

# CONSUMI&PREZZI

## Congiuntura Confcommercio

# 7

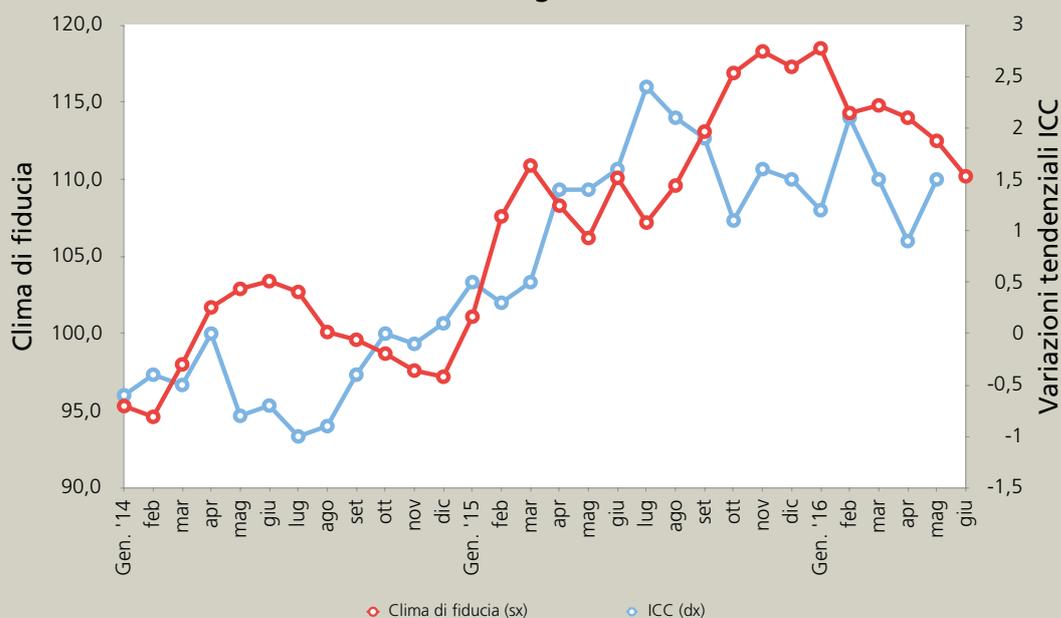
Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 8 (7 settembre 2016)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra, a maggio 2016, una crescita dello 0,3% rispetto ad aprile e un incremento dell'1,5% tendenziale<sup>1</sup> (tabb. 1 e 2).

In termini di media mobile a tre mesi, pur confermandosi una contenuta tendenza al recupero dei livelli di consumo da parte delle famiglie (fig. 2), la dinamica continua ad essere caratterizzata da un'assenza di slancio,

conseguenza di un quadro generale in cui gli elementi d'incertezza, non solo quelli relativi alle dinamiche interne, continuano ad essere molteplici. Si aggiunga che, almeno nella parte iniziale dell'anno, le famiglie hanno scelto di destinare parte dell'aumento del reddito disponibile al risparmio.

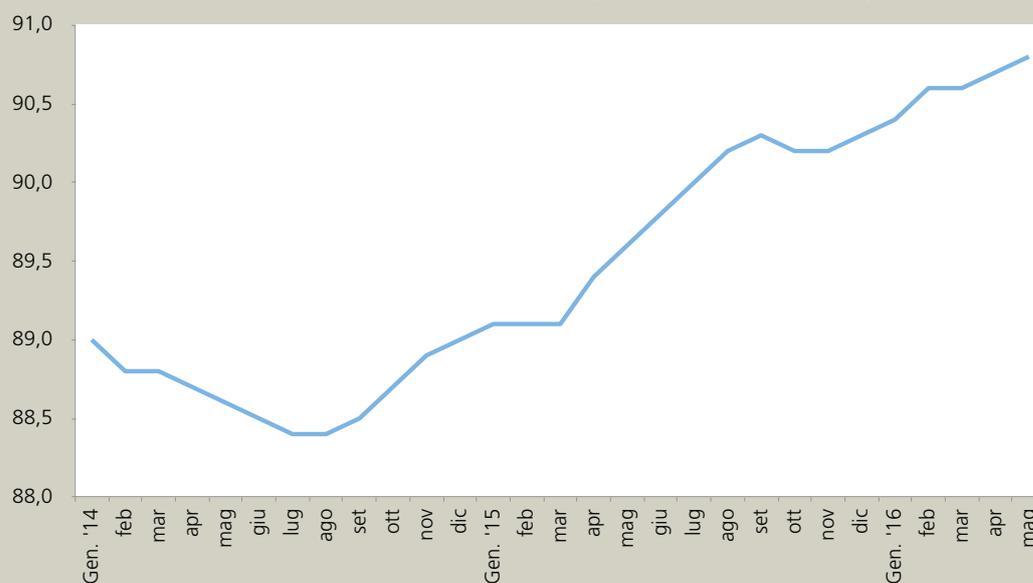
**Fig. 1 - Clima di fiducia ISTAT e ICC in volume dati destagionalizzati**



