

# CONSUMI&PREZZI

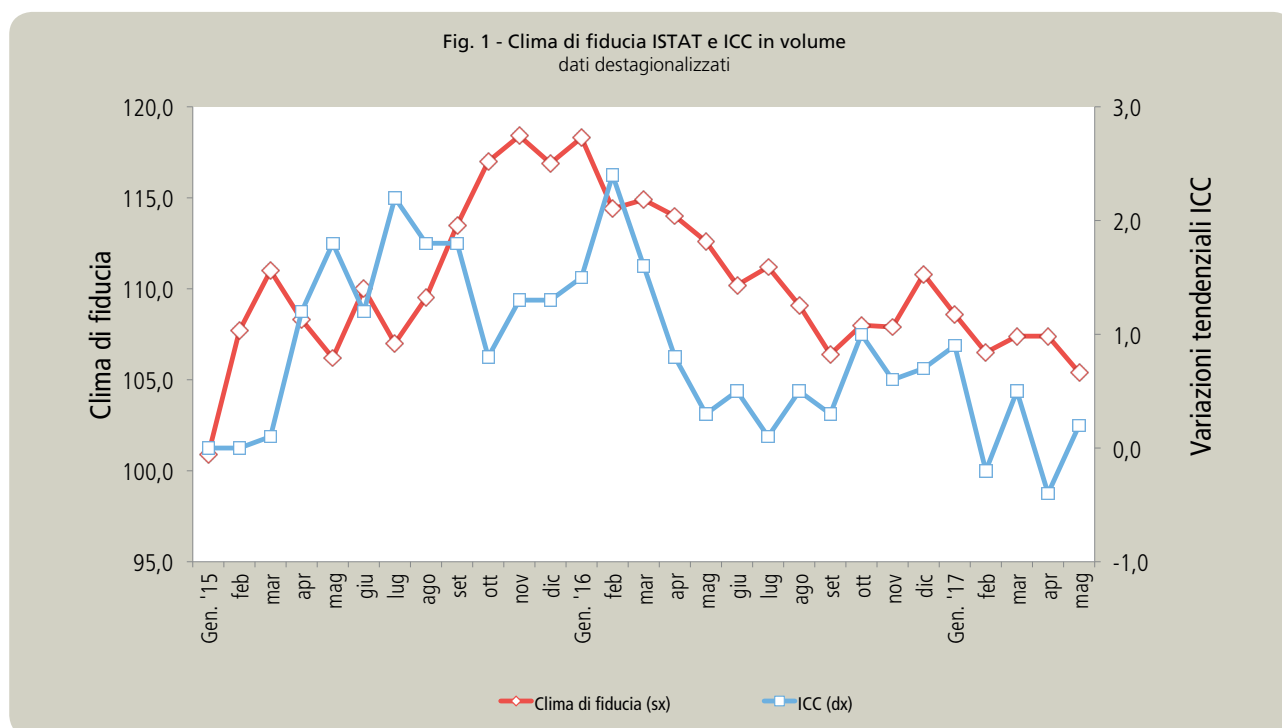
## Congiuntura Confcommercio

# 6

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 7 (12 luglio 2017)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha registrato a maggio 2017<sup>1</sup> un aumento dello 0,4% rispetto ad aprile e dello 0,2% su base annua<sup>2</sup> (tabb. 1 e 2). Nonostante costituisca la migliore variazione congiunturale da febbraio 2016, la media mobile a tre mesi si stabilizza, confermando il permanere di una situazione di debolezza ed incertezza sul versante dei consumi (fig.2).

