

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

3

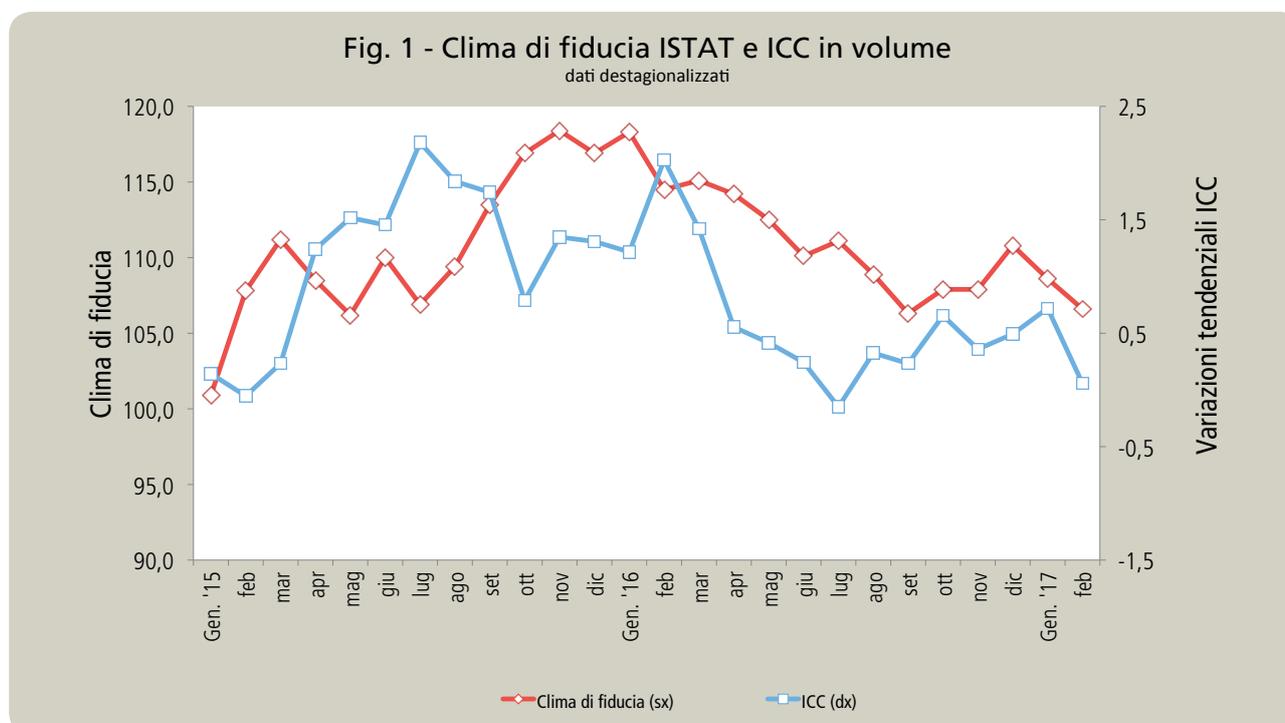
Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 4 (12 aprile 2017)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha registrato a febbraio 2017¹ una diminuzione dello 0,1% rispetto a gennaio ed un aumento dello 0,1% su base annua² (tabb. 1 e 2).

I consumi, sulla base delle indicazioni che emergono dalla media mobile a tre mesi (fig. 2), continuano a mostrare un profilo di crescita modesto, con un'evoluzione che, seppure in contenuto miglioramento dall'estate del 2016,

appare molto debole e inadeguata a produrre stimoli significativi alla ripresa. Questa dinamica è in linea con un quadro macroeconomico in cui andamenti non univoci ed altalenanti delle diverse variabili sono testimonianza delle incerte prospettive dell'economia italiana.

