

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

10

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 11 (6 dicembre 2016)

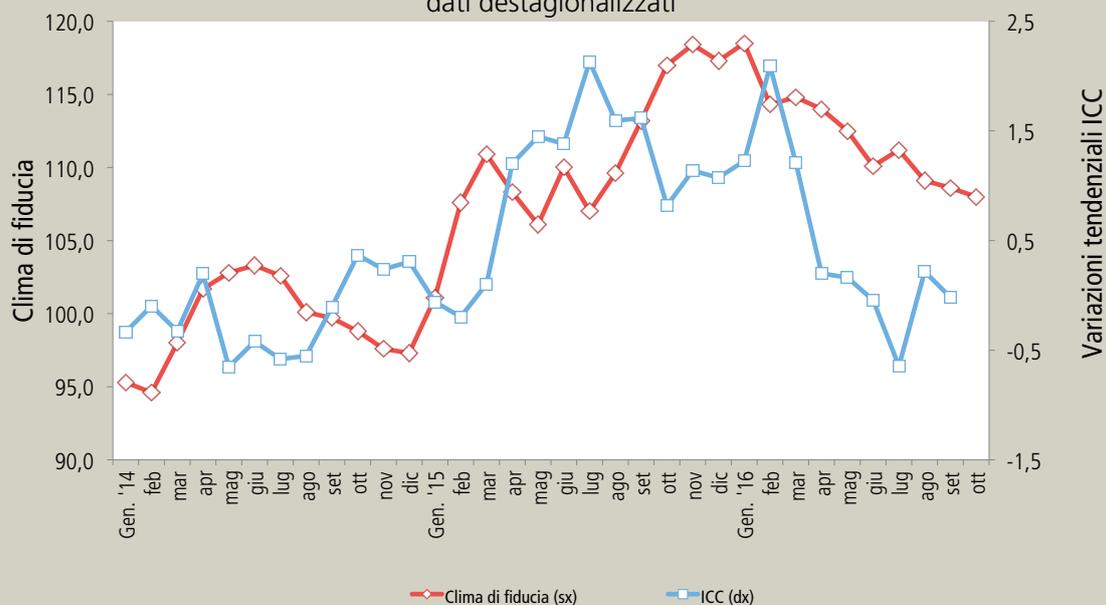
L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a settembre 2016 una diminuzione dello 0,1% rispetto ad agosto e una variazione nulla su base annua¹ (tabb. 1 e 2), un dato che attenua i segnali di ripresa della domanda delle famiglie che erano emersi ad agosto.

In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore mostra, comunque, un contenuto rialzo (fig. 2). Questo incerto comportamento delle famiglie riflette il progressivo

deterioramento nel clima di fiducia, ad ottobre in diminuzione per il terzo mese consecutivo, consolidando un atteggiamento molto prudente nei confronti del consumo.

Più favorevole è risultato, nello stesso mese, l'andamento del *sentiment* delle imprese che ha confermato, dopo il minimo di agosto, la tendenza al miglioramento. Questo dato è, comunque, sintesi di andamenti non omogenei

