

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

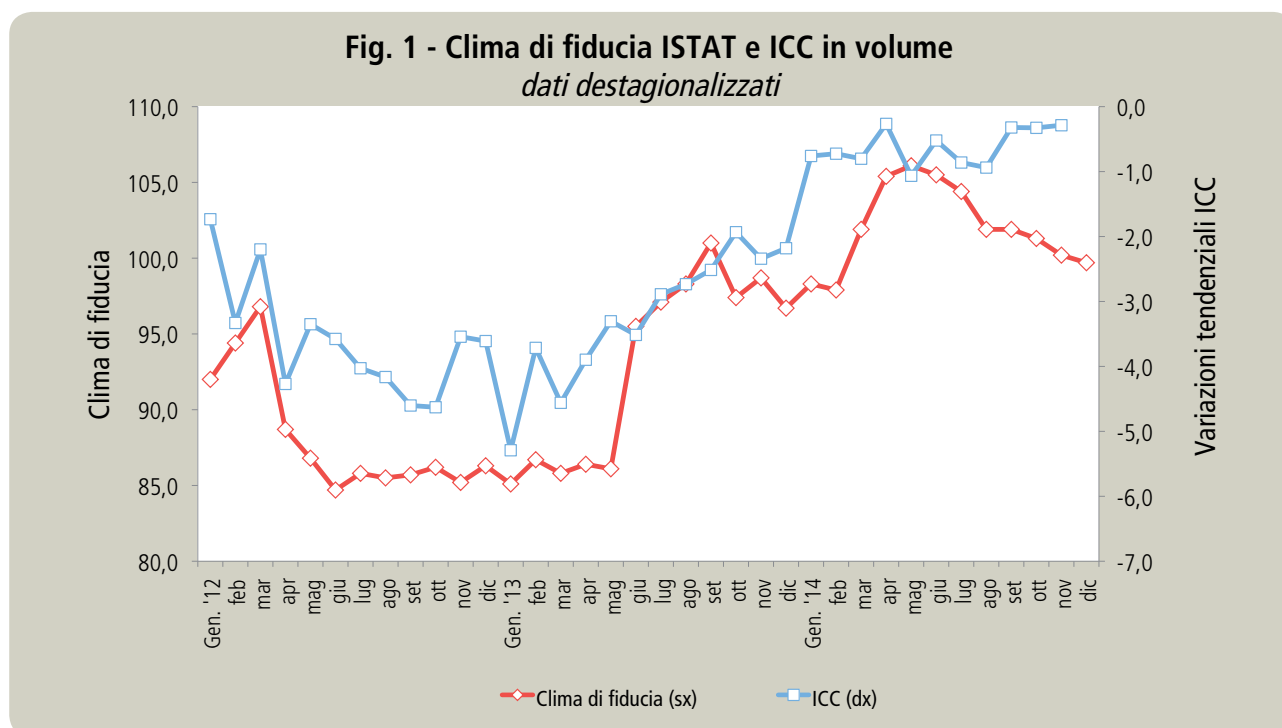


Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 2 (5 febbraio 2015)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a novembre una crescita dello 0,2% rispetto ad ottobre e un calo dello 0,3% tendenziale¹ (tabb. 1 e 2). Il dato dell'ultimo mese, che ha determinato anche un modesto miglioramento della media mobile a tre mesi (fig. 2), pur indicando il proseguimento della fase di lieve recupero dei livelli di consumo da parte delle famiglie si inserisce in un contesto congiunturale difficile, che non sembra

idoneo a supportare, nei prossimi mesi, dinamiche più sostenute della domanda.

Sul versante della fiducia delle famiglie non si avvertono, infatti, segnali positivi, con un ulteriore peggioramento, a dicembre, del *sentiment*. Anche dal lato delle imprese non si registrano attese di un significativo miglioramento, a breve, del quadro economico.