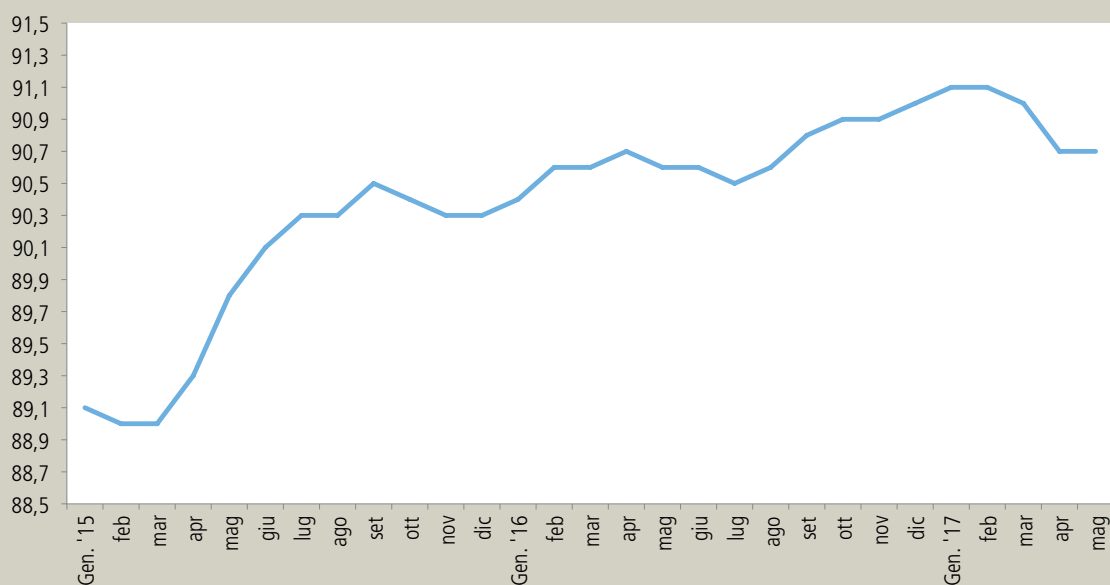
La scarsa vivacità della domanda da parte delle famiglie si inserisce in un contesto in cui continuano ad alternarsi dati positivi e negativi che, seppure nel complesso tracciano una tendenza al miglioramento rispetto allo scorso anno, sono la conferma del percorso accidentato attraverso cui si dipana la ripresa dell'economia italiana.



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.
- 2 Dati destagionalizzati. A partire dal numero di aprile 2015 la destagionalizzazione è effettuata sui dati grezzi in quantità e non più sulle serie a valore, poi deflazionate.

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



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Questa situazione si è tradotta a maggio in un deterioramento del clima di fiducia sia sul versante delle famiglie, che delle imprese.

Tra le famiglie, dopo un bimestre di moderato miglioramento, il *sentiment* è peggiorato a causa delle preoccupazioni circa la situazione economica personale e dalle aspettative future.

Qualche indizio d'incertezza si coglie anche tra le imprese il cui clima di fiducia ha registrato, nel complesso, un lieve peggioramento, sintesi di valutazioni differenziate tra gli operatori economici. A fronte di aspettative più positive tra gli imprenditori del commercio al dettaglio e delle costruzioni, tra gli operatori del manifatturiero e dei servizi di mercato prevalgono i giudizi negativi.

Il pessimismo del settore manifatturiero appare in linea con l'andamento della produzione industriale che, secondo le stime di Confindustria, a maggio dovrebbe aver registrato un calo dello 0,2%. Questa situazione potrebbe comunque mostrare un contenuto miglioramento nei

prossimi mesi in considerazione di ordinativi stimati, a maggio, in crescita dello 0,5% rispetto ad aprile.

Segnali lievemente più favorevoli potrebbero emergere nei prossimi mesi anche dal versante delle famiglie in presenza di un consolidamento dei segnali di ridimensionamento dell'area del disagio sociale, emersi a marzo ed aprile dal MIC (Misery Index Confcommercio), e di miglioramento del mercato del lavoro. Ad aprile gli occupati sono aumentati di 94mila unità in termini congiunturali (+277mila su base annua). In diminuzione, sempre nello stesso mese, il numero di persone in cerca d'occupazione: -106mila rispetto a marzo e -146mila nei confronti dello stesso mese del 2016). Questi andamenti hanno comportato una riduzione di quattro decimi di punto del tasso di disoccupazione. A questa situazione più favorevole del mercato del lavoro continua ad associarsi una decisa contrazione delle ore di CIG autorizzate (-58,1% ad aprile su base annua, -43,1% nel primo quadrimestre).

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

L'incremento in termini congiunturali registrato dall'ICC a maggio, dopo la frenata di aprile, è il risultato di un aumento sia della domanda di beni (+0,5%), che

recupera parzialmente la perdita del mese precedente, sia della domanda relativa ai servizi (+0,3%).

