

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

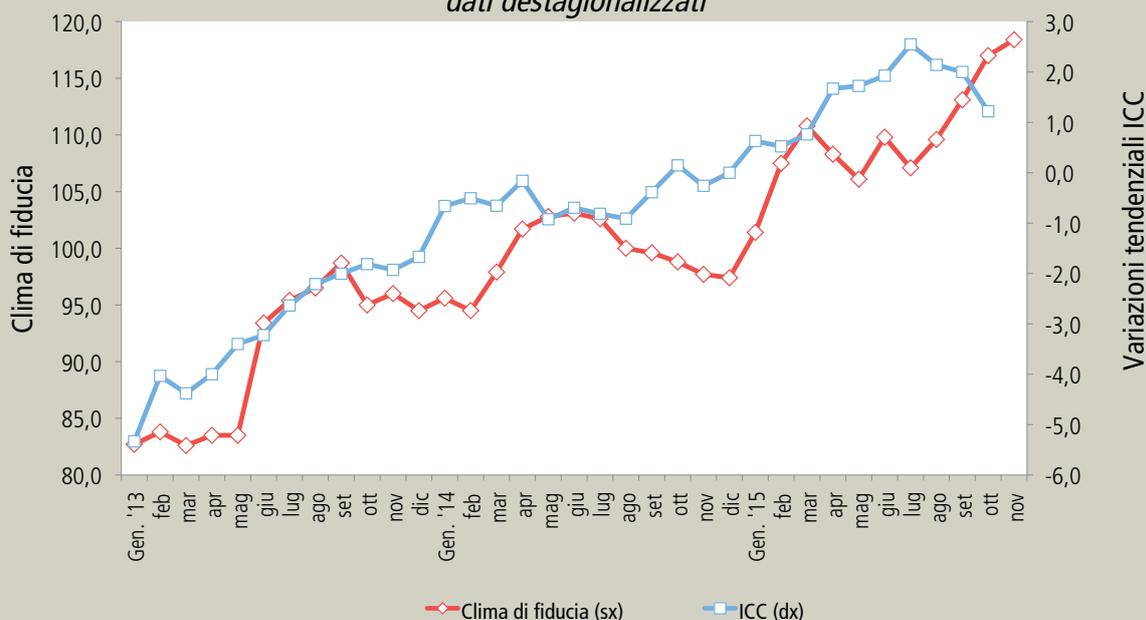


Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 1 (12 gennaio 2016)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra ad ottobre 2015 un calo dello 0,3% rispetto al mese precedente ed una crescita dell'1,2% tendenziale¹ (tab. 1 e 2). Il dato di settembre è stato rivisto al rialzo da -0,1% a +0,1%. Dopo oltre un anno il dato in termini di media mobile a tre mesi segnala un contenuto ridimensionamento (fig. 2), ad indicare una ripresa che, seppure avviata, stenta a trovare continuità e un'apprezzabile intensità.

La debolezza dei consumi si confronta con un'ulteriore progresso, a novembre, del clima di fiducia delle famiglie. Il dato, che riflette solo in parte gli effetti sul *sentiment* dei tragici fatti di Parigi, è sintomatico di un atteggiamento positivo verso le prospettive del Paese, che tardano, però, a tradursi in una crescita della domanda. E' presumibile che le famiglie, dopo una prima fase in cui hanno accresciuto i consumi, soprattutto di durevoli, stiano ora cercando di ricomporre, almeno in parte, il risparmio perso durante la lunga crisi.