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<sup>1</sup> 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

In linea con un contesto in chiaroscuro, a giugno il sentiment dei consumatori, ha mostrato un ulteriore peggioramento, tornando sui livelli dello scorso anno. Aspettative meno favorevoli hanno interessato tutte le componenti che concorrono a formare il clima di fiducia. Tra gli operatori economici solo quelli del manifatturiero e delle costruzioni manifestano aspettative positive, mentre il sentiment degli imprenditori dei servizi di mercato e del commercio al dettaglio tende a peggiorare.

Le stime di produzione industriale elaborate da Confindustria segnalano a giugno un calo dello 0,2% su base mensile, dopo che a maggio la dinamica dell'attività produttiva era risultata moderatamente favorevole (+0,3%). Tenuto conto anche del calo degli ordini (-0,4% a giugno), non si prevede un'accelerazione dell'attività nei prossimi mesi.

L'occupazione ha registrato a maggio, per il terzo mese consecutivo, un miglioramento su base mensile (+21mila occupati), un dato provvisorio da considerare molto incerto. A questo andamento si è associata una diminuzione del numero di persone in cerca d'occupazione

(-24mila rispetto al mese precedente), portando a una contenuta diminuzione del tasso di disoccupazione, tornato all'11,5%. Nel complesso dei primi cinque mesi del 2016 il numero di persone impiegate nel processo produttivo ha registrato un aumento di 242mila unità, segnalando una maggiore vivacità del mercato del lavoro rispetto anche al 2015, anno in cui gli incentivi alla creazione di nuova occupazione sono stati consistenti. Nello stesso periodo i disoccupati, che continuano ad approssimarsi ai 3 milioni, sono diminuiti di 157mila unità. Va sottolineato che negli ultimi periodi l'elevato numero di persone in cerca di occupazione riflette anche una più intensa ricerca da parte di persone che si erano tenute ai margini del mercato del lavoro, tendenza che ha portato ad un aumento della partecipazione.

A conferma del progressivo, sia pure non eccezionale, miglioramento in atto all'interno del mercato del lavoro, anche a maggio le ore di CIG richieste sono diminuite (-5,7% su base annua), determinato un calo del 3,7% nel complesso dei primi cinque mesi dell'anno.

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La crescita dello 0,3% registrata dall'ICC a maggio, rispetto ad aprile (tab. 1) sintetizza un aumento dello 0,4% della domanda dei beni e dello 0,1% della componente relativa ai servizi.

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, a maggio la variazione positiva più elevata ha riguardato i beni e servizi per la mobilità (+0,8%).

In ripresa la dinamica della spesa sia per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (+0,5%), che nei due mesi precedenti era risultata debole, sia per l'abbigliamento e le calzature (+0,3%).

Modesti valori positivi hanno interessato anche la domanda per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,2%) dopo che ad aprile l'incremento era stato più significativo, gli acquisti per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,2%), stabili nei due mesi precedenti, e la spesa per i beni e i servizi per la casa (+0,1%).

Una modesta riduzione della spesa ha interessato sia la domanda per i beni e i servizi per le comunicazioni (-0,2%), sia quella per beni e i servizi ricreativi (-0,1%), in rallentamento dopo i risultati positivi registrati ad aprile.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

La crescita tendenziale dell'1,5% dell'ICC a maggio, in miglioramento rispetto al mese precedente, è il risultato dell'andamento positivo della domanda per i beni (+1,7%) e della la domanda di servizi (+1,0%).

Proseguendo la tendenza dei mesi precedenti l'aumento più significativo, su base annua, ha interessato la domanda di beni e di servizi per la mobilità (+7,0%), grazie ai positivi andamenti delle vendite di auto e moto ai privati e dei trasporti aerei.

Più contenuta è risultata la crescita per gli alberghi i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,5%), che registrano, comunque, un andamento più debole rispetto al dato di aprile.

A maggio variazioni positive si sono riscontrate, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, anche per i beni e i servizi per la cura della persona (+1,2%), per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (+1,2%) e per l'abbigliamento e le calzature (+0,9%), tutti segmenti che hanno migliorato l'andamento positivo già riscontrato nel mese precedente.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

In rallentamento, come già rilevato ad aprile, è risultata la spesa per i beni e i servizi per le comunicazioni (-1,5%),

per i beni e i servizi per la casa (-0,2%) e per i beni e i servizi ricreativi (-0,2%).

## 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 luglio 2016 si stima, rispetto a giugno, una variazione dello 0,2%, dato su cui influisce l'aumento dei

prezzi degli energetici regolamentati. Nel confronto con luglio del 2015 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al -0,1%.

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

a

# 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](#)).