

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

4

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

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra, a febbraio 2016, una crescita dello 0,3% rispetto a gennaio ed un incremento dell'1,4% tendenziale¹ (tabb. 1 e 2).

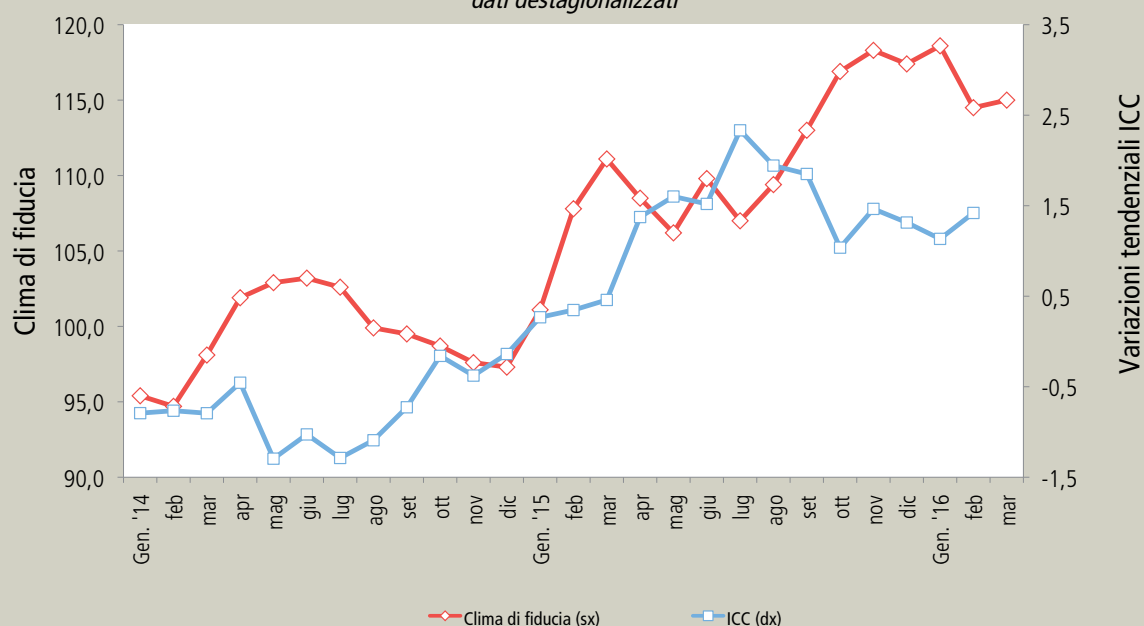
Il contenuto progresso rilevato in termini di media mobile a tre mesi, pur consolidando la tendenza alla ripresa conferma il permanere di un ritmo di recupero dei livelli di consumo piuttosto ridotto (fig. 2).

Questo dato si inserisce in un contesto che, seppure in complessivo miglioramento, continua ad evidenziare

un'alternanza di segnali positivi e temporanee battute d'arresto, testimoniando l'assenza di slancio della ripresa e le difficoltà nel recuperare in tempi relativamente brevi quanto perso in termini di produzione di ricchezza, occupazione e reddito disponibile delle famiglie negli ultimi anni.

Questa situazione di fragilità è ben rappresentata dagli andamenti del clima di fiducia delle famiglie e delle imprese.