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

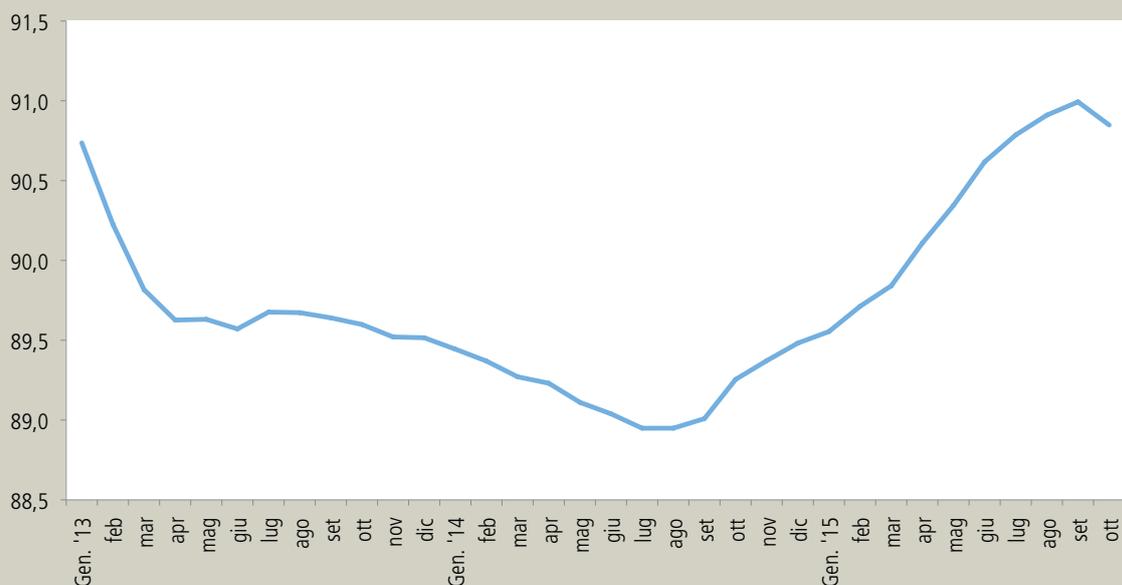


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

Maggiore prudenza emerge, a novembre, presso le imprese.

Vi sono differenze di valutazione tra gli operatori dei principali settori di attività economica. Solo gli imprenditori delle costruzioni e dei servizi di mercato segnalano un miglioramento del clima di fiducia, mentre tra gli operatori del commercio al dettaglio e gli imprenditori dell'industria manifatturiera prevale un giudizio negativo.

A questo andamento complessivo del *sentiment* si associa un'evoluzione della produzione industriale che, sebbene in recupero, evidenzia dinamiche ancora contenute, con un incremento a novembre, secondo le stime di Confindustria, dello 0,1% congiunturale. Stando alle indicazioni derivanti dagli ordinativi (+0,3% rispetto ad ottobre) questa tendenza non particolarmente sostenuta dovrebbe proseguire anche nei prossimi mesi, conseguenza dell'emergere di alcune difficoltà sul versante estero.

La debolezza della ripresa ha determinato negli ultimi due mesi un rallentamento nel recupero dei livelli occupazionali. Secondo le stime provvisorie a ottobre l'occupazione è diminuita di 39mila unità rispetto al mese precedente (+75mila su base annua). Tale andamento è derivato esclusivamente dalla componente indipendente che si è ridotta, rispetto a settembre, di 44mila unità (-83mila in un anno). Nello stesso mese si è rilevata una diminuzione delle persone in cerca di lavoro (-13mila in termini congiunturali, -410mila su base annua). Tali andamenti hanno determinato un modesto ridimensionamento del tasso di disoccupazione sceso all'11,5%.

Elementi positivi continuano ad emergere dalla CIG che segnala una ulteriore riduzione delle ore autorizzate. Ad ottobre si è, infatti, registrato un calo su base annua del 44,7%. Nel complesso dei primi dieci mesi si rileva una flessione del 33,7% rispetto all'analogo periodo del 2014.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

Il calo registrato dall'ICC ad ottobre, rispetto al mese precedente, deriva dalla flessione dello 0,4% della

domanda di beni e da un incremento di modesta entità (+0,1%) della domanda relativa ai servizi.

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, l'unico aumento che si registra rispetto a settembre, riguarda la spesa per gli alberghi, i pasti e i consumi fuori casa (+0,2%), segmento che da agosto continua ad evidenziare lievi incrementi positivi.