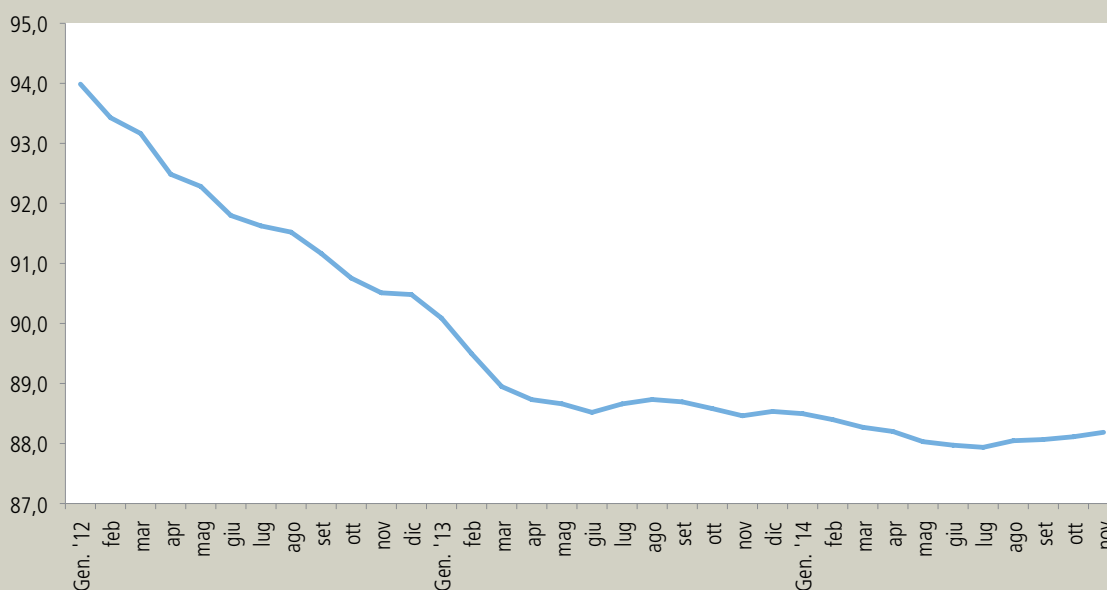


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

¹ Dati destagionalizzati. 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 per la produzione industriale il 2014 non sembra essersi chiuso con apprezzabili impulsi di crescita.

La situazione di stagnazione-recessione in cui si trova il paese da alcuni mesi si è tradotta, a novembre, in un peggioramento delle condizioni del mercato del lavoro. Gli occupati sono diminuiti, rispetto ad ottobre, di 48mila unità (-113mila nel bimestre). Le persone in cerca di occupazione sono aumentate, su base mensile, di 40mila unità (+135mila negli ultimi due mesi) portando il tasso di disoccupazione al 13,4%. Questi dati evidenziano come le aspettative di una ripresa dei livelli occupazionali,

registrate nella parte centrale del 2014, siano ormai rientrate.

A fronte del deterioramento rilevato dai livelli occupazionali, le ore autorizzate di CIG hanno mostrato, a novembre, una sensibile riduzione nei confronti dell'analogo mese del 2013 (-26,9%). Il dato è sintesi di un calo per tutte le tipologie. Anche nel complesso degli undici mesi dell'anno si rileva una diminuzione (-6,1%), andamento a cui fa eccezione solo la CIG straordinaria (+21,7%).

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

Il modesto incremento (+0,2%) registrato dall'ICC a novembre rispetto ad ottobre (tab. 1) è il risultato di un aumento dello 0,6% della domanda per la componente relativa ai servizi e di una stabilità della componente relativa ai beni.

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, si evidenzia un incremento, rispetto ad ottobre, per alberghi, pasti e consumazioni fuori casa (+1,5%) e per i beni e

servizi ricreativi (+0,4%). La spesa per i beni e servizi per la cura della persona e quella per abbigliamento e calzature segnala una stabilità.

In leggero calo risulta la spesa per i beni e servizi per le comunicazioni (-0,5%) e per gli alimentari e tabacchi (-0,2%). In flessione sono risultati anche i consumi relativi ai beni e ai servizi per la mobilità (-0,1%) e per la casa (-0,1%).

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

	2013		2014									
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov
SERVIZI	-0,1	-0,7	-0,1	0,3	-0,9	-0,5	0,5	-1,0	0,6	-0,3	0,1	0,6
BENI	0,0	-0,1	0,0	-0,3	0,3	-0,3	0,1	0,5	-0,1	0,1	0,1	0,0
di cui alimentari e bevande	-1,0	0,0	0,1	-0,2	1,0	-0,9	0,0	0,6	0,0	0,1	0,1	-0,3
TOTALE	0,0	-0,3	0,0	-0,1	-0,1	-0,4	0,3	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,2
Beni e servizi ricreativi	0,1	-0,1	0,1	-0,3	0,0	0,8	-0,3	0,1	-0,7	-0,9	-0,4	0,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,1	-0,7	-0,4	0,4	-1,4	-1,4	1,1	-1,5	0,9	-0,3	0,2	1,5
Beni e servizi per la mobilità	1,6	-1,2	0,0	-0,8	-0,6	0,4	0,6	1,9	0,2	0,2	1,2	-0,1
Beni e servizi per le comunicazioni	0,4	0,5	0,4	0,1	-0,4	0,1	0,5	0,0	0,8	0,4	0,1	-0,5
Beni e servizi per la cura della persona	0,2	0,0	-0,1	0,0	-0,2	-0,2	0,2	0,0	0,0	-0,3	0,1	0,0
Abbigliamento e calzature	-0,6	0,4	0,2	-0,1	-0,1	-0,2	-0,3	0,2	-0,2	-0,3	-0,3	0,0
Beni e servizi per la casa	-0,1	-0,5	-0,1	0,0	0,1	-0,2	0,1	-0,5	0,0	0,3	0,0	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-1,0	0,1	0,0	-0,4	1,3	-1,0	0,0	0,5	-0,1	0,2	0,0	-0,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

La diminuzione tendenziale dell'ICC di novembre (-0,3%), in linea con quanto rilevato il mese precedente, riflette un calo significativo (-1,6%) della domanda relativa ai servizi e un incremento, di modesta entità, della spesa per i beni (+0,3%).