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

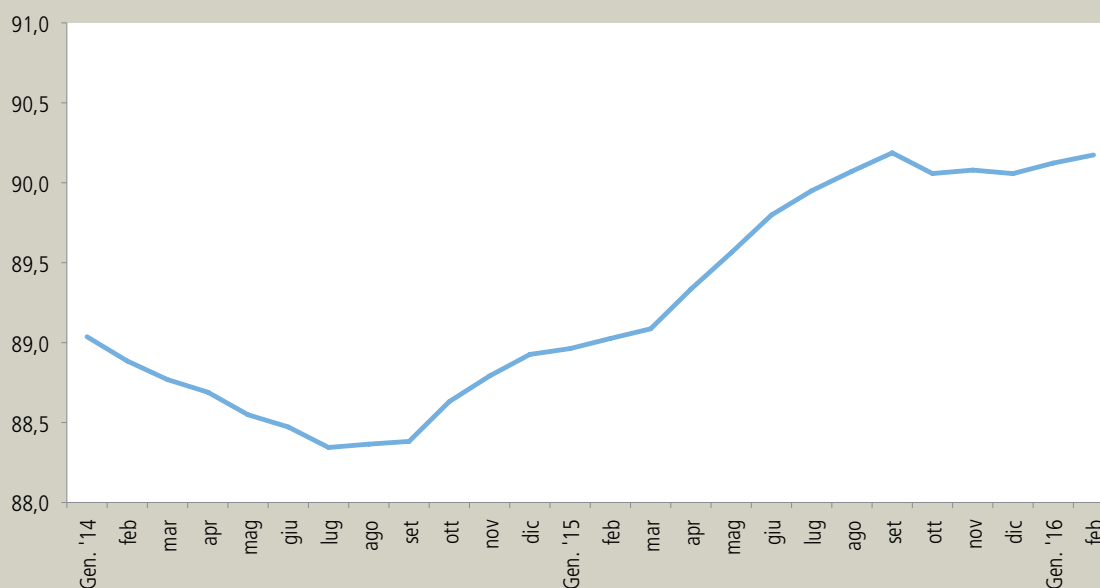


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

Per quanto concerne le famiglie, a marzo si è registrato, dopo il calo di febbraio, un contenuto miglioramento del *sentiment*.

Diverso è l'atteggiamento espresso dalle imprese che segnalano, nello stesso mese, un arretramento dell'indice di fiducia. Solo tra gli imprenditori che operano nella manifattura è emerso un miglioramento delle aspettative, in coerenza con l'andamento della produzione industriale che pur caratterizzata negli ultimi mesi da continue oscillazioni, mostra un progressivo recupero. Stando alle valutazioni provvisorie di Confindustria, a marzo, dopo il calo di febbraio, la produzione dovrebbe essere cresciuta dello 0,5%.

A febbraio sono emersi alcuni elementi di criticità sul versante del mercato del lavoro con una riduzione dei livelli occupazionali (-97mila unità rispetto a gennaio) ed un aumento della disoccupazione (+7mila unità). Queste dinamiche hanno determinato un lieve peggioramento

del tasso di disoccupazione salito all'11,7%. Seppure il confronto annuo segnala un miglioramento (+96mila occupati, -136mila disoccupati) i ritmi di ripresa continuano ad essere discontinui e non consentono facili ottimismo. Saranno molto lunghi i tempi di recupero degli occupati persi durante la crisi, ad oggi ancora oltre le 700mila unità rispetto al massimo di aprile 2008. In termini congiunturali, va comunque segnalata la crescita, per il secondo mese consecutivo, dell'occupazione tra gli indipendenti.

Anche sul versante della CIG si rileva, a febbraio, un peggioramento. Per il secondo mese consecutivo le ore di CIG richieste hanno registrato un aumento su base annua (+1,9% rispetto allo stesso mese del 2015). Quest'evoluzione è stata determinata dalla CIG straordinaria ed in deroga (rispettivamente +11,2% e +115,4%), mentre la componente ordinaria, continua a registrare un calo.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

Rispetto a gennaio l'ICC registra una modesta, ma non trascurabile, crescita (+0,3%) dopo un bimestre in cui la domanda per consumi è risultata molto debole. Tale risultato è derivato da un aumento dello 0,3 % della

domanda dei beni e dello 0,1% della componente relativa ai servizi.

L'aumento più significativo ha riguardato la spesa per i beni e servizi per la mobilità (+2,3%), al cui interno si

è confermato un ritmo molto sostenuto degli acquisti di auto da parte dei privati e della spesa relativa alle moto. Di modesta entità, ma in miglioramento rispetto al mese precedente, è risultata la crescita della spesa per beni e servizi per le comunicazioni (+0,3%), per beni e servizi per la cura della persona (+0,2%) e per abbigliamento e calzature (+0,1%).

Hanno segnalato una variazione pari a zero la spesa per beni e servizi ricreativi, dopo la modesta ripresa registrata

nei due mesi precedenti, i consumi relativi agli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa, che hanno proseguito la stasi già evidenziata a gennaio, ed i consumi di prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi, in modesto recupero sul dato negativo di gennaio.

In riduzione è risultata la domanda per i beni e servizi per la casa (-0,5%) che da agosto 2015 mostra una tendenza al ridimensionamento.