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

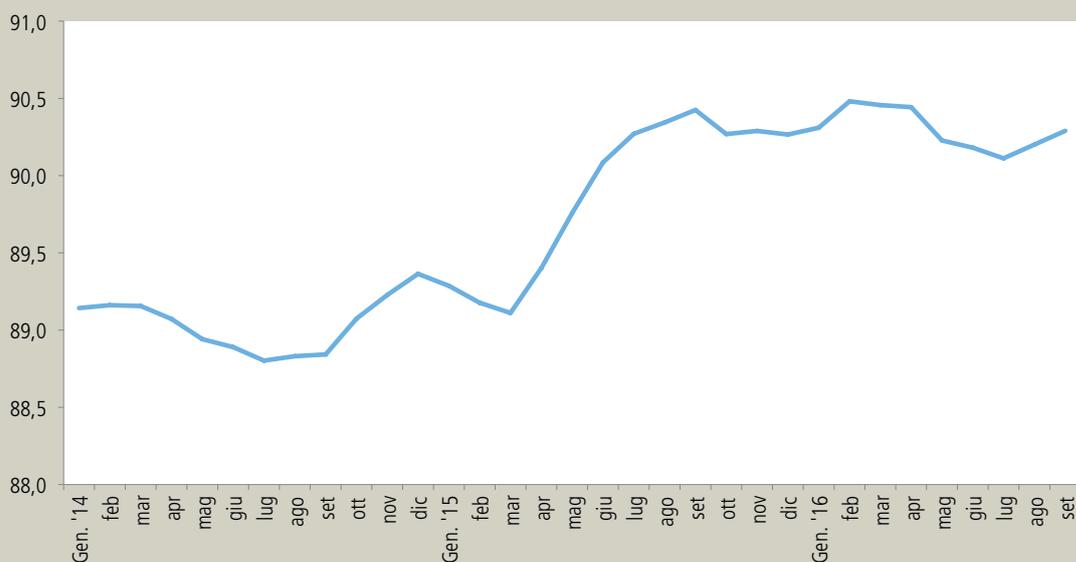


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

¹ 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. 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.

Fig. 2 - ICC in volume - Dati destagionalizzati

Media mobile a tre mesi (dicembre 2007=100)



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

tra gli operatori dei diversi settori, e suscita qualche preoccupazione il prevalere tra gli imprenditori del commercio al dettaglio di un atteggiamento pessimista. Il moderato incremento registrato dalla fiducia nel settore manifatturiero è il riflesso di un miglioramento sul versante dell'attività produttiva. Stando alle valutazioni di Confindustria la produzione industriale, dopo un secondo trimestre complessivamente positivo, dovrebbe essere cresciuta a ottobre dello 0,7% rispetto a settembre. In considerazione del permanere di una tendenza debolmente positiva sul versante degli ordini (ad ottobre si stima un aumento dello 0,5% congiunturale), la tendenza al recupero dell'attività dovrebbe proseguire anche nell'ultima parte dell'anno.

In linea con un contesto economico in cui l'elemento predominante continua ad essere la mancanza di slancio della ripresa, nel mese di settembre l'occupazione ha registrato, in termini congiunturali, una crescita di 45mila unità, confermando una attenuazione della tendenza al recupero registrata nella prima parte del 2016; allo stesso tempo il numero di persone in cerca

d'occupazione è aumentato di 60mila unità rispetto al mese precedente, a segnalare anche una più elevata partecipazione al mercato del lavoro delle persone che nei momenti più critici tendono a rinunciare a cercare un'occupazione. Queste dinamiche hanno determinato un innalzamento del tasso di disoccupazione (dall'11,5% all'11,7%). Nel complesso dei primi nove mesi del 2016 l'andamento del mercato del lavoro risulta, comunque, positivo: il numero di persone impiegate nel processo produttivo ha, infatti, registrato un aumento di 294mila unità. Nello stesso periodo i disoccupati, sono diminuiti di 92mila unità. Le dinamiche che si registrano nel mercato del lavoro si confermano tra gli elementi più positivi del quadro congiunturale, in considerazione sia dei livelli massimi raggiunti nella partecipazione al mercato del lavoro, sia del permanere di una tendenza alla riduzione delle ore di CIG autorizzate (-33,6% a settembre su base annua, -11,6% nel complesso dei nove mesi. Infine nei primi sette mesi del 2016 il rapporto tra le ore autorizzate e quelle effettivamente utilizzate è sceso in misura sensibile.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La diminuzione dello 0,1% registrata dall'ICC a settembre, rispetto ad agosto, deriva da una flessione dello 0,1% della componente relativa ai beni e da una stasi della componente relativa ai servizi.

