

CONSUMI&PREZZI

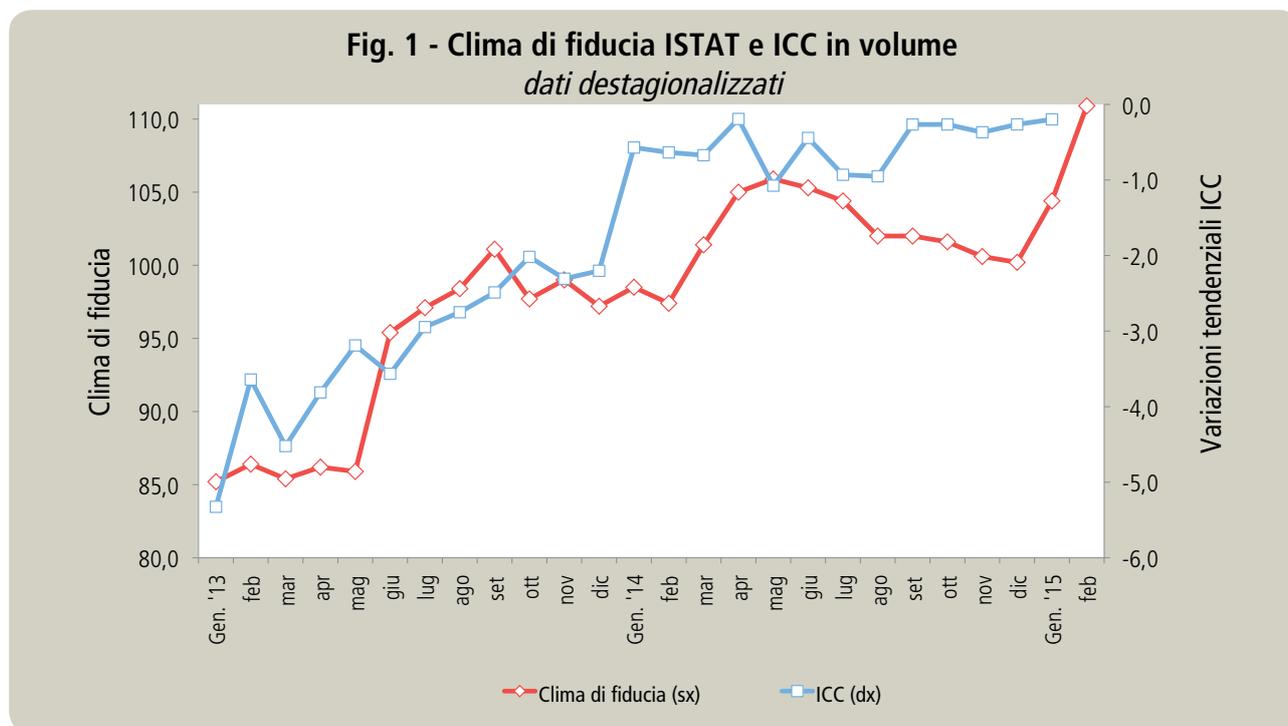
Congiuntura Confcommercio

3

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 4 (3 aprile 2015)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a gennaio 2015 un'invarianza rispetto a dicembre ed un calo dello 0,2% tendenziale¹ (tabb. 1 e 2). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore mostra, dall'autunno, una modesta tendenza al miglioramento (fig. 2). Questa dinamica, che porta a ritenere ormai conclusa la fase più negativa del ciclo, è comunque ancora troppo debole per garantire in tempi ragionevoli il ritorno dei consumi sui valori, già depressi, di fine 2012.

La stabilizzazione dei consumi si inserisce in un contesto nel quale tutti gli indicatori congiunturali mostrano segnali di miglioramento, rafforzando le attese di una graduale ripresa della nostra economia nell'anno in corso. Sul versante delle famiglie, il *sentiment* ha manifestato, anche a febbraio, un deciso incremento, raggiungendo il livello più alto dal 2010. Il dato è sintesi di giudizi ed aspettative positive sia per la componente personale sia

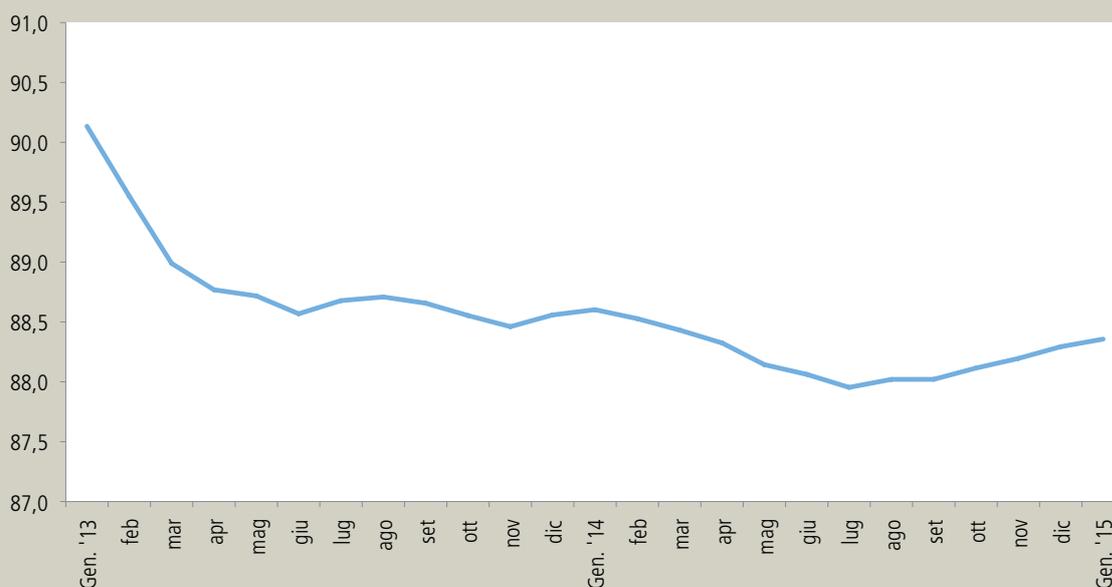


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

per la situazione del paese. Il miglioramento ha riguardato anche le attese sull'occupazione.

