

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

2

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 3 (4 marzo 2016)

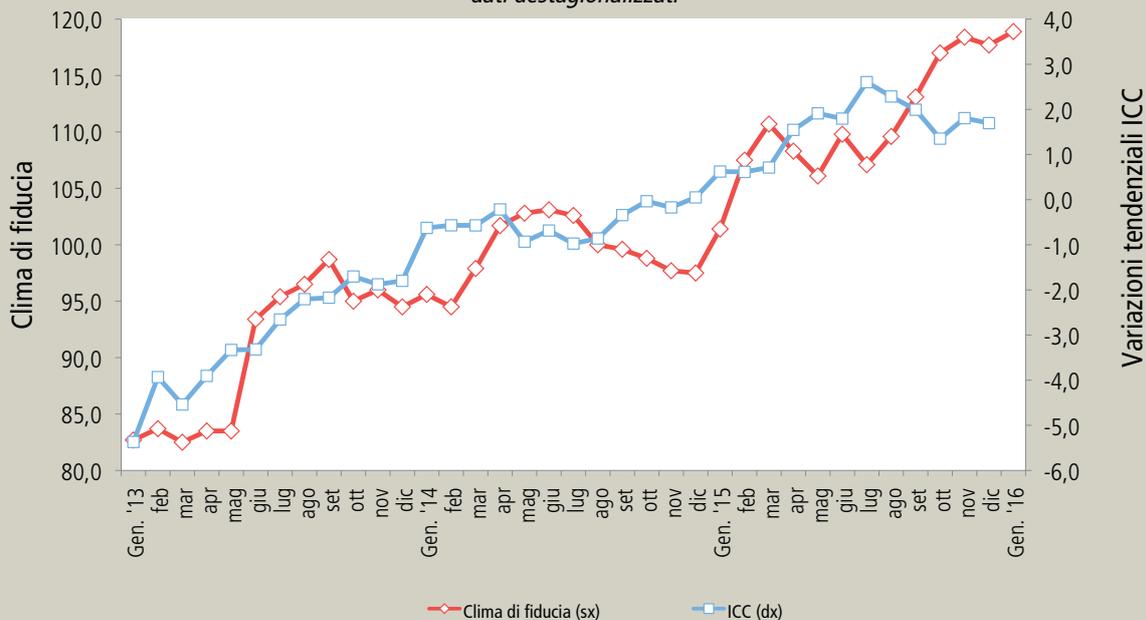
L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a dicembre 2015 un'invarianza rispetto al mese precedente ed una crescita dell'1,7% tendenziale¹ (tab. 1 e 2). Nel complesso del 2015 l'ICC evidenzia una crescita dell'1,6%, la prima dal 2007.

Il dato rilevato nell'ultimo mese ha permesso una stabilizzazione della media mobile a tre mesi (fig. 2). Questi dati si inseriscono in un contesto generale caratterizzato da una ripresa che, seppure

avviata da quasi un anno, presenta ancora elementi di fragilità.

A gennaio il clima di fiducia delle famiglie, dopo l'arretramento di dicembre, è nuovamente salito ai massimi storici. Questo elemento stenta, comunque, a tradursi in una concreta ripresa della domanda. Va detto che la crisi degli ultimi anni si è tradotta non solo in un calo dei consumi, ma anche in una erosione del risparmio cautelativo e in una sensibile riduzione

