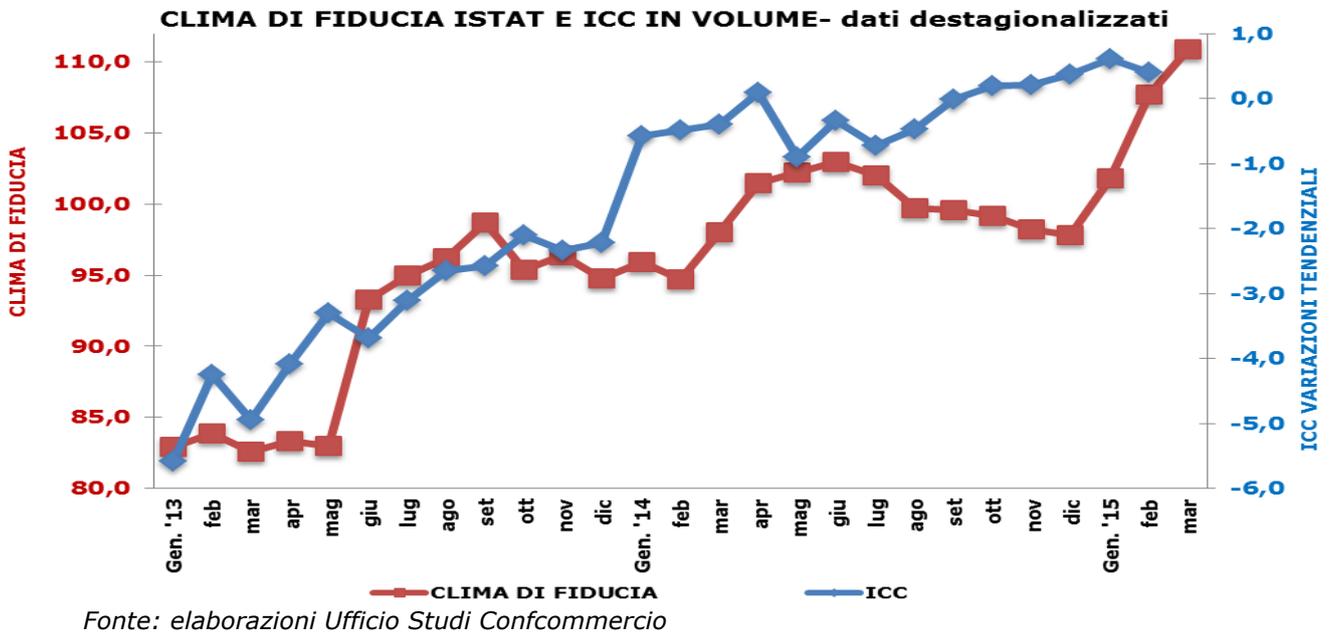
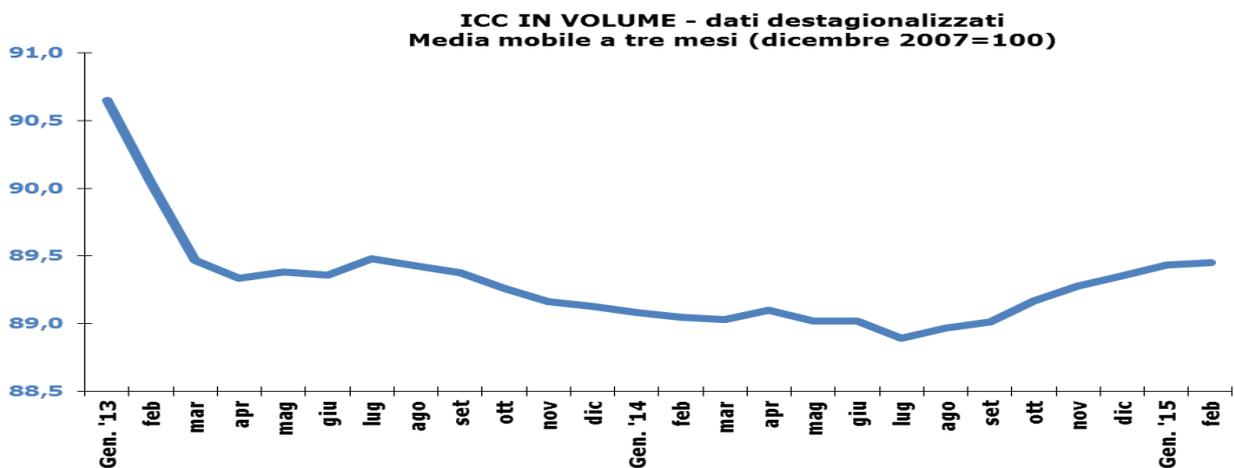