Anche le imprese hanno evidenziato, a febbraio, una buona crescita della fiducia, tornata sui livelli dell'estate del 2011. A questo andamento hanno contribuito aspettative positive da parte degli operatori del manifatturiero, del commercio e dei servizi. Solo gli imprenditori delle costruzioni segnalano attese negative.

La ripresa della fiducia si associa a un graduale miglioramento dell'attività produttiva. Stando alle stime di Confindustria, la produzione industriale, a febbraio 2015, avrebbe evidenziato, per il quarto mese consecutivo, un incremento (+0,2% rispetto a gennaio). Questa tendenza

dovrebbe rafforzarsi nei prossimi mesi, in considerazione del permanere di un andamento positivo degli ordinativi (+0,6% congiunturale).

I segnali di miglioramento dell'attività economica cominciano a produrre i primi effetti sul mercato del lavoro. Anche a gennaio, stando alle stime provvisorie dell'Istat, il numero di occupati ha registrato un contenuto incremento (+11mila unità rispetto a dicembre). Più accentuato è risultato il calo delle persone in cerca di occupazione (-21mila rispetto al mese precedente). Il combinarsi di queste dinamiche ha determinato un modesto ridimensionamento del tasso di disoccupazione, sceso al 12,6% (12,7% a dicembre).

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La stabilità registrata dall'ICC a gennaio rispetto a dicembre (tab. 1) è il risultato di un'invarianza della domanda sia per i servizi sia per i beni.

L'incremento più elevato, rispetto a dicembre, si rileva per i beni e i servizi per la mobilità (+0,8%). Positivo è risultato anche l'andamento della domanda per i beni e i

servizi ricreativi (+0,5%) e per i beni e servizi per la casa (+0,3).

Nel mese di gennaio una tendenza al ridimensionamento, abbastanza marcata, ha interessato gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,8%) ed i beni e servizi per la cura della persona (-0,6%).

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

La diminuzione tendenziale dell'ICC di gennaio (-0,2%), in attenuazione rispetto ai mesi precedenti, riflette cali della domanda per i servizi e per i beni di analoga entità (-0,2%).

A gennaio si sono riscontrate variazioni positive, su base annua, per i beni ed i servizi per la mobilità (+2,4%) e per i beni e i servizi per le comunicazioni (+1,2%). Più

contenuta è stata la crescita per alberghi, pasti e consumi fuori casa (+0,3%).

Variazioni negative superiori al punto percentuale si rilevano per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-1,2%) e per i beni e i servizi per la cura della persona (-1,1%). In significativa riduzione sono risultati, su base annua, i consumi di beni e servizi per la casa (-0,8%) e di abbigliamento e calzature (-0,8%).

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

	2013	2014		2015			
	Anno	Anno	III trim	IV trim	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	-2,9	-0,7	-1,2	-0,9	-1,1	-0,7	-0,2
BENI	-3,4	-0,5	-0,5	0,0	0,0	-0,1	-0,2
TOTALE	-3,2	-0,6	-0,7	-0,3	-0,4	-0,3	-0,2
Beni e servizi ricreativi	-3,3	-0,4	-1,5	-1,2	-1,5	-1,1	-0,5
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-3,0	-1,4	-2,3	-0,6	-0,6	-0,4	0,3
Beni e servizi per la mobilità	-6,5	0,6	1,0	2,5	3,0	1,4	2,4
Beni e servizi per le comunicazioni	0,0	4,9	6,1	2,8	3,0	2,1	1,2
Beni e servizi per la cura della persona	-2,5	-0,8	-0,9	-0,4	-0,5	-0,4	-1,1
Abbigliamento e calzature	-3,1	-0,9	-0,8	-1,1	-1,2	-0,8	-0,8
Beni e servizi per la casa	-2,1	-1,5	-1,6	-1,2	-1,3	-1,4	-0,8
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,8	-1,1	-1,0	-0,8	-1,2	-0,1	-1,2

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 marzo 2015 si stima un aumento dei prezzi dello 0,3% rispetto a febbraio e dello 0,1% su base

annua. L'uscita dalla deflazione a marzo, in tempi più rapidi rispetto alle stime precedenti, è da attribuirsi agli effetti sui prezzi dei carburanti derivanti dalla ripresa dei corsi petroliferi e dal deprezzamento dell'euro.

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					
Apr. '14	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	0,0	-0,2	0,4	-0,5
Gen.'15	-0,4	0,6	-0,4	-3,3	-0,1
Feb. (*)	0,3 (-0,1)	0,6 (0,2)	0,1 (-0,1)	0,7 (-1,1)	0,1 (-0,2)
Mar. (**)	0,3	0,1	0,0	1,8	0,5
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Apr. '14	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	-0,2	-0,4	-0,9	1,0
Gen.'15	-0,6	0,1	-1,2	-4,2	0,9
Feb. (*)	0,2 (-0,6)	1,0 (0,6)	-1,4 (-1,6)	-3,1 (-4,8)	1,0 (0,7)
Mar. (**)	0,1	1,4	-1,5	-1,6	1,0

(*) Il dato ISTAT di Febbraio 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 i 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](#)).