

# CONSUMI&PREZZI

## Congiuntura Confcommercio

# 6

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 7 (6 luglio 2015)

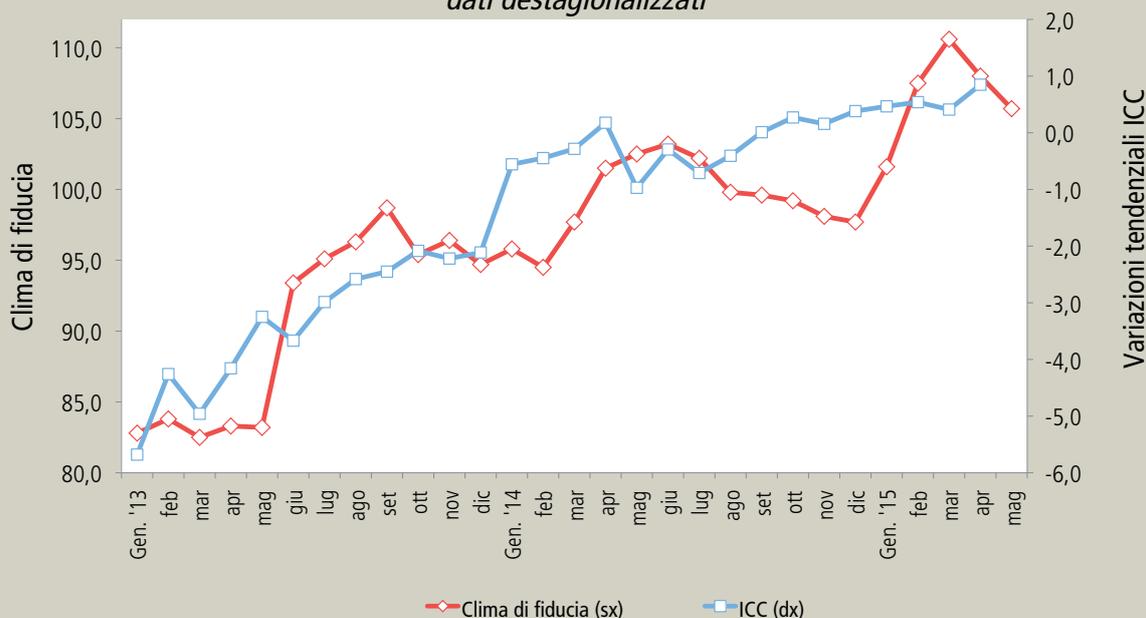
L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra ad aprile 2015 una crescita pari a +0,5% rispetto a marzo ed un incremento dello 0,8% tendenziale<sup>1</sup> (tabb. 1 e 2). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore, consolida la tendenza al progressivo miglioramento in atto dall'estate del 2014 (fig. 2). Il dato dell'ultimo mese sembra indicare la possibilità di una ripresa dei consumi più accentuata rispetto a quanto rilevato fino ad oggi ed avvalora, unitamente alle indicazioni positive provenienti

da altri indicatori congiunturali, l'ipotesi di una crescita superiore all'1% già nel 2015.

Il quadro complessivo, seppure caratterizzato da molti segnali di miglioramento, presenta, comunque, alcuni elementi d'incertezza legati essenzialmente alle percezioni da parte delle famiglie e delle imprese della solidità della ripresa.

A maggio il *sentiment* dei consumatori, pur mantenendosi su livelli elevati, ha mostrato un ulteriore peggioramento,

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

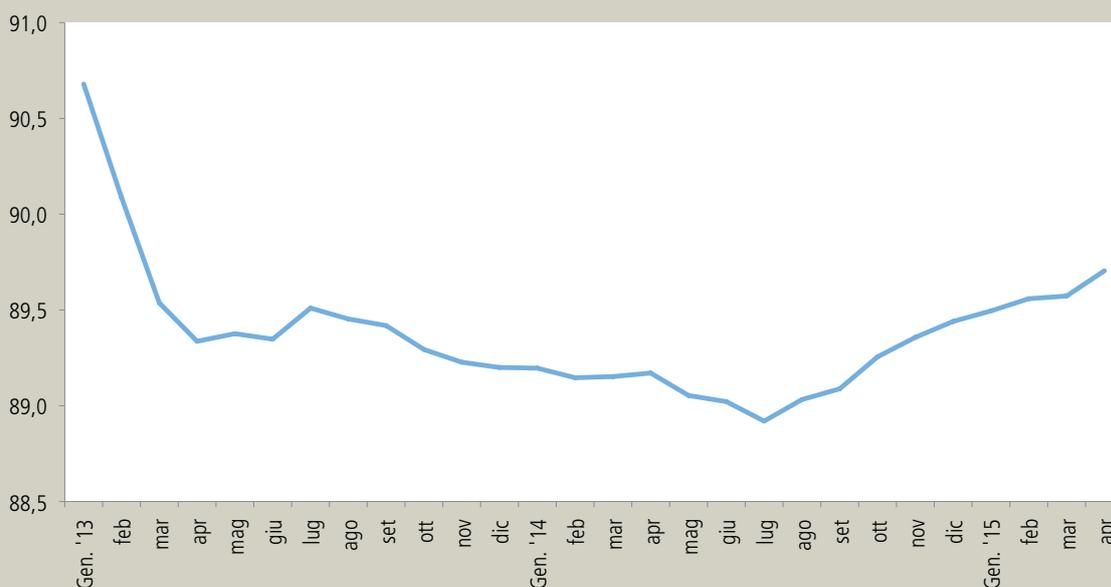


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<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

dopo quello già rilevato ad aprile; a pesare su questo risultato negativo il giudizio delle famiglie sulla situazione economica, personale e sulle aspettative future.