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

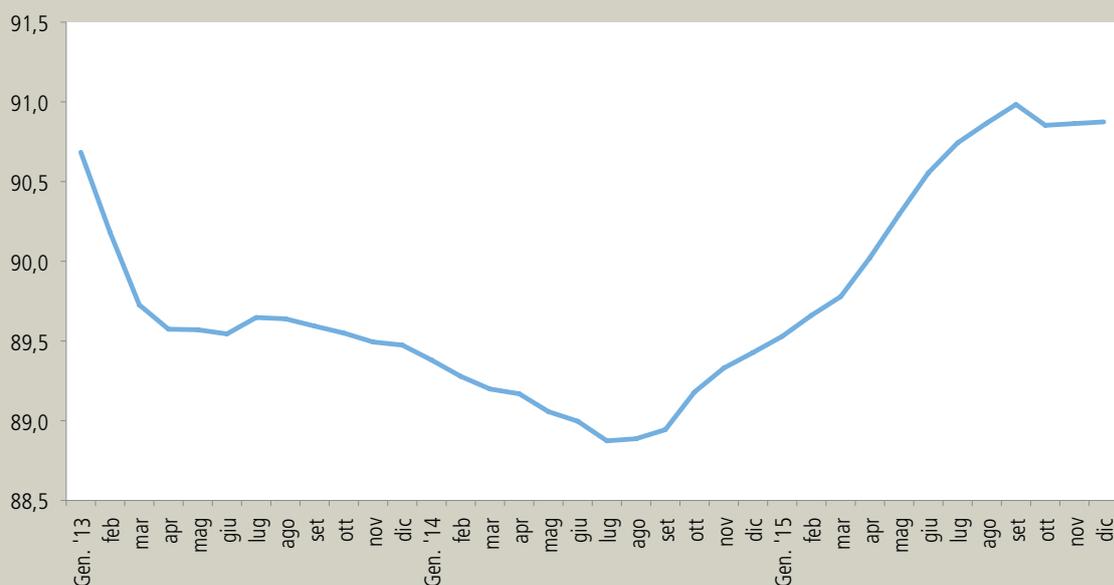


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

della tradizionale forma di investimento delle famiglie (acquisto di abitazioni). In questo momento, alla luce di quanto emerge da altri indicatori, è presumibile che le famiglie stiano cercando forme di riequilibrio tra consumi, risparmio e investimenti e che solo nei prossimi mesi i consumi potranno tornare a crescere a ritmi più sostenuti. Diversa la situazione sul versante delle imprese che nel mese di gennaio hanno manifestato una prevalenza di giudizi tendenti al pessimismo, seppure in misura articolata. Il *sentiment* ha subito un peggioramento più marcato tra gli operatori del servizi di mercato e del commercio al dettaglio, mentre per gli imprenditori delle costruzioni e dell'industria manifatturiera l'arretramento è stato modesto. L'andamento non particolarmente brillante del *sentiment* del manifatturiero si inserisce in un contesto in cui la produzione industriale, pur proseguendo nel sentiero di recupero dell'attività, evidenzia una crescita non particolarmente brillante. Secondo le stime provvisorie di Confindustria a gennaio si è registrato un aumento della produzione industriale dello 0,6% rispetto al mese precedente (+0,2 dicembre). Tale evoluzione segnala, anche alla luce di quanto registrato sul versante degli ordinativi (+0,5 congiunturale a gennaio, +0,8 dicembre), un possibile inizio del 2016 lievemente più favorevole rispetto alla chiusura del 2015.

A dicembre l'occupazione ha registrato una contenuta riduzione su base mensile (-21mila unità) ed un incremento nei confronti dell'analogo mese del 2014 (+109mila unità). Nel complesso del 2015 gli occupati sono aumentati di 176mila unità. Nello stesso mese si è rilevato, dopo cinque mesi, un incremento delle persone in cerca di lavoro (+18mila unità in termini congiunturali). Anche in questo caso sia il confronto su base annua sia il dato complessivo per l'intero 2015 segnalano un miglioramento. Le dinamiche registrate a dicembre hanno comportato una stabilizzazione del tasso di disoccupazione all'11,4%. Nella media del 2015 il rapporto tra le persone in cerca di occupazione e le forze di lavoro è sceso all'11,9%, il valore più basso dell'ultimo triennio.

Anche a dicembre è proseguita la tendenza al ridimensionamento delle ore di CIG richieste (-52,3% su base annua) fenomeno su cui potrebbe aver influito, come nel mese precedente, il blocco autorizzativo sostanzialmente disposto dall'INPS e finalizzato all'allineamento delle procedure alle disposizioni normative introdotte dal d.lgs. N. 148/2015. Nel complesso le 2015 le ore richieste sono diminuite del 35,6% attestandosi al livello più basso dal 2008.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La stabilità registrata dall'ICC a dicembre, rispetto a novembre, è il risultato di una modesta ripresa della spesa relativa ai servizi (+0,1%) dopo il rallentamento negli ultimi due mesi, e di un calo della domanda di beni (-0,1%), che a novembre aveva segnalato un dato positivo.

In questo contesto gli unici incrementi, peraltro di modesta entità, hanno riguardato gli alberghi, i pasti e consumazioni fuori casa (+0,2%), i beni e servizi ricreativi (+0,1%) e l'abbigliamento e le calzature (+0,1%).

Nel mese di dicembre la tendenza al ridimensionamento ha riguardato soprattutto la spesa per i beni e servizi per

la mobilità (-0,4%), dopo l'incremento significativo di novembre, condizionata dal rallentamento delle vendite delle auto e delle moto. In riduzione sono risultati anche i consumi dei beni e servizi per le comunicazioni (-0,2%), che da maggio non segnalano variazioni positive, e dei beni e i servizi per la casa (-0,1%) per i quali ha pesato un minor utilizzo di energia elettrica.

A dicembre sono risultate stabili sia la spesa per gli alimentari, le bevande ed i tabacchi, dopo il risultato positivo di novembre, sia la spesa per beni e servizi per la cura della persona che già dal mese precedente ha evidenziato segnali di rallentamento.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

La crescita tendenziale dell'ICC di dicembre 2015 (+1,7%), in attenuazione rispetto al mese precedente, riflette l'andamento positivo sia della domanda relativa ai servizi (+1,5%), sia di quella per i beni (+1,8%).

In questo mese caratterizzato da risultati positivi, su base annua, per tutte le macro funzioni di spesa, si è riscontrata una variazione positiva di particolare rilievo solo per la domanda di beni e servizi per la mobilità

(+8,1%), confermando il buon andamento già registrato nei mesi precedenti.

Aumenti in misura più contenuta, ed in linea con i risultati del mese precedente, hanno riguardato la spesa per gli alberghi e pasti e i consumi fuori casa (+1,7%), l'abbigliamento e le calzature (+1,4%), i beni e servizi ricreativi (+1,0%) e i beni e servizi per le comunicazioni (+1,0%).

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Un moderato aumento ha evidenziato anche la domanda per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,8%),

per i beni e servizi per la casa (+0,4%) e per gli alimentari bevande e tabacchi (+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 febbraio 2016 si stima, rispetto a gennaio, una variazione nulla dato che riflette in larga

parte la tendenza alla flessione dei prezzi degli energetici. Nel confronto con febbraio del 2015 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al -0,1%.

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

(*) Il dato ISTAT di Gennaio 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](#)).