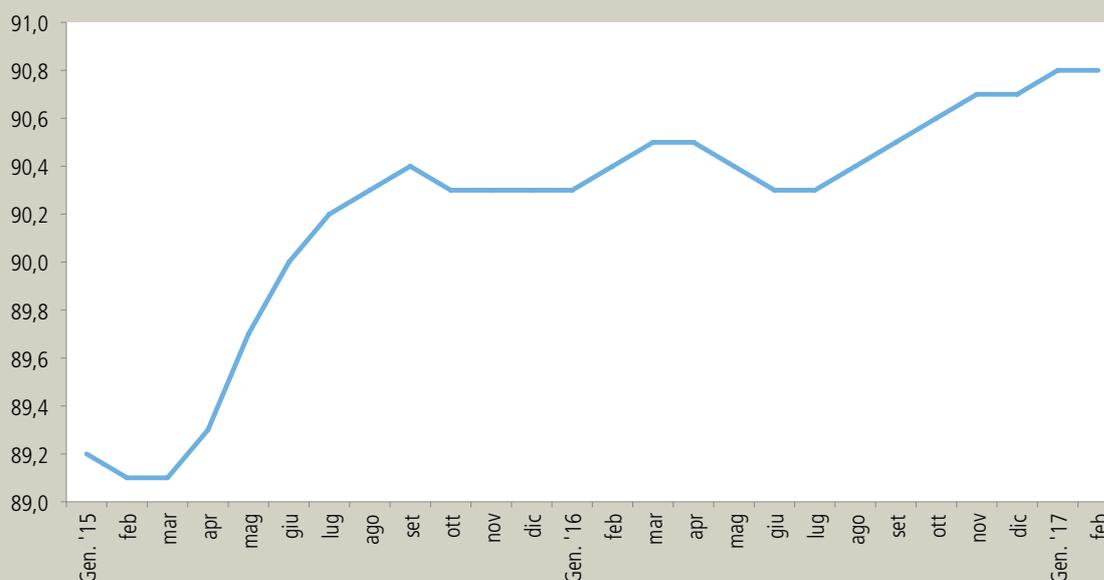
Questa situazione ha portato, anche a febbraio, ad un deterioramento della fiducia delle famiglie. I giudizi e le aspettative dei consumatori hanno registrato un



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

- 1 A partire da questo mese l'ICC viene pubblicato a circa 45 giorni dalla fine del mese di riferimento. 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

peggioramento di tutte le componenti: dalla situazione economica del paese, a quella personale, alle prospettive future. La perdita di fiducia da parte delle famiglie riflette anche il progressivo aumento dell'indice macroeconomico di disagio sociale, (MIC - Misery Index Confcommercio), che si è infatti attestato, a gennaio 2017, sul valore più elevato dell'ultimo anno e mezzo.

Leggermente più positiva appare la situazione sul versante delle imprese. A febbraio il miglioramento del *sentiment* ha riportato l'indice di fiducia poco al di sotto dei valori di fine 2015. L'ottimismo è più accentuato tra gli operatori del commercio al dettaglio e gli imprenditori del manifatturiero, mentre è risultata stabile la fiducia degli imprenditori delle costruzioni e dei servizi di mercato.

L'atteggiamento degli operatori del manifatturiero riflette il graduale miglioramento dell'attività produttiva che, seppure in modo discontinuo, prosegue ormai dall'estate del 2016. Dopo il calo di gennaio, stando alle stime di Confindustria, a febbraio si dovrebbe essere registrato un incremento dell'1,3%. Tenendo conto dell'andamento

positivo degli ordini, sempre a febbraio, l'attività produttiva dovrebbe rafforzarsi nei prossimi mesi.

In linea con un contesto economico non particolarmente brillante, anche il mercato del lavoro continua ad evidenziare segnali di scarsa dinamicità. A gennaio 2017, stando alle stime preliminari, il numero di persone occupate è aumentato di 30mila unità su base mensile (+236mila su base annua). Più modesto è risultato l'incremento relativo alle persone in cerca di lavoro (+2mila unità rispetto a dicembre, +126mila su base annua). Questi andamenti hanno determinato un ampliamento dell'area delle persone attive. Le forze di lavoro si collocano, quindi, sui massimi storici e il tasso di disoccupazione rimane stabile.