Per quanto riguarda le imprese, l'indice del clima di fiducia mostra, invece, una sostanziale stabilità, ma tra gli operatori economici solo quelli dei servizi di mercato registrano un lieve miglioramento del *sentiment*, mentre tra gli operatori del manifatturiero, delle costruzioni e del commercio al dettaglio risale il pessimismo.

Il lieve deterioramento della fiducia nell'industria manifatturiera riflette la presenza di un quadro produttivo che, seppure in continuo miglioramento, segnala l'alternanza di dati più positivi con altri meno favorevoli. Stando alle valutazioni di Confindustria la produzione industriale dovrebbe aver registrato a maggio una variazione congiunturale dello 0,1% (+0,3% ad aprile). La tendenza al recupero dovrebbe, sulla base di quanto emerge dagli indicatori qualitativi, rafforzarsi nei prossimi mesi con un apporto più significativo della domanda interna.

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La crescita dell' 0,5% registrata dall'ICC ad aprile, rispetto a marzo (tab. 1) deriva da un aumento della domanda sia di servizi (+0,6%) sia di beni (+0,4%). Tale risultato positivo ha permesso di recuperare la perdita di marzo

Ad aprile, dopo un bimestre negativo, il mercato del lavoro ha registrato un indiscutibile segnale di miglioramento. Gli occupati sono aumentati di 159mila unità sul mese precedente (la variazione congiunturale più elevata dal 2008) e di 261mila unità rispetto ad aprile 2014. Nello stesso mese le persone in cerca di occupazione sono diminuite di 40mila unità rispetto a marzo e di 17mila su base annua. Il combinarsi di queste dinamiche ha abbassato il tasso di disoccupazione al 12,4%. A conferma del miglioramento in atto sul versante del mercato del lavoro si rileva come ad aprile sia proseguita la tendenza alla riduzione, su base annua, delle ore di CIG (-36,9%). Il fenomeno, pur risultando molto intenso per la componente in deroga, coinvolge tutti gli istituti.

Il miglioramento dei livelli occupazionali, di cui si attende un consolidamento nei prossimi mesi per l'esplicarsi delle riforme del mercato del lavoro e per l'irrobustirsi della ripresa, rappresenta lo strumento più concreto ed efficace attraverso il quale migliorare il reddito delle famiglie e sostenere una ripresa più vigorosa dei consumi.

(-0,1%) e risulta essere la crescita più elevata registrata negli ultimi due anni.

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, variazioni positive hanno riguardato soprattutto i beni

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

ed i servizi per la mobilità (+2,5%), grazie al buon andamento delle vendite di auto ai privati, gli alberghi, i pasti e i consumi fuori casa (+0,9%) e i beni e i servizi per le comunicazioni (+0,6%).

Un modesto incremento si è registrato per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,1%), mentre la domanda di

alimentari, bevande e tabacchi e quella dei beni e servizi per la casa è stabile rispetto a marzo.

Di lieve entità è stata la riduzione della spesa sia per abbigliamento e calzature (-0,2%), in linea con il mese precedente, sia dei beni e servizi ricreativi (-0,1%).

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

La dinamica tendenziale dell'ICC di aprile mostra una crescita dello 0,8%, più accentuata rispetto a quanto rilevato nel mese precedente. Questo risultato sintetizza

un incremento dello 0,9% per quanto riguarda la domanda relativa ai beni e dello 0,7% relativamente ai servizi, che recuperano il risultato negativo di marzo.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Il dato di aprile è stato determinato soprattutto dal buon andamento, su base annua, della domanda di beni e servizi per la mobilità (+9,2%), dei beni e dei servizi per le comunicazioni (+3,1%) e, con un incremento di minore entità, della la spesa per gli alberghi, i pasti e i consumi fuori casa (+0,9%).

Per tutte le altre macro-funzioni di spesa si è registrata, su base annua, una riduzione dei consumi che è stata

abbastanza accentuata per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-1,4%) e per l'abbigliamento e le calzature (-0,9%) peggiorando l'andamento negativo già evidenziato dall'inizio dell'anno.

La spesa si è ridotta in misura modesta per quanto riguarda i beni e i servizi per la cura della persona (-0,6%), i beni e i servizi ricreativi (-0,5%), i beni e i servizi per la casa (-0,4%).

## 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, per il mese di giugno 2015 si stima, rispetto a

maggio, una variazione dello 0,1% dei prezzi. Rispetto a giugno 2014 si stima una crescita del NIC pari allo 0,2%, rafforzando l'uscita dalla deflazione.

**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					
Lug. '14	-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.	0,4	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. (*)	0,2 (0,0)	0,1 (0,1)	0,0 (0,0)	0,5 (-0,2)	0,8 (0,3)
Giu. (**)	0,1	0,1	-0,1	0,5	0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Lug. '14	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	1,1	-1,3	-2,1	0,8
Apr.	-0,1	1,0	-1,5	-2,7	0,9
Mag. (*)	0,2 (0,1)	1,0 (1,1)	-1,4 (-1,1)	-1,2 (-1,9)	1,1 (0,8)
Giu. (**)	0,2	1,1	-1,4	-1,3	1,5

(\*) Il dato ISTAT di Maggio 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](#)).