

# CONSUMI&PREZZI

## Congiuntura Confcommercio

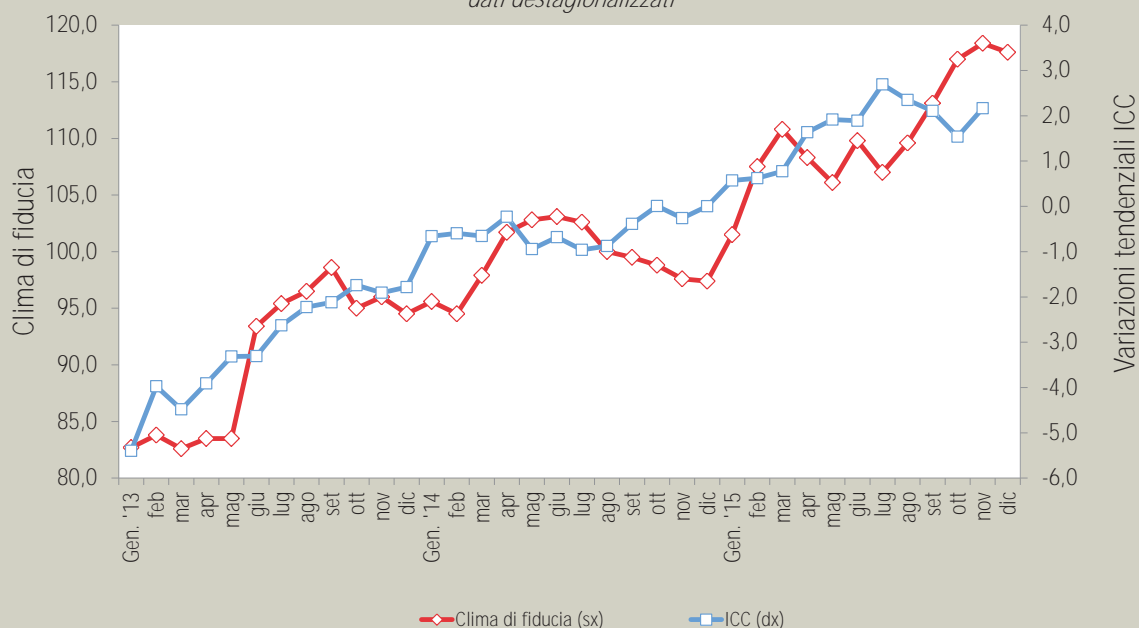


Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 2 (5 febbraio 2016)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a novembre 2015, dopo un trimestre di rallentamento, un aumento dello 0,4% rispetto al mese precedente ed una crescita del 2,2% tendenziale<sup>1</sup> (tab. 1 e 2). Il dato rilevato nell'ultimo mese ha permesso un moderato recupero della media mobile a tre mesi (fig. 2), ad indicare il permanere di una graduale tendenza al miglioramento della domanda da parte delle famiglie.

Il miglioramento rilevato sul versante dei consumi si inserisce in un contesto in cui la fiducia delle famiglie, dopo aver registrato i massimi storici, ha mostrato, a dicembre, un contenuto arretramento. Il dato, che riflette anche gli effetti sul *sentiment* dell'acuirsi delle preoccupazioni sul versante geo-politico, rappresenta, presumibilmente, un aggiustamento fisiologico in considerazione degli elevati livelli raggiunti dall'indicatore nei mesi precedenti.

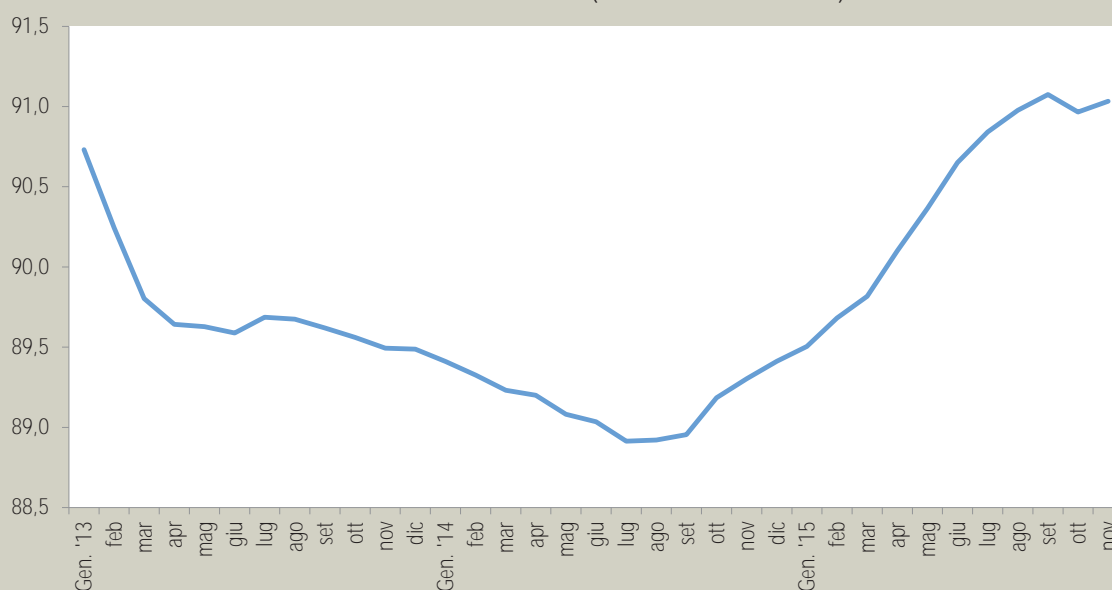
Fig. 1 - Clima di fiducia ISTAT e ICC in volume  
dati destagionalizzati