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, aumenti contenuti riguardano solo la domanda per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (+0,3%), in recupero rispetto alla flessione di agosto, la spesa per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,1%) e per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,1%).

La spesa per i beni e i servizi per le comunicazioni è stabile dopo il lieve incremento di agosto.

Una diminuzione di un certo rilievo ha interessato la spesa per i beni e servizi per la mobilità (-1,0%), dopo il significativo rialzo di agosto guidato dalla vendita di auto e moto ai privati.

Segnali di ridimensionamento della domanda, anche se di modesta entità, hanno caratterizzato la spesa per i beni e servizi per la casa (-0,3%), dove fattori stagionali hanno ridotto l'utilizzo di energia elettrica, la spesa per i beni e i servizi ricreativi (-0,2%) e per l'abbigliamento e le calzature (-0,1%).

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

| | 2015 | | 2016 | | | | | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| | Ott | Nov | Dic | Gen | Feb | Mar | Apr | Mag | Giu | Lug | Ago | Set |
| SERVIZI | -0,1 | -0,5 | 0,2 | 0,2 | 0,4 | -1,1 | -0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,4 | 0,2 | 0,0 |
| BENI | -0,3 | 0,5 | -0,1 | -0,1 | 0,7 | -0,5 | 0,1 | -0,1 | -0,3 | -0,3 | 0,5 | -0,1 |
| di cui alimentari e bevande | -0,3 | 0,3 | 0,0 | -0,2 | 0,3 | -0,4 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | -0,1 | -0,4 | 0,3 |
| TOTALE | -0,2 | 0,2 | 0,0 | 0,0 | 0,6 | -0,7 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | 0,5 | -0,1 |
| beni e servizi ricreativi | -1,0 | -0,7 | 0,4 | 0,3 | 0,5 | -1,6 | 0,2 | -0,2 | 0,1 | -0,2 | 0,0 | -0,2 |
| Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa | 0,2 | -0,4 | 0,0 | 0,2 | 0,2 | -1,0 | -0,2 | 0,0 | 0,5 | 0,6 | 0,3 | 0,1 |
| Beni e servizi per la mobilità | -0,1 | 1,8 | -0,1 | 0,3 | 3,1 | -1,7 | 0,1 | -0,1 | -1,4 | -1,4 | 3,6 | -1,0 |
| Beni e servizi per le comunicazioni | 0,0 | -0,5 | -0,4 | 0,3 | 0,8 | -0,2 | 0,4 | -0,7 | 0,2 | -0,3 | 0,2 | 0,0 |
| Beni e servizi per la cura della persona | 0,4 | 0,0 | -0,1 | -0,2 | 0,5 | 0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Abbigliamento e calzature | -0,1 | 0,0 | 0,0 | -0,1 | 0,1 | -0,2 | 0,1 | -0,2 | 0,2 | -0,1 | 0,1 | -0,1 |
| Beni e servizi per la casa | -0,3 | 0,0 | -0,2 | -0,2 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | 0,1 | -0,2 | 0,5 | -0,1 | -0,3 |
| Alimentari, bevande e tabacchi | -0,5 | 0,6 | 0,0 | -0,3 | 0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,4 | 0,3 |

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

La dinamica tendenziale dell'ICC di settembre ha registrato una stabilità, dopo il contenuto incremento di agosto, che deriva dall'andamento positivo della domanda di servizi (+0,1%) e dalla diminuzione della domanda dei beni (-0,1%).

A settembre 2016 l'unica variazione positiva di un certo rilievo ha interessato la spesa per i beni e i servizi per la mobilità (+2,9%), anche se la dinamica è attenuata rispetto ad agosto.

Incrementi di misura più contenuta, hanno riguardato la domanda per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,7%) e la spesa per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,6%).

La spesa si è ridotta in maniera significativa, rispetto a settembre del 2015, per i beni e i servizi ricreativi (-2,3%) su cui pesa il confronto con l'Expo, e per i beni e i servizi per la casa (-1,1%) che già negli ultimi due mesi avevano evidenziato un calo.

