

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

4

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 5 (7 maggio 2015)

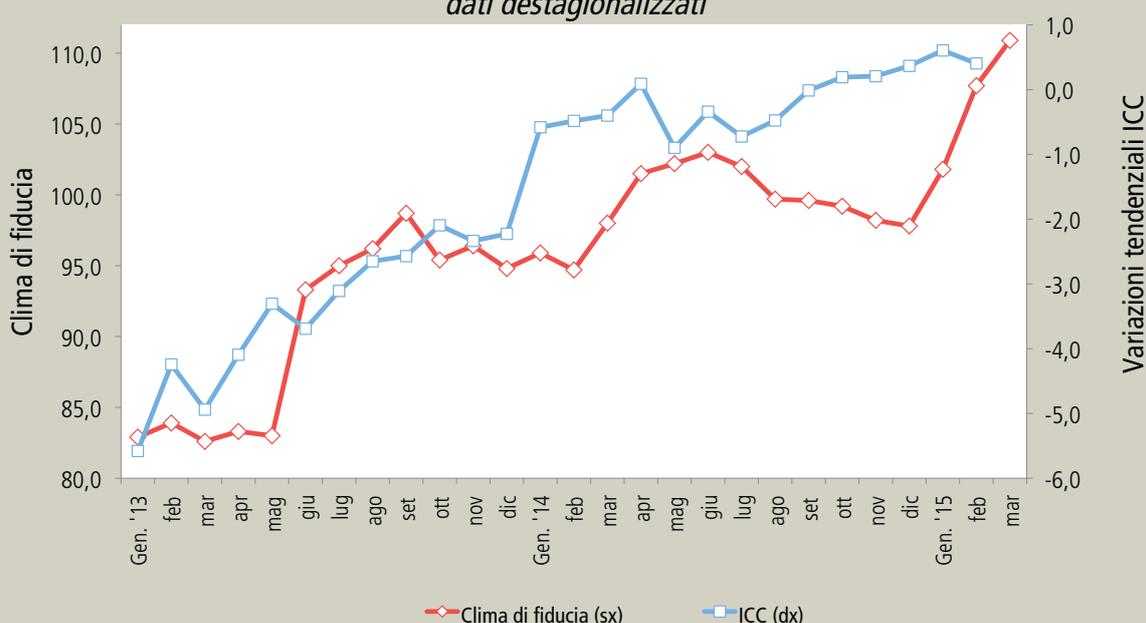
L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a febbraio 2015 un calo dello 0,1% rispetto a gennaio ed una crescita dello 0,4% tendenziale¹ (tabb. 1 e 2). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore, pur in modesto rallentamento, conferma la tendenza al miglioramento in atto dall'estate dello scorso anno (fig. 2). La valutazione di gennaio è stata rivista al rialzo da -0,1% a +0,2% in ragione del buon andamento delle vendite al dettaglio. Bisogna sottolineare che tanto nell'ultimo quarto del 2014, quanto nel primo bimestre dell'anno in

corso la spesa reale delle famiglie è superiore al livello registrato nel periodo corrispondente dell'anno prima.

Il dato congiunturale di febbraio, il primo negativo dopo sei mesi, si inserisce in un contesto in cui non mancano elementi d'incertezza caratteristici delle fasi di transizione tra cicli economici.

Per quanto riguarda il clima di fiducia, il *sentiment* complessivo delle famiglie ha registrato un ulteriore incremento, ritornando sui valori di inizio 2007, sintesi di un rafforzamento delle aspettative positive dei

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

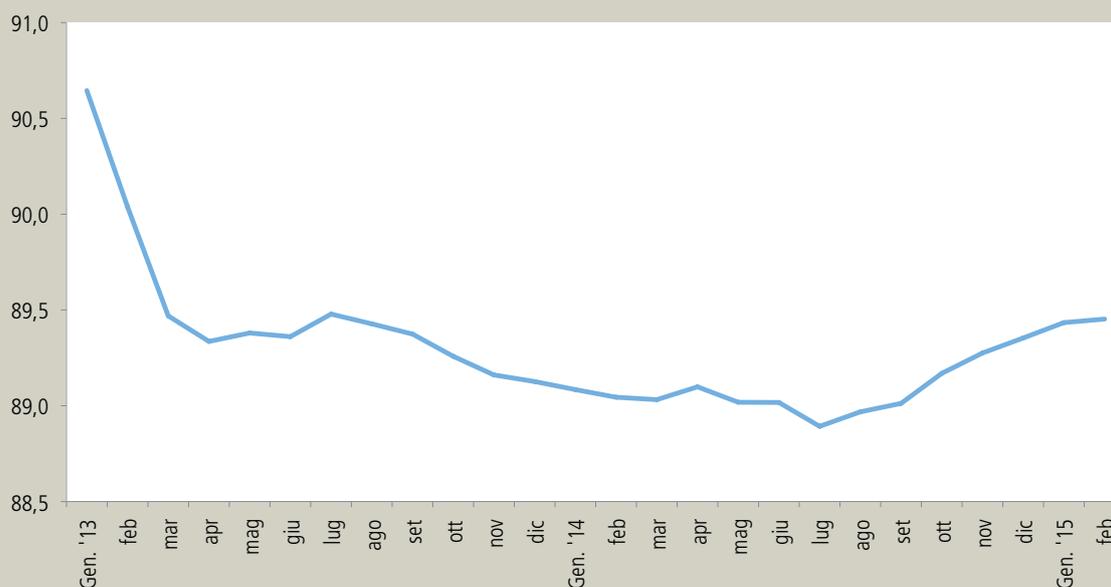


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

¹ Dati destagionalizzati. A partire da questo numero la destagionalizzazione è effettuata sui dati grezzi in quantità e non più sulle serie a valore, poi deflazionate; per questo motivo i dati pubblicati in questo numero differiscono dai precedenti. 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

