

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

5

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 6 (9 giugno 2016)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra, a marzo 2016, un calo dello 0,4% rispetto a febbraio e un incremento dell'1,5% tendenziale¹ (tab. 1 e 2). La variazione di febbraio rispetto a gennaio è stata rivista da +0,3% a +0,7%.

Il dato dell'ultimo mese conferma, in termini di media mobile a tre mesi, il permanere di una moderata tendenza al recupero dei livelli di consumo da parte delle famiglie (fig. 2). Allo stesso tempo evidenzia le

difficoltà della domanda ad intradarsi su un sentiero di sicura crescita.

Tale dinamica si inserisce in un contesto in cui i principali indicatori congiunturali stentano a mostrare andamenti univoci, situazione che pur comportando un progressivo miglioramento del quadro macroeconomico conferma l'assenza di slancio della ripresa.

Il *sentiment* dei consumatori ha evidenziato, ad aprile, un moderato peggioramento rispetto al mese precedente, con

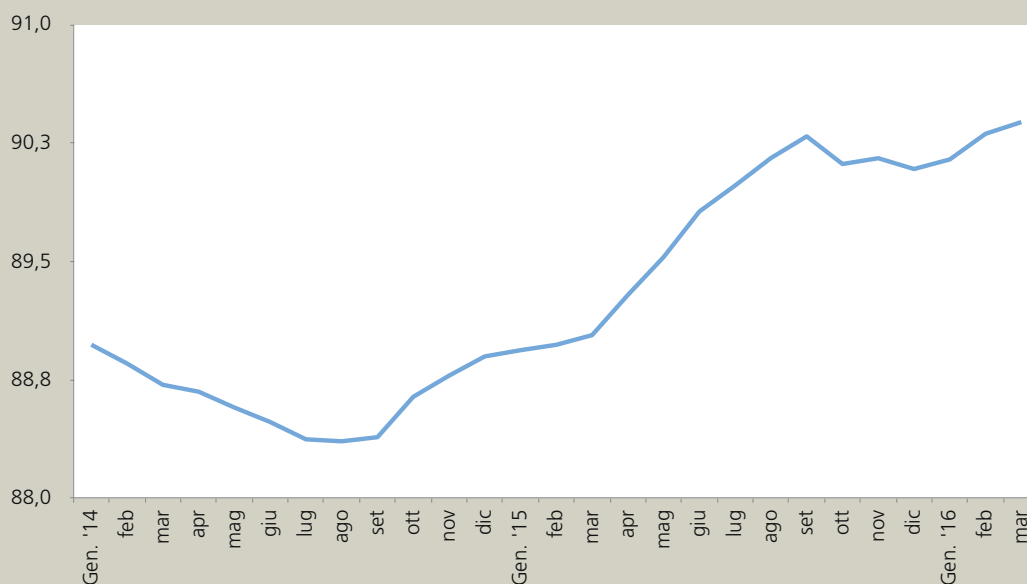
Fig. 1 - Clima di fiducia ISTAT e ICC in volume dati destagionalizzati



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

un deterioramento delle valutazioni sia sulle aspettative economiche del Paese, sia sulla situazione familiare.

Maggiore ottimismo è, invece, emerso sul versante dalle imprese, il cui indice di fiducia ha registrato, nello stesso mese, un rialzo, anche se le valutazioni tra gli operatori dei principali settori di attività economica non sono uniformi. Gli imprenditori della manifattura, delle costruzioni e dei servizi di mercato segnalano un miglioramento del clima di fiducia, mentre tra gli operatori del commercio al dettaglio prevale un giudizio negativo.

Il contenuto miglioramento del manifatturiero appare in linea con il moderato progresso rilevato dalla produzione industriale; stando alle stime di Confindustria, nei mesi di marzo e aprile, dopo il calo di febbraio, la produzione sarebbe cresciuta rispettivamente dello 0,3% e dello 0,1% su base mensile. Stando a quanto rilevato per gli ordinativi (+0,4% congiunturale in entrambi i mesi) questa tendenza al moderato recupero dovrebbe proseguire almeno fino all'inizio dell'estate.