Stabile è risultata la spesa per beni e servizi per la cura della persona, dopo la frenata registrata a settembre.

Una riduzione significativa, dopo il positivo risultato di settembre, ha interessato la domanda per i beni e i servizi per la mobilità (-0,7%), a seguito di un calo, in termini congiunturali, sia della domanda di autovetture da parte dei privati sia del consumo di carburanti.

Anche ad ottobre si è ridotta la spesa relativa ai beni e ai servizi per la casa (-0,5%), riflettendo, come già nel mese precedente, gli effetti di una minore domanda di elettricità da parte delle famiglie.

In riduzione sono risultate tanto la spesa per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,4%), dopo il modesto recupero di settembre, quanto la domanda di beni e servizi ricreativi (-0,3%).

In contenuto ridimensionamento è stata anche la spesa per i beni e i servizi per le comunicazioni (-0,2%), in rallentamento da maggio soprattutto per la componente relativa ai servizi.

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

	2014		2015									
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott
SERVIZI	0,0	0,4	0,4	-0,1	-0,4	1,1	0,4	-0,5	-0,1	0,2	0,2	0,1
BENI	-0,5	0,1	0,3	0,0	0,3	0,7	-0,4	0,6	0,7	-0,5	0,1	-0,4
di cui alimentari e bevande	-0,5	0,4	0,3	-0,3	0,1	0,1	0,2	-0,1	0,5	0,0	-0,2	-0,2
TOTALE	-0,3	0,2	0,4	0,0	0,1	0,8	-0,2	0,2	0,5	-0,3	0,1	-0,3
Beni e servizi ricreativi	0,2	0,2	0,0	0,1	0,0	0,8	-0,1	-0,1	-0,3	0,8	-0,1	-0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,2	0,4	0,0	-0,1	-0,6	1,1	0,8	-0,5	0,0	0,2	0,3	0,2
Beni e servizi per la mobilità	-1,9	0,4	0,4	0,8	1,0	3,8	-2,3	2,7	1,1	-1,5	1,1	-0,7
Beni e servizi per le comunicazioni	0,5	-0,1	3,5	-0,4	0,0	1,2	-0,2	-0,5	-0,4	-0,6	-0,3	-0,2
Beni e servizi per la cura della persona	-0,2	0,2	0,0	-0,2	0,1	0,2	0,0	0,1	0,1	0,0	-0,2	0,0
Abbigliamento e calzature	0,0	0,2	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	-0,1
Beni e servizi per la casa	-0,1	-0,2	0,3	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	1,7	-0,9	-0,3	-0,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,5	0,4	0,2	-0,5	0,2	0,1	0,0	0,1	0,4	-0,2	0,1	-0,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

La dinamica tendenziale dell'ICC di ottobre mostra una crescita dell'1,2%, valore inferiore rispetto a quanto rilevato nel mese precedente. Questo risultato sintetizza l'andamento positivo sia della domanda relativa ai servizi (+1,8%), sia di quella per i beni (+1,0%).

Ad ottobre 2015 una crescita significativa, su base annua, si osserva per la domanda di beni e servizi per la mobilità (+4,7%), influenzata dall'andamento positivo delle vendite di auto ai privati.

Positivi i risultati per la domanda di beni e servizi per le comunicazioni (+2,3%), per gli alberghi e pasti e i consumi fuori casa (+1,7%) e per la spesa in beni e servizi ricreativi (+1,3%).

Più contenuto è stato l'aumento, su base annua, della spesa per l'abbigliamento e le calzature (+0,8%), della spesa per i beni e servizi per la casa (+0,1%) e per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,1%).

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

L'unica variazione negativa, su base annua, si osserva per la spesa riguardante gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,1%), tornata in territorio negativo dopo un trimestre.

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 dicembre 2015 si stima, rispetto a novembre, una variazione dello 0,1%. Nel confronto

con dicembre la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al +0,2%. Nella media del 2015 i prezzi dovrebbero registrare una variazione nulla.

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

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