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

| | 2015 | 2016 | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|------|------|------|
| | Anno | I trim | II trim | III trim | Lug | Ago | Set |
| SERVIZI | 1,4 | 1,8 | -0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,7 | 0,1 |
| BENI | 0,8 | 1,4 | 0,4 | -0,4 | -1,2 | 0,0 | -0,1 |
| TOTALE | 1,0 | 1,5 | 0,1 | -0,1 | -0,6 | 0,2 | 0,0 |
| Beni e servizi ricreativi | 3,2 | 1,9 | -0,4 | -1,5 | -0,8 | -1,5 | -2,3 |
| Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa | 0,9 | 1,4 | -1,0 | 0,7 | 0,6 | 0,9 | 0,6 |
| Beni e servizi per la mobilità | 2,8 | 8,8 | 3,8 | 2,3 | -0,9 | 4,8 | 2,9 |
| Beni e servizi per le comunicazioni | -0,6 | -1,1 | -1,5 | -0,7 | -1,4 | -0,6 | -0,1 |
| Beni e servizi per la cura della persona | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,2 | 0,5 | 0,7 |
| Abbigliamento e calzature | 0,5 | 0,2 | 0,0 | -0,2 | -0,3 | -0,1 | -0,3 |
| Beni e servizi per la casa | 0,6 | -0,4 | -0,5 | -1,4 | -2,0 | -1,2 | -1,1 |
| Alimentari, bevande e tabacchi | 0,0 | 0,0 | -0,2 | -0,7 | -0,7 | -0,9 | -0,5 |

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Un ridimensionamento di minore entità ha interessato la domanda di alimentari, bevande e tabacchi (-0,5%), di

abbigliamento e calzature (-0,3%) e di beni e servizi per le comunicazioni (-0,1%).

LE TENDENZE A BREVE TERMINE DEI PREZZI AL CONSUMO

Sulla base delle dinamiche registrate dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo², per il mese di novembre 2016 si stima, rispetto ad ottobre,

una variazione nulla. Nel confronto con novembre del 2015 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al +0,3%, tornando in territorio positivo dopo il calo di ottobre.

² 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 | | | | | |
| Dic. '15 | 0,0 | -0,3 | 0,0 | -0,1 | -0,3 |
| Gen. '16 | -0,2 | -0,2 | -0,6 | -1,1 | -0,3 |
| Feb | -0,2 | -0,1 | 0,0 | -0,9 | 0,1 |
| Mar | 0,2 | -0,2 | 0,0 | 0,8 | 0,3 |
| Apr | -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 (*) | 0,0 (0,2) | 0,0 (0,1) | 0,0 (0,3) | -0,3 (0,0) | -0,3 (0,3) |
| Nov (**) | 0,0 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | -1,0 |
| VARIAZIONI TENDENZIALI | | | | | |
| Dic. '15 | 0,1 | 1,2 | -0,3 | -3,3 | 1,1 |
| Gen. '16 | 0,3 | 0,4 | -0,5 | -1,1 | 1,0 |
| Feb | -0,3 | -0,4 | -0,5 | -2,7 | 1,0 |
| Mar | -0,2 | -0,4 | -0,7 | -3,1 | 1,0 |
| Apr | -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 (*) | -0,1 (0,1) | -0,3 (-0,2) | -2,0 (-1,9) | 0,2 (0,5) | -0,2 (0,4) |
| Nov (**) | 0,3 | -0,3 | -1,9 | 1,2 | 1,1 |

(*) Il dato ISTAT di Ottobre è provvisorio. (**) 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 2015, il 54,3% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 32,2% e per i beni è del 78,9%. Escludendo le spese relative i fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 63,4% 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 2015. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC a base 2015. Per l'abbigliamento e le calzature le serie elementari sono deflazionate con l'IPCA (base 2015).

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](#)).