A novembre le uniche variazioni positive, su base annua, si riscontrano per i beni ed i servizi per la mobilità (+3,4%), grazie all'andamento delle vendite di auto ai privati, e per

i beni e servizi per le comunicazioni (+2,5%). In forte calo risultano i beni e servizi ricreativi (-1,3%), gli alberghi, pasti e consumi fuori casa (-1,3%), l'abbigliamento e calzature (-1,3%) e i beni e servizi per la casa (-1,1%). Una flessione inferiore all'1,0% ha interessato gli alimentari, bevande e tabacchi, e i beni e servizi per la cura della persona.

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

	2013	2014			Set	Ott	Nov
	Anno	I trim	II trim	III trim			
SERVIZI	-3,0	-0,4	-0,7	-1,5	-1,1	-1,3	-1,6
BENI	-3,4	-0,9	-0,6	-0,4	0,0	0,1	0,3
TOTALE	-3,3	-0,8	-0,6	-0,7	-0,3	-0,3	-0,3
Beni e servizi ricreativi	-3,3	1,2	-0,4	-1,7	-1,3	-1,4	-1,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-3,0	-1,5	-1,6	-2,3	-1,6	-1,5	-1,3
Beni e servizi per la mobilità	-6,5	-0,1	-1,4	1,0	1,7	3,1	3,4
Beni e servizi per le comunicazioni	0,0	4,0	5,1	5,5	5,8	2,8	2,5
Beni e servizi per la cura della persona	-2,5	-1,1	-1,1	-0,8	-1,0	-0,4	-0,5
Abbigliamento e calzature	-3,0	-0,6	-1,0	-0,9	-0,8	-1,2	-1,3
Beni e servizi per la casa	-2,2	-1,8	-1,3	-1,5	-0,9	-0,8	-1,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,9	-1,9	-0,3	-0,8	-0,6	-0,8	-0,5

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 gennaio 2015 si stima una diminuzione dei prezzi dello 0,2% rispetto a dicembre e dello 0,4% su base annua, dato che riporterebbe l'Italia in deflazione.

La dinamica attesa per gennaio è imputabile, oltre alla diminuzione degli energetici (regolamentati e non), alla stabilità in molti segmenti di consumo in linea con il permanere della debolezza della domanda.

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. '14	-0,1	-0,3	0,3	-0,4	0,0
Mar	0,1	-0,3	0,1	0,3	0,5
Apr	0,2	0,0	-0,7	1,1	1,3
Mag	-0,1	0,1	-0,1	-0,9	0,7
Giu	0,1	0,1	-0,1	0,6	-0,2
Lug	-0,1	-0,9	-1,2	1,1	0,1
Ago	0,2	-0,1	-0,1	2,1	-0,5
Set	-0,4	0,2	0,0	-3,0	0,6
Ott	0,1	0,0	1,1	-0,6	0,1
Nov	-0,2	0,7	0,1	-1,4	-1,1
Dic (*)	0,0 (0,1)	0,0 (0,4)	-0,1 (0,2)	0,4 (0,4)	-0,6 (-0,3)
Gen. '15 (**)	-0,2	0,4	-0,5	-1,4	0,0
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Feb. '14	0,5	0,9	0,6	0,7	1,1
Mar	0,4	0,6	0,7	0,0	0,8
Apr	0,6	0,4	0,8	1,7	0,9
Mag	0,5	-0,2	0,8	1,3	1,3
Giu	0,3	-0,6	0,6	1,3	1,0
Lug	0,1	-0,7	-0,9	1,5	0,9
Ago	-0,1	-0,5	-1,2	0,8	0,7
Set	-0,2	-0,1	-1,2	0,3	0,1
Ott	0,1	0,1	0,0	0,3	0,7
Nov	0,2	0,5	0,1	-0,3	1,0
Dic (*)	0,0 (0,1)	-0,2 (0,2)	-0,3 (-0,1)	-0,9 (-0,9)	0,9 (1,0)
Gen. '15 (**)	-0,4	-0,2	-1,2	-2,3	0,9

(*) 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

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.

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, consistenti, nell'anno 2013, al 55% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 35,5% e per i beni è del 72,9%. Escludendo le spese relative ai fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 64,5% per il totale dei consumi e al 51,2% 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](#)).