Segnali positivi sono emersi, nel mese di marzo, sul versante del mercato del lavoro. Il numero di occupati è

cresciuto tanto su base mensile (+90mila unità rispetto a febbraio), quanto su base annua (+263mila unità). A questo andamento si è associata una riduzione del numero di persone in cerca d'occupazione (-63mila in termini congiunturali, -274mila rispetto a marzo del 2015). Queste dinamiche hanno determinato un miglioramento del tasso di disoccupazione sceso all'11,4%, valore che non si registrava dalla fine del 2012. Anche in questo caso le dinamiche attuali, caratterizzate da andamenti discontinui nel tempo, appaiono ancora insufficienti a garantire, in tempi rapidi, un recupero significativo dei livelli occupazionali e reddituali delle famiglie. A sottolineare, comunque, la presenza di un quadro lievemente più positivo all'interno del mercato del lavoro, a marzo le ore di CIG richieste sono tornate a diminuire (-15,3% su base annua), dopo un bimestre in cui si era rilevato un aumento. Quest'evoluzione è stata determinata sia dalla CIG ordinaria, sia da quella straordinaria (rispettivamente -22,8% e -16,5%), mentre la componente in deroga continua a mostrare un incremento.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La diminuzione registrata dall'ICC a marzo (-0,4%, tab. 1) deriva da una flessione dello 0,5% della domanda per la componente relativa ai beni e da un modesto calo (-0,1%) della componente relativa ai servizi. L'andamento negativo di marzo segue il buon risultato registrato a febbraio il cui valore (+0,7%), alla luce di una revisione dei dati, risulta più alto di quanto indicato in precedenza. Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, si registra un aumento di modesta entità (+0,1%) solo per i beni e i servizi ricreativi, i beni e i servizi per le comunicazioni, i beni e i servizi per la cura della persona. Una variazione pari a zero si è riscontrata per la spesa per

l'abbigliamento e le calzature, dopo la ripresa registrata nel mese precedente.

Una diminuzione di un certo rilievo ha interessato la spesa per i beni e servizi per la mobilità (-2,2%), dato che segue il recupero delle vendite di autovetture e moto a privati rilevato a febbraio. In lieve ridimensionamento è risultata la domanda per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (-0,3%) caratterizzata da dicembre da una tendenza alla stabilizzazione. In riduzione sono risultati anche i consumi di prodotti alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,2%), e i consumi di beni e servizi per la casa (-0,1%).

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

La dinamica tendenziale dell'ICC a marzo registra una crescita dell'1,5%, in rallentamento rispetto a febbraio. Questo risultato sintetizza l'andamento positivo sia della domanda relativa ai beni (+1,5%), sia di quella per i servizi (+1,4%).

Nel confronto con il mese di marzo del 2015, l'aumento più significativo si è registrato per la spesa per i beni e servizi per la mobilità (+8,2%).

In moderato miglioramento è risultata anche la domanda per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,4%), proseguendo la dinamica positiva dei mesi precedenti, mentre più contenuto è stato l'aumento della spesa per l'abbigliamento e le calzature (+1,1%) e della spesa per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,9%).

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

	2014	2015	2016				
	Anno	Anno	IV trim	I trim	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	-0,4	1,1	1,1	1,3	1,2	1,3	1,4
BENI	-0,9	1,5	1,4	1,6	1,0	2,4	1,5
TOTALE	-0,8	1,3	1,3	1,5	1,0	2,1	1,5
Beni e servizi ricreativi	-0,7	0,6	0,0	0,3	0,0	0,4	0,5
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,5	0,8	0,9	1,3	1,2	1,3	1,4
Beni e servizi per la mobilità	-0,1	6,8	7,4	9,0	7,0	11,9	8,2
Beni e servizi per le comunicazioni	0,2	2,4	1,6	0,3	-0,1	0,6	0,5
Beni e servizi per la cura della persona	-0,3	0,6	0,8	0,6	0,0	0,9	0,9
Abbigliamento e calzature	-0,8	0,7	1,2	0,8	0,2	1,2	1,1
Beni e servizi per la casa	-1,7	0,4	0,1	-0,4	-0,1	-0,6	-0,6
Alimentari, bevande e tabacchi	-1,1	0,0	-0,1	0,2	-0,3	0,8	0,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Un incremento modesto ha interessato la domanda per i beni e i servizi ricreativi (+0,5%), per i beni e i servizi per le comunicazioni (+0,5) e per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (+0,2%).

In riduzione è risultata, anche a marzo, la domanda relativa ai beni e ai servizi per la casa (-0,6% rispetto allo stesso mese del 2015), sui cui continua ad influire il calo dei consumi elettrici.

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 maggio 2016 si stima, rispetto ad aprile, una variazione dello 0,2%, dato che riflette la tendenza

al recupero dei prezzi degli energetici non regolamentati e dell'aumento dei prezzi dei tabacchi. Nel confronto con maggio del 2015 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al -0,3%.

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

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