**FIG. 1****FIG. 2**

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

Il modesto calo registrato dall'ICC a febbraio rispetto a gennaio (tab. 1) riflette il risultato di un'invarianza della domanda per i servizi e di un calo della domanda di beni.

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, gli unici incrementi, rispetto a gennaio, hanno riguardato la domanda di beni e servizi per la mobilità (+0,5%), grazie all'andamento positivo delle vendite di auto, e la domanda di beni e servizi per la casa (+0,1). Una riduzione significativa ha interessato a febbraio sia la spesa per abbigliamento e calzature (-0,8%) che ha perso quanto recuperato a gennaio, mese in cui si sono svolti i saldi, sia la spesa per alimentari, bevande e tabacchi (-0,4%).

La tendenza al ridimensionamento, seppur modesto, ha riguardato anche i beni e servizi per la cura della persona (-0,2%), i beni e i servizi ricreativi (-0,1%), i beni e servizi per le comunicazioni (-0,1%), gli alberghi, pasti e consumi fuori casa (-0,1%).

**TAB. 1 - ICC IN QUANTITA' - VARIAZIONI CONGIUNTURALI (dati destagionalizzati)**

	2014								2015			
	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB
<b>SERVIZI</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>-1,0</b>	<b>0,7</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,0</b>
<b>BENI</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,2</b>
di cui alimentari e bevande	-0,3	1,1	-0,9	0,2	-0,4	-0,1	0,2	0,0	0,1	0,0	0,5	-0,2
<b>TOTALE</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,1</b>
Beni e servizi ricreativi	0,1	-0,4	0,4	-0,5	0,0	-0,2	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,4	-0,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	-0,1	-1,2	1,2	-1,6	0,8	0,4	0,2	0,5	0,5	-0,8	-0,1
Beni e servizi per la mobilità	-0,9	-1,3	0,3	0,6	1,3	1,0	0,0	1,1	-0,4	-0,1	0,1	0,5
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,2	1,2	0,0	0,1	0,4	0,2	0,6	-0,5	0,3	0,1	1,2	-0,1
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	0,1	-0,2	-0,2	0,0	0,0	0,1	0,1	-0,1	0,3	0,1	-0,2
Abbigliamento e calzature	0,1	-0,2	-0,3	0,1	0,1	0,1	-0,4	-0,3	0,2	-0,2	0,7	-0,8
Beni e servizi per la casa	0,2	0,0	0,0	0,0	-0,4	0,1	0,1	0,1	-0,1	-0,3	0,2	0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,7	1,6	-1,2	0,1	-0,3	-0,1	0,1	0,1	0,2	-0,1	0,3	-0,4

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

La crescita tendenziale dell'ICC di febbraio (+0,4%), in attenuazione rispetto al mese precedente, riflette l'andamento positivo della domanda per i servizi (+0,6%) e per i beni (+0,3%). A febbraio si sono riscontrati incrementi significativi, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, per i beni e servizi per le comunicazioni (+3,4%) e per i beni ed i servizi per la mobilità (+2,4%).

Più contenuta è risultata la crescita per alberghi, pasti e consumi fuori casa (+0,9%) mentre è rimasta invariata la spesa per beni e servizi per la cura della persona.

Una riduzione dei consumi, su base annua, si è registrata per l'abbigliamento e calzature (-1,0%) mentre più modesto è stato il calo della spesa per quanto riguarda gli alimentari, bevande e tabacchi (-0,4%), i beni e servizi ricreativi (-0,3%) e i beni e servizi per la casa (-0,1%).

