maggio dello scorso anno, un incremento dell'1,6%, andamento che riflette principalmente il permanere di un trend decisamente espansivo delle spese per giochi, lotterie e scommesse.

La spesa per i servizi di ristorazione e d'alloggio ha evidenziato una crescita in termini tendenziali dello 0,4%. I consumi per i beni ed i servizi per la mobilità hanno mostrato un aumento, rispetto a maggio del 2010, dello 0,6%; all'interno dell'aggregato, solo per il trasporto aereo la domanda continua ad essere caratterizzata da una tendenza espansiva.

Nel mese di maggio la domanda di beni e servizi per le comunicazioni e per l'ICT domestico ha registrato, rispetto allo scorso anno, un incremento del 6,4% consolidando il trend già emerso nei mesi più recenti. A tale andamento

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 revisione al rialzo registrata ad aprile rispetto a quanto indicato nel numero precedente è derivata, in larga parte, da un aumento più significativo dei consumi di alimentari e bevande rispetto alle valutazioni provvisorie e da una crescita delle spese per l'abbigliamento e le calzature in luogo di un contenuto decremento.

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



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

continua a contribuire essenzialmente la componente relativa ai beni.

I volumi acquistati dalle famiglie per i beni e servizi per la cura della persona hanno mostrato, a maggio, un incremento dello 0,7%.

Gli articoli di abbigliamento e le calzature hanno registrato una riduzione dell'1,0%.

La domanda di beni e servizi per la casa ha mostrato, a maggio, una flessione dello 0,5%. All'interno di questo

segmento di consumo permangono elementi di criticità della domanda per il settore dei mobili, che sconta da mesi diminuzioni di un certo rilievo.

Infine, per quanto concerne la spesa delle famiglie per i prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi la stima di maggio segnala un ridimensionamento della domanda dell'1,0, a sottolineare come l'aumento registrato ad aprile sia derivato principalmente da fattori stagionali e non da una ripresa dei consumi.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a maggio una riduzione dell'ICC dello 0,1%, dato che segue il +0,7% di aprile, sottolineando le difficoltà della domanda per consumi ad intradarsi su di un sentiero di sviluppo consolidato e duraturo (tab. 4). Nell'ultimo trimestre a media mobile l'indicatore segnala comunque un recupero (fig. 2).

La flessione di maggio è sintesi di una crescita della domanda per i servizi (+0,2%) e di una riduzione di quella relativa ai beni (-0,2%).

Variazioni debolmente positive si sono registrate solo per la domanda di beni e servizi ricreativi (+0,5%) e per i beni e servizi per le comunicazioni (+0,2%).

Gli altri comparti hanno registrato una tendenza alla diminuzione.

Questi dati portano a leggere le positive tendenze registrate su base annua non tanto come l'inizio di una fase di ripresa consolidata della domanda, ma come una stabilizzazione dei livelli di consumo delle famiglie che cercano faticosamente di recuperare quanto perso nei periodi precedenti.

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

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

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.