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

	2015										2016	
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	-0,3	1,1	0,3	-0,5	-0,1	0,1	0,7	-0,4	0,0	0,0	0,1	0,1
BENI	0,2	0,7	-0,3	0,3	0,8	-0,3	-0,2	-0,2	0,4	-0,1	0,0	0,3
di cui alimentari e bevande	0,2	0,1	0,1	-0,3	0,4	-0,2	0,0	-0,4	0,2	0,0	-0,1	0,1
TOTALE	0,1	0,8	-0,1	0,1	0,5	-0,2	0,1	-0,3	0,3	-0,1	0,0	0,3
Beni e servizi ricreativi	-0,1	1,0	-0,2	-0,1	-0,5	0,6	1,1	-1,8	-0,5	0,2	0,1	0,0
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,5	0,8	0,8	-0,6	0,0	0,1	0,3	0,1	0,3	-0,1	0,0	0,0
Beni e servizi per la mobilità	0,7	3,2	-0,9	1,6	0,9	-0,1	-0,3	0,4	1,6	-0,2	0,6	2,3
Beni e servizi per le comunicazioni	0,3	2,3	-1,1	-0,3	-0,3	-0,3	-0,1	0,1	-0,2	-0,1	0,2	0,3
Beni e servizi per la cura della persona	0,3	0,1	-0,2	0,3	0,0	0,0	-0,2	0,4	-0,1	0,0	-0,4	0,2
Abbigliamento e calzature	0,0	0,2	0,1	0,0	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,1
Beni e servizi per la casa	-0,2	0,1	-0,1	-0,1	2,2	-1,1	-0,6	-0,4	-0,1	-0,3	0,0	-0,5
Alimentari, bevande e tabacchi	0,3	0,1	0,0	-0,1	0,4	-0,4	0,2	-0,6	0,6	0,0	-0,3	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Nel confronto su base annua l'ICC ha registrato, a febbraio 2016, una crescita dell'1,4%, in miglioramento rispetto al mese precedente, risultato che sintetizza l'andamento positivo sia della domanda relativa ai beni (+1,5%), sia di quella per i servizi (+1,2%).

Rispetto allo stesso mese dello scorso anno, è risultata in deciso miglioramento la spesa per i beni e servizi per la mobilità (+10,1%), con risultati che rafforzano l'andamento positivo già riscontrato nei mesi precedenti. Più contenuto è stato l'aumento, su base annua, per quanto riguarda la spesa per alberghi, pasti e consumi fuori casa (+1,3%), abbigliamento e calzature (+0,7%) e

la spesa per beni e servizi per le comunicazioni (+0,6%), con risultati che migliorano l'andamento del mese precedente.

In lieve rialzo anche la spesa per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,2%) e per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (+0,1%) dopo il rallentamento rilevato a gennaio.

In significativo ridimensionamento è risultata la domanda relativa ai beni e ai servizi per la casa (-1,1%), in riduzione già nel mese precedente, mentre un modesto calo ha interessato la spesa per i beni e i servizi ricreativi (-0,3%).

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

	2014	2015	2016				
	Anno	Anno	I Sem	II Sem	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	-0,4	1,0	0,7	1,4	0,9	1,0	1,2
BENI	-0,9	1,4	1,0	1,8	1,5	1,2	1,5
TOTALE	-0,7	1,3	0,9	1,7	1,3	1,1	1,4
Beni e servizi ricreativi	-0,7	0,5	0,4	0,6	-0,2	-0,3	-0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	0,8	0,3	1,3	0,8	1,1	1,3
Beni e servizi per la mobilità	0,0	6,8	5,8	7,7	7,9	8,6	10,1
Beni e servizi per le comunicazioni	0,2	2,4	3,2	1,7	1,2	0,1	0,6
Beni e servizi per la cura della persona	-0,4	0,6	0,5	0,6	0,4	-0,3	0,2
Abbigliamento e calzature	-0,7	0,6	0,3	0,9	0,8	0,5	0,7
Beni e servizi per la casa	-1,7	0,4	-0,1	0,8	0,0	-0,2	-1,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-1,1	-0,1	-0,3	0,2	0,2	-0,5	0,1

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 consumo², per il mese di aprile 2016 si stima, rispetto a marzo, una diminuzione dello 0,1%, dato che riflette

in larga parte la sensibile diminuzione dei prezzi degli energetici regolamentati. Nel confronto con aprile del 2015 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al -0,5%.

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					
Mag. '15	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	-0,6	-1,1	-0,3
Feb	-0,2	-0,1	0,0	-0,9	0,1
Mar (*)	0,2 (0,0)	-0,2 (-0,2)	0,0 (0,0)	0,8 (0,0)	0,3 (0,2)
Apr (**)	-0,1	-0,1	-3,0	0,6	1,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mag. '15	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	0,4	-0,5	-1,1	1,0
Feb	-0,3	-0,4	-0,5	-2,7	1,0
Mar (*)	0,2 (-0,4)	-0,4 (-0,4)	-0,7 (-0,7)	-3,1 (-3,9)	1,0 (0,9)
Apr (**)	-0,5	-0,4	-2,9	-3,0	0,7

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