Tra le singole funzioni di consumo l'unico incremento significativo si è registrato per la domanda di beni e di servizi per la mobilità (+2,2%), tornata a crescere dopo quattro mesi di trend negativo grazie al recupero della domanda di auto e moto da parte dei privati.

Un contenuto miglioramento ha contraddistinto la spesa per beni e i servizi per le comunicazioni (+0,3%), i beni e i servizi per la cura della persona (+0,3%) e i beni e servizi

per la casa (+0,3%) in risalita rispetto ai risultati di aprile. In debole ripresa anche la domanda per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,2%) e per i beni e i servizi ricreativi (+0,1%).

Una variazione nulla si è riscontrata per la spesa di alimentari, bevande e tabacchi, mentre un ridimensionamento, seppur modesto, ha interessato la spesa per l'abbigliamento e le calzature (-0,1%).

**Tab. 1 - Variazioni % congiunturali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati**

	2016				2017							
	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG
<b>SERVIZI</b>	<b>0,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,3</b>
<b>BENI</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,8</b>	<b>0,5</b>
di cui alimentari e bevande	0,3	-0,2	-0,3	0,1	0,6	-0,6	-0,3	0,5	-0,7	0,1	-0,2	-0,2
<b>TOTALE</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,4</b>
Beni e servizi ricreativi	0,3	0,0	0,3	0,0	0,4	-0,3	0,1	-0,2	0,0	0,3	0,0	0,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,4	0,9	0,1	0,5	0,9	-0,4	0,4	0,0	-0,6	0,3	-0,5	0,2
Beni e servizi per la mobilità	-1,3	-0,4	1,9	-0,4	-1,3	1,2	1,2	0,0	-0,5	-0,2	-3,1	2,2
Beni e servizi per le comunicazioni	0,4	-0,1	0,4	0,1	0,3	0,6	0,2	0,2	-0,1	0,1	0,1	0,3
Beni e servizi per la cura della persona	0,2	-0,2	0,0	-0,1	0,1	0,2	-0,1	0,0	-0,2	0,3	-0,2	0,3
Abbigliamento e calzature	0,1	-0,2	0,0	-0,3	0,2	-0,2	-0,2	0,1	0,0	0,1	-0,1	-0,1
Beni e servizi per la casa	-0,1	0,6	-0,1	0,0	0,1	0,0	-0,1	0,4	-0,7	-0,1	-0,1	0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	0,1	-0,1	-0,3	0,1	0,2	-0,8	-0,2	0,5	-0,2	-0,1	-0,4	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

In termini tendenziali l'ICC di maggio ha mostrato una crescita dello +0,2. Il risultato è la sintesi dell'andamento positivo della domanda di servizi (+2,0%) e del calo della spesa per i beni (-0,6%).

Relativamente alle macro-funzioni di spesa, variazioni positive di rilievo hanno riguardato la spesa per i beni e i servizi per le comunicazioni (+2,6%), per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+2,2%) e per i beni e servizi ricreativi (+1,2%). In moderato miglioramento è

risultata anche la domanda di beni e servizi per la cura della persona (+0,2%).

Una riduzione dei consumi, su base annua, di un certo rilievo si è registrata per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-1,2) che proseguono il trend negativo dei mesi precedenti. In flessione, anche se meno accentuata rispetto al mese recedente, la domanda di beni e i servizi per la mobilità (-0,9%) e la spesa per l'abbigliamento e le calzature (-0,5%). È rimasta stabile la spesa per i beni e servizi per la casa.

Tab. 2 - Variazioni % tendenziali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