**TAB. 2 - ICC IN QUANTITA' - VARIAZIONI TENDENZIALI (dati destagionalizzati)**

	2013	2014		2015			
	ANNO	ANNO	III Trim	IV Trim	Dic	Gen	Feb
<b>SERVIZI</b>	<b>-3,2</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,3</b>	0,7	0,3	0,6
<b>BENI</b>	<b>-3,5</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,2</b>	0,2	0,7	0,3
<b>TOTALE</b>	<b>-3,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,3</b>	0,4	0,6	0,4
Beni e servizi ricreativi	<b>-3,5</b>	<b>-0,4</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,9</b>	-0,9	-0,1	-0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	<b>-3,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,8</b>	<b>0,9</b>	1,7	0,4	0,9
Beni e servizi per la mobilità	<b>-7,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>3,2</b>	2,1	1,9	2,4
Beni e servizi per le comunicazioni	<b>-0,2</b>	<b>5,0</b>	<b>5,7</b>	<b>3,8</b>	3,4	4,3	3,4
Beni e servizi per la cura della persona	<b>-2,4</b>	<b>-0,8</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,2</b>	0,2	0,3	0,0
Abbigliamento e calzature	<b>-3,1</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,8</b>	-0,5	0,8	-1,0
Beni e servizi per la casa	<b>-2,5</b>	<b>-1,4</b>	<b>-1,5</b>	<b>-1,0</b>	-1,1	-0,4	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	<b>-3,7</b>	<b>-1,1</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,7</b>	-0,3	0,2	-0,4

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

## 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, per il mese di aprile 2015 si stima una variazione dei prezzi dello

0,1% rispetto a marzo e del -0,2% su base annua. Il dato mensile, che secondo le stime dovrebbe lasciare l'Italia ancora in deflazione, riflette il bilanciarsi degli aumenti stagionali attesi per i trasporti ed i servizi ricettivi e di ristorazione e le diminuzioni di luce e gas all'interno del capitolo relativo all'abitazione.

**TAB. 3 - STIMA SULL'INFLAZIONE (VARIAZIONI CONGIUNTURALI E TENDENZIALI)**

	INDICE GENERALE	Di cui			
		Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	Trasporti	Servizi ricettivi e di ristorazione
<b>VARIAZIONI CONGIUNTURALI</b>					
Mag. '14	-0,1	0,1	0,0	-0,9	0,7
Giu	0,1	0,1	0,0	0,6	-0,2
Lug	-0,1	-0,9	0,0	1,1	0,1
Ago	0,2	-0,1	-0,1	2,1	-0,5
Set	-0,4	0,2	0,2	-3,0	0,6
Ott	0,1	0,0	0,2	-0,6	0,1
Nov	-0,2	0,7	0,0	-1,4	-1,1
Dic	0,0	0,0	0,0	0,4	-0,5
Gen.'15	-0,4	0,6	-0,1	-3,3	-0,1
Feb.	0,4	0,6	0,0	0,7	0,1
Mar. (*)	0,1 (0,3)	-0,2 (0,1)	0,0 (0,0)	1,3 (1,8)	0,4 (0,5)
Apr. (**)	0,1	0,2	-1,0	0,6	1,0
<b>VARIAZIONI TENDENZIALI</b>					
Mag. '14	0,5	-0,2	0,8	1,3	1,3
Giu	0,3	-0,6	0,6	1,3	1,0
Lug	0,1	-0,7	-0,9	1,5	0,9
Ago	-0,1	-0,5	-1,2	0,8	0,7
Set	-0,2	-0,1	-1,2	0,3	0,1
Ott	0,1	0,1	0,0	0,3	0,7
Nov	0,2	0,5	0,1	-0,3	1,0
Dic	0,0	-0,2	-0,4	-0,9	1,0
Gen.'15	-0,6	0,1	-1,2	-4,2	0,9
Feb.	-0,1	1,0	-1,4	-3,1	1,0
Mar. (*)	-0,1 (0,1)	1,1 (1,4)	-1,4 (-1,5)	-2,1 (-1,6)	0,9 (1,0)
Apr. (**)	-0,2	1,3	-1,7	-2,6	0,5

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

(\*\*) Previsioni.

Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio

## 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, ANCM, 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, consistenti, nell'anno 2013, al 55,0% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 35,5% e per i beni è del 72,9%. Escludendo le spese relative i fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 64,5% per il totale dei consumi e al 51,2% 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)

PROSSIMA USCITA: 7 maggio 2015