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

Anche sul versante delle imprese nel mese di dicembre si è registrato un modesto arretramento del clima di fiducia. Il dato è sintesi di differenze di valutazione tra gli operatori dei principali settori di attività economica. Solo gli imprenditori dei servizi di mercato segnalano un miglioramento del *sentiment*. Tra gli operatori delle costruzioni, del commercio al dettaglio e, in misura più contenuta, tra gli imprenditori dell'industria manifatturiera prevale un giudizio negativo

A questo andamento complessivo delle aspettative degli imprenditori si associa un'evoluzione della produzione industriale che, sebbene in recupero rispetto al 2014, evidenzia alcune difficoltà. A dicembre, sulla base delle stime elaborate da Confindustria, si sarebbe registrato un calo dello 0,4% rispetto a novembre. Stando, comunque, alle indicazioni derivanti dagli ordinativi (+0,7% rispetto a novembre), il quadro produttivo dovrebbe registrare un contenuto miglioramento nei primi mesi del nuovo anno. Nonostante la ripresa dell'attività produttiva non abbia ancora assunto toni particolarmente sostenuti, a

novembre l'occupazione, secondo le stime provvisorie, è tornata ad aumentare (+36mila unità rispetto al mese precedente, +206mila su base annua). All'andamento positivo dell'ultimo mese ha contribuito sia la componente dipendente (+8mila unità), sia quella indipendente (+28mila unità).

Nello stesso mese si è rilevata un'ulteriore diminuzione delle persone in cerca di lavoro (-48mila unità in termini congiunturali, -479mila su base annua). Tali andamenti hanno determinato un ridimensionamento del tasso di disoccupazione sceso all'11,3%, 1,7 punti percentuali in meno rispetto a novembre del 2014, il livello più basso degli ultimi anni.

Elementi positivi continuano ad emergere dalla CIG, che segnala, anche a novembre 2015, una riduzione delle ore autorizzate (-38,5% su base annua). Nel complesso degli undici mesi si rileva una flessione del 34,1% rispetto all'analogo periodo del 2014.

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

L'aumento registrato dall'ICC a novembre (+0,4%), rispetto al mese precedente, deriva dalla ripresa, dopo un trimestre di riduzioni, della domanda di beni (+0,7%) e da un calo della spesa relativa ai servizi (-0,2%).

In questo contesto solo tre macrofunzioni di spesa evidenziano un andamento negativo: beni e servizi ricreativi (-0,3%), beni e servizi per le comunicazioni (-0,2%), pasti e consumazioni fuori casa (-0,1%).

L'aumento più significativo (+1,8% rispetto ad ottobre) ha riguardato i beni e servizi per la mobilità influenzati dal positivo andamento delle auto e delle moto. In significativo recupero è risultata anche la spesa per gli alimentari, le bevande ed i tabacchi (+0,9%).

Sia per la spesa per beni e servizi per la cura della persona che per la spesa relativa ai beni e ai servizi per la casa e per l'abbigliamento e le calzature, l'aumento è stato di modeste dimensioni (+0,2%).

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

	2014		2015									
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov
<b>SERVIZI</b>	<b>0,3</b>	<b>0,6</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,2</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>
<b>BENI</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,7</b>
di cui alimentari e bevande	0,3	0,3	-0,4	0,0	0,1	0,2	-0,1	0,5	0,0	-0,2	-0,4	0,7
<b>TOTALE</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,4</b>
Beni e servizi ricreativi	-0,1	0,3	0,1	0,0	1,2	0,1	-0,4	-0,1	0,8	0,3	-0,4	-0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,4	0,1	-0,1	-0,5	0,9	0,7	-0,4	0,1	0,2	0,3	0,1	-0,1
Beni e servizi per la mobilità	0,7	-0,1	1,4	0,5	3,3	-1,1	1,6	1,0	-0,2	-0,3	0,1	1,8
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,2	3,6	-0,4	0,1	1,2	-0,2	-0,5	-0,4	-0,6	-0,4	-0,1	-0,2
Beni e servizi per la cura della persona	0,2	-0,1	-0,1	0,2	0,2	0,0	0,1	0,1	0,1	-0,1	0,3	0,2
Abbigliamento e calzature	0,1	0,2	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2
Beni e servizi per la casa	-0,2	0,1	0,2	0,0	0,3	0,0	0,1	1,8	-1,2	-0,4	-0,3	0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	0,2	0,3	-0,5	0,2	0,0	0,0	0,1	0,4	-0,3	0,0	-0,6	0,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

