



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

11

Ufficio Studi

novembre 2014, numero 11

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 12 (3 dicembre 2014)

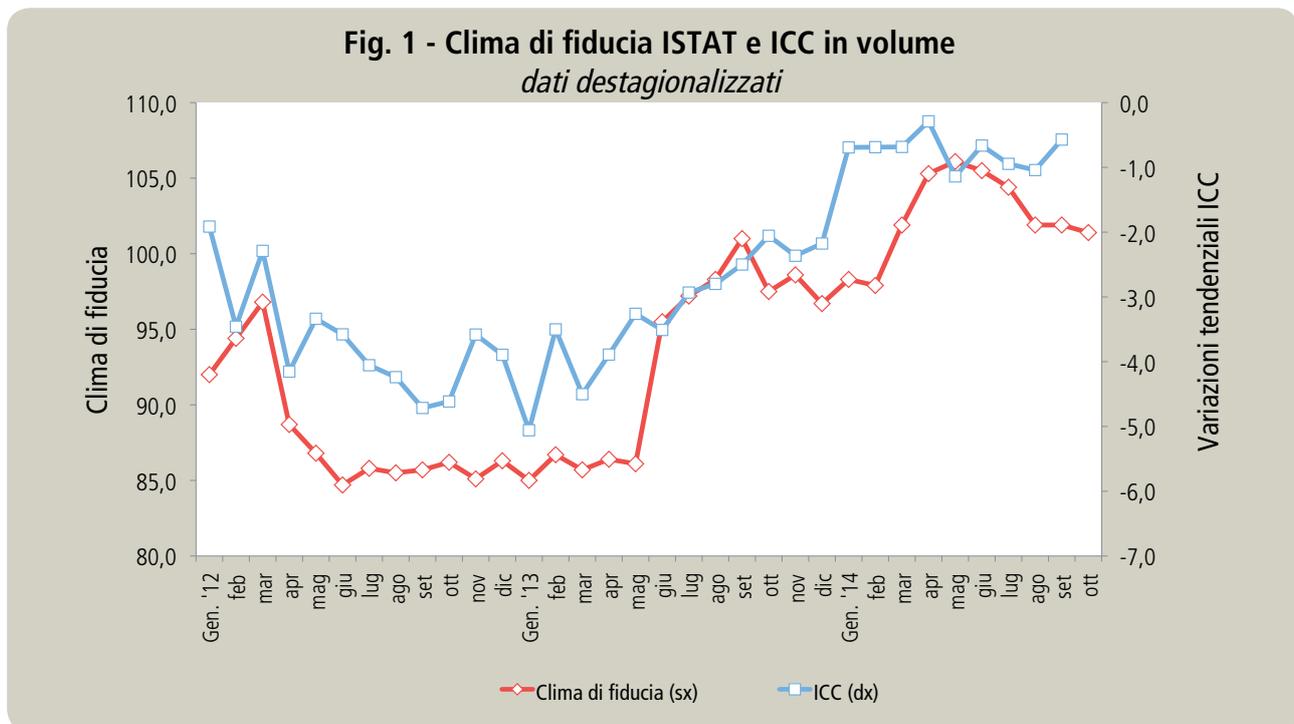
I dati presentati in questo numero differiscono da quanto pubblicato in precedenza a seguito della revisione di alcune serie storiche di base determinata dalla disponibilità dei nuovi dati di Contabilità nazionale e di nuove informazioni mensili, in particolare nell'ambito dei servizi turistici.

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a settembre una diminuzione dello 0,2% rispetto ad agosto e un calo dello 0,6% tendenziale<sup>1</sup> (tabb. 1 e 2). Le dinamiche degli ultimi mesi, soggette come di consueto a revisione, mostrano la fragilità dell'attuale situazione economica che trova riscontro nella dinamica dei consumi. Seppure la fase più negativa sembra superata gli spunti di ripresa, che si presentano occasionalmente, non riescono a tradursi in un sensibile recupero dei consumi che continuano a registrare una sostanziale stagnazione. La debolezza dell'attuale fase congiunturale e le incertezze che la caratterizzano si leggono anche nelle dinamiche dei principali indicatori congiunturali

Sul versante della fiducia, a fronte di un modesto peggioramento ad ottobre del *sentiment* delle famiglie, le imprese evidenziano aspettative più favorevoli, con un contenuto recupero del clima di fiducia degli operatori di tutti i settori economici.

In linea con prospettive di ripresa ancora molto incerte, stando alle stime di Confindustria, la produzione industriale dovrebbe aver registrato, ad ottobre, un aumento dello 0,2% (-0,2% a settembre). I dati sugli ordinativi, riferiti allo stesso mese (+0,3%), sembrano indicare una bassa dinamicità anche nei mesi finali del 2014. A ottobre le immatricolazioni di autovetture a privati hanno mostrato una crescita del 15%

Segnali positivi sembrano emergere anche dal mercato del lavoro. A settembre gli occupati sono aumentati di 82mila unità in termini congiunturali, tornando a segnalare, dopo oltre un biennio, una crescita su base annua (+130mila). La tendenza, in atto da alcuni mesi, ad un miglioramento della domanda di lavoro sembra aver portato una parte degli "scoraggiati" ad attuare politiche più attive di ricerca di un'occupazione, determinando a settembre un aumento di disoccupati di 48mila unità dinamica che ha riportato il tasso di disoccupazione al 12,6%.