Il quadro d'insieme è completato da una tendenza alla progressiva riduzione delle ore di CIG autorizzate (-46,3% a gennaio su base annua), andamento a cui ha contribuito in misura molto rilevante la riduzione di ore di CIGS.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

Il calo registrato, in termini congiunturali, dall'ICC a febbraio, dopo tre mesi di crescita modesta, è il risultato

di una invarianza della componente relativa ai servizi e di un calo dello 0,2 % della domanda relativa ai beni.

Per quanto concerne le singole macro-funzioni di spesa, gli unici incrementi, seppur di lieve entità, hanno riguardato i beni e i servizi ricreativi (+0,1%) e i beni e i servizi per la mobilità (+ 0,1%).

La spesa per l'abbigliamento e le calzature, e quella per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa sono risultate invariate rispetto a gennaio.

Una riduzione significativa ha interessato, sempre a febbraio, la spesa per gli alimentari, le bevande e i

tabacchi (-0,4%) e quella relativa ai beni e ai servizi per la casa (-0,4%), segmenti che nel mese precedente avevano mostrato un andamento positivo.

Una tendenza al ridimensionamento, seppur modesto, ha riguardato anche la spesa per i beni e i servizi per le comunicazioni (-0,2%) e per i beni e i servizi per la cura della persona (-0,1%).

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

La crescita tendenziale dell'ICC a febbraio (+0,1%) in ridimensionamento rispetto al mese precedente, è sintesi di un incremento significativo della domanda di servizi (+1,2%) e di un calo della spesa per i beni (-0,4%).

A febbraio si sono riscontrati incrementi significativi, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, per i beni e i servizi per le comunicazioni (+1,8%), per i beni e servizi ricreativi (+0,9%), per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,8%) e per i beni e servizi per

la casa (+0,7%). Più contenuta è risultata la crescita della domanda per i beni e servizi per la cura della persona (+0,2%).

Diminuzioni di un certo rilievo della domanda hanno interessato, sempre su base annua, l'abbigliamento e le calzature (-1,3%) e gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-1,3%). Più contenuta è risultata la flessione relativa ai beni e ai servizi per la mobilità (-0,1%).

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

	2015	2016	2017				
	Anno	Anno	I Sem	II Sem	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	1,6	1,0	0,7	1,3	1,9	1,6	1,2
BENI	1,0	0,5	1,1	-0,1	-0,2	0,3	-0,4
TOTALE	1,1	0,6	1,0	0,3	0,5	0,7	0,1
Beni e servizi ricreativi	3,3	-0,1	0,4	-0,5	0,2	1,2	0,9
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	1,1	0,5	1,7	2,0	1,1	0,8
Beni e servizi per la mobilità	3,0	5,8	8,0	3,7	4,2	1,9	-0,1
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,3	-1,4	-2,6	-0,2	2,1	3,0	1,8
Beni e servizi per la cura della persona	0,6	0,5	0,6	0,3	0,5	0,8	0,2
Abbigliamento e calzature	0,6	-0,5	0,0	-1,0	-1,3	-1,3	-1,3
Beni e servizi per la casa	0,9	-0,4	-0,4	-0,4	0,1	1,0	0,7
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	-0,7	-0,2	-1,2	-2,3	-0,6	-1,3

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 consumo³, per il mese di marzo 2017 si stima, rispetto a febbraio, un

aumento dello 0,2%. Nel confronto con marzo del 2016 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al +1,6%.

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					
Apr. '16	-0,1	0,2	-2,5	0,7	1,4
Mag	0,3	0,4	0,0	0,5	0,5
Giu	0,1	0,1	0,0	0,8	0,1
Lug	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 (0,2)	1,4 (0,2)	0,5 (0,3)	0,7 (0,3)	0,1 (0,1)
Mar. (**)	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Apr. '16	-0,5	-0,1	-2,4	-2,9	0,9
Mag	-0,3	0,2	-2,4	-2,9	0,6
Giu	-0,4	0,2	-2,4	-2,3	0,4
Lug	-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 (1,3)	3,8 (2,6)	0,0 (-0,2)	4,9 (4,5)	1,1 (1,0)
Mar. (**)	1,6	4,2	0,2	4,3	1,1

(*) Il dato ISTAT di febbraio è definitivo. 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](#)).