La dinamica tendenziale dell'ICC di novembre mostra una crescita del 2,2%, in accelerazione rispetto ad ottobre. Questo risultato sintetizza l'andamento positivo sia della domanda relativa ai servizi (+1,9%), sia di quella per i beni (+2,3%).

A novembre 2015 in un contesto di diffuso miglioramento, si osserva una crescita particolarmente sostenuta, su base annua, per la domanda di beni e servizi per la mobilità (+9,0%), andamento a cui hanno contribuito in misura significativa le vendite di auto e motocicli ai privati.

Positivi i risultati per la domanda di beni e servizi per le comunicazioni, per gli alberghi e pasti e i consumi fuori casa (+1,9%), ma anche per la spesa per l'abbigliamento e le calzature e per i beni e servizi ricreativi (+1,6%).

Lievemente più contenuto è stato l'aumento, su base annua, per i beni e i servizi per la cura della persona (+1,2%), per i beni e servizi per la casa e per gli alimentari bevande e tabacchi (+0,7%).

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

	2014	2015					
	Anno	I Trim	II Trim	III Trim	Set	Ott	Nov
<b>SERVIZI</b>	-0,4	0,3	1,6	1,9	2,2	2,1	1,9
<b>BENI</b>	-0,6	0,8	1,9	2,6	2,1	1,3	2,3
<b>TOTALE</b>	-0,5	0,7	1,8	2,4	2,1	1,5	2,2
Beni e servizi ricreativi	-0,2	0,1	1,2	1,9	2,7	2,0	1,6
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	0,0	1,6	2,2	2,3	1,9	1,9
Beni e servizi per la mobilità	0,2	3,4	8,9	8,3	7,5	5,8	9,0
Beni e servizi per le comunicazioni	1,9	4,3	5,0	2,7	1,6	2,6	1,9
Beni e servizi per la cura della persona	-0,3	0,0	0,6	0,9	0,7	1,0	1,2
Abbigliamento e calzature	-0,8	0,2	0,7	1,4	1,6	1,6	1,6
Beni e servizi per la casa	-1,5	0,0	0,4	1,8	1,0	0,4	0,7
Alimentari, bevande e tabacchi	-1,1	-0,1	-0,4	0,8	0,5	-0,6	0,7

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>2</sup>, per il mese di gennaio 2016 si stima, rispetto a dicembre, una riduzione dello 0,2% riflettendo in larga

parte la tendenza alla flessione dei prezzi degli energetici. Nel confronto con gennaio del 2015 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al +0,2%.

<sup>2</sup> 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					
Feb. '15	0,4	0,6	0,1	0,7	0,1
Mar	0,1	-0,2	0,2	1,3	0,3
Apr	0,2	-0,1	-0,9	0,5	1,5
Mag	0,1	0,1	0,0	0,5	0,8
Giu	0,2	0,1	0,0	0,2	0,3
Lug	-0,1	-1,1	-0,2	1,0	-0,1
Ago	0,2	0,0	0,0	0,9	-0,3
Set	-0,4	0,7	0,0	-3,4	0,5
Ott	0,2	0,4	0,9	-0,6	0,6
Nov	-0,4	0,3	0,1	-0,9	-2,2
Dic (*)	0,0 (0,1)	-0,3 (0,1)	0,0 (0,2)	-0,1 (0,5)	-0,3 (-0,3)
Gen. '16 (**)	-0,2	0,3	-0,9	-1,0	-0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Feb. '15	-0,1	1,0	-1,4	-3,1	1,0
Mar	-0,1	1,1	-1,3	-2,1	0,8
Apr	-0,1	1,0	-1,5	-2,7	0,9
Mag	0,1	1,0	-1,4	-1,2	1,1
Giu	0,2	1,0	-1,3	-1,6	1,6
Lug	0,2	0,8	-0,3	-1,8	1,4
Ago	0,2	0,9	-0,2	-2,9	1,6
Set	0,2	1,5	-0,2	-3,3	1,5
Ott	0,3	1,9	-0,4	-3,3	2,1
Nov	0,1	1,5	-0,4	-2,8	0,9
Dic (*)	0,1 (0,2)	1,2 (1,6)	-0,3 (-0,1)	-3,3 (-2,8)	1,1 (0,8)
Gen. '16 (**)	0,2	0,9	-0,7	-1,0	1,0

(\*) Il dato ISTAT di Dicembre 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](#)).