	2015	2016	2017				
	Anno	Anno	IV Trim	I Trim	Mar	Apr	Mag
<b>SERVIZI</b>	<b>1,5</b>	<b>1,7</b>	<b>2,6</b>	<b>1,9</b>	2,6	1,9	2,0
<b>BENI</b>	<b>1,0</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,3</b>	-0,4	-1,5	-0,6
<b>TOTALE</b>	<b>1,1</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>	<b>0,4</b>	0,5	-0,4	0,2
Beni e servizi ricreativi	3,0	2,5	2,7	1,1	1,6	0,9	1,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	0,7	2,0	2,0	2,8	2,1	2,2
Beni e servizi per la mobilità	3,1	5,7	3,0	0,8	0,3	-3,9	-0,9
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,3	-1,3	1,0	1,6	1,5	1,7	2,6
Beni e servizi per la cura della persona	0,6	0,4	0,3	0,1	0,1	-0,2	0,2
Abbigliamento e calzature	0,7	-0,4	-0,9	-0,7	-0,5	-0,6	-0,5
Beni e servizi per la casa	0,9	-0,5	-0,1	0,3	0,1	-0,4	0,0
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	-0,6	-1,2	-1,1	-1,1	-1,5	-1,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE TENDENZE A BREVE TERMINE DEI PREZZI AL CONSUMO

Sulla base delle dinamiche registrate dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo<sup>3</sup>, per il mese di giugno 2017 si stima, rispetto a maggio,

una variazione nulla. Nel confronto con giugno del 2016 l'inflazione dovrebbe attestarsi al +1,3%.

3 Stima mensile sull'andamento dei prezzi nel mese in corso relativa al NIC (Numero indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività). Il dato è riferito ad un insieme più ampio di beni e servizi considerati nell'ICC.

Tab. 3 - Stima sull'inflazione - var. congiunturali e tendenziali

	INDICE GENERALE	di cui			
		Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	Trasporti	Servizi ricettivi e di ristorazione
VARIAZIONI CONGIUNTURALI					
Lug.'16	0,2	-0,7	0,2	1,1	0,3
Ago	0,2	0,3	0,0	0,8	-0,1
Set	-0,2	-0,1	0,8	-1,3	0,3
Ott	-0,1	0,1	0,1	-0,3	-0,4
Nov	-0,1	0,5	0,1	-0,4	-1,3
Dic	0,4	0,5	0,1	1,4	-0,2
Gen.'17	0,3	1,3	0,7	-0,1	0,1
Feb.	0,4	1,4	0,5	0,7	0,1
Mar	0,0	-1,2	0,2	0,6	0,4
Apr	0,4	-0,4	0,2	1,7	2,0
Mag. (*)	-0,2 (0,1)	0,1 (0,1)	0,0 (0,0)	-1,4 (0,0)	0,7 (0,3)
Giu. (**)	0,0	0,1	0,1	-0,2	0,1
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Lug.'16	-0,1	0,6	-2,0	-2,2	0,8
Ago	-0,1	0,9	-2,0	-2,3	0,9
Set	0,1	0,1	-1,2	-0,1	0,8
Ott	-0,2	-0,2	-1,9	0,2	-0,3
Nov	0,1	0,0	-1,9	0,7	0,7
Dic	0,5	0,8	-1,8	2,2	0,7
Gen.'17	1,0	2,3	-0,5	3,2	1,1
Feb.	1,6	3,8	0,0	4,9	1,1
Mar	1,4	2,8	0,2	4,6	1,2
Apr	1,9	2,2	3,0	5,6	1,8
Mag. (*)	1,4 (1,6)	1,9 (1,9)	3,0 (3,0)	3,7 (5,1)	2,0 (1,5)
Giu. (**)	1,3	1,9	3,1	2,6	2,0

(\*) Il dato ISTAT di maggio è provvisorio. Tra parentesi le previsioni del mese precedente. (\*\*) Previsioni.

Fonte: Istat e previsioni 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  
Foto-ottica e pellicole, 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 l'informatica

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, ASSAEROPORTI, 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 29, che complessivamente rappresentano, nell'anno 2014, il 54,5% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 32,0% e per i beni è del 79,5%. Escludendo le spese relative i fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 63,8% per il totale dei consumi e al 44,2% per i servizi.

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 2010. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC a base 2010. Per l'abbigliamento e le calzature le serie elementari sono deflazionate con l'IPCA riportato a base 2010.

Le serie sono destagionalizzate con la procedura TRAMO-SEATS.

Per ulteriori informazioni sulla metodologia di costruzione dell'ICC si rimanda alla nota pubblicata il 28 marzo 2011. Per la metodologia di stima dell'indice dei prezzi si rimanda alla nota pubblicata il 6 settembre 2011 ([Sito Confcommercio > Ufficio Studi](#)).