consumatori sia per la componente personale sia per la situazione presente e futura del paese.

Anche il *sentiment* delle imprese ha continuato a migliorare a marzo, tornando sui livelli del 2008, sulla spinta delle aspettative positive manifestate dagli imprenditori di tutti i settori economici, in particolar modo dei servizi di mercato e delle costruzioni.

Il miglioramento della fiducia riflette la tendenza al recupero dei livelli produttivi. Stando alle stime di Confindustria la produzione industriale ha evidenziato a marzo una lieve ripresa (+0,2% rispetto al mese precedente), un risultato meno brillante di quello indicato per febbraio quando la crescita è stata stimata pari allo 0,5%. Stando ai dati sugli ordinativi (+1,1% congiunturale) la tendenza al miglioramento livelli produttivi dovrebbe consolidarsi nei prossimi mesi.

Nonostante i segnali di miglioramento del quadro economico di riferimento il mercato del lavoro ha registrato, a febbraio,

un contenuto peggioramento, rappresentando l'unico elemento contraddittorio in un quadro ben impostato. I dati relativi alle forze di lavoro segnalano una riduzione degli occupati di 44mila unità rispetto a gennaio ed un aumento delle persone in cerca di lavoro di 23mila unità. Il combinarsi di queste dinamiche ha determinato un innalzamento del tasso di disoccupazione tornato al 12,7%. Questi dati vanno valutati con estrema cautela in quanto riferiti ad un periodo prossimo al cambiamento regolatorio del mercato del lavoro. Va anche detto che nello stesso mese si è rilevata una significativa riduzione, su base annua delle ore di CIG. E' possibile che, nei prossimi mesi, in presenza di una dinamica produttiva più robusta rispetto alla attuale e dal dispiegarsi degli effetti del *jobs act* anche l'occupazione possa registrare un miglioramento. Queste dinamiche potrebbero non essere sufficienti a garantire un riassorbimento dei disoccupati in relazione alla possibilità che le mutate prospettive occupazionali portino sul mercato parte degli inattivi.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

Il modesto calo registrato dall'ICC a febbraio rispetto a gennaio (tab. 1) riflette il risultato di un'invarianza della domanda per i servizi e di un calo della domanda di beni.

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, gli unici incrementi, rispetto a gennaio, hanno riguardato la domanda di beni e servizi per la mobilità (+0,5%),

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

grazie all'andamento positivo delle vendite di auto, e la domanda di beni e servizi per la casa (+0,1).

Una riduzione significativa ha interessato a febbraio sia la spesa per abbigliamento e calzature (-0,8%) che ha perso quanto recuperato a gennaio, mese in cui si sono svolti i saldi, sia la spesa per alimentari, bevande e tabacchi (-0,4%).

La tendenza al ridimensionamento, seppur modesto, ha riguardato anche i beni e servizi per la cura della persona (-0,2%), i beni e i servizi ricreativi (-0,1%), i beni e servizi per le comunicazioni (-0,1%), gli alberghi, pasti e consumi fuori casa (-0,1%).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

La crescita tendenziale dell'ICC di febbraio (+0,4%), in attenuazione rispetto al mese precedente, riflette

l'andamento positivo della domanda per i servizi (+0,6%) e per i beni (+0,3%).

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

A febbraio si sono riscontrati incrementi significativi, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, per i beni e servizi per le comunicazioni (+3,4%) e per i beni ed i servizi per la mobilità (+2,4%).

Più contenuta è risultata la crescita per alberghi, pasti e consumi fuori casa (+0,9%) mentre è rimasta invariata la spesa per beni e servizi per la cura della persona.

Una riduzione dei consumi, su base annua, si è registrata per l'abbigliamento e calzature (-1,0%) mentre più modesto è stato il calo della spesa per quanto riguarda gli alimentari, bevande e tabacchi (-0,4%), i beni e servizi ricreativi (-0,3%) e i beni e servizi per la casa (-0,1%).

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 aprile 2015 si stima una variazione dei prezzi dello 0,1% rispetto a marzo e del -0,2% su base annua. Il dato mensile, che secondo le stime dovrebbe

lasciare l'Italia ancora in deflazione, riflette il bilanciarsi degli aumenti stagionali attesi per i trasporti ed i servizi ricettivi e di ristorazione e le diminuzioni di luce e gas all'interno del capitolo relativo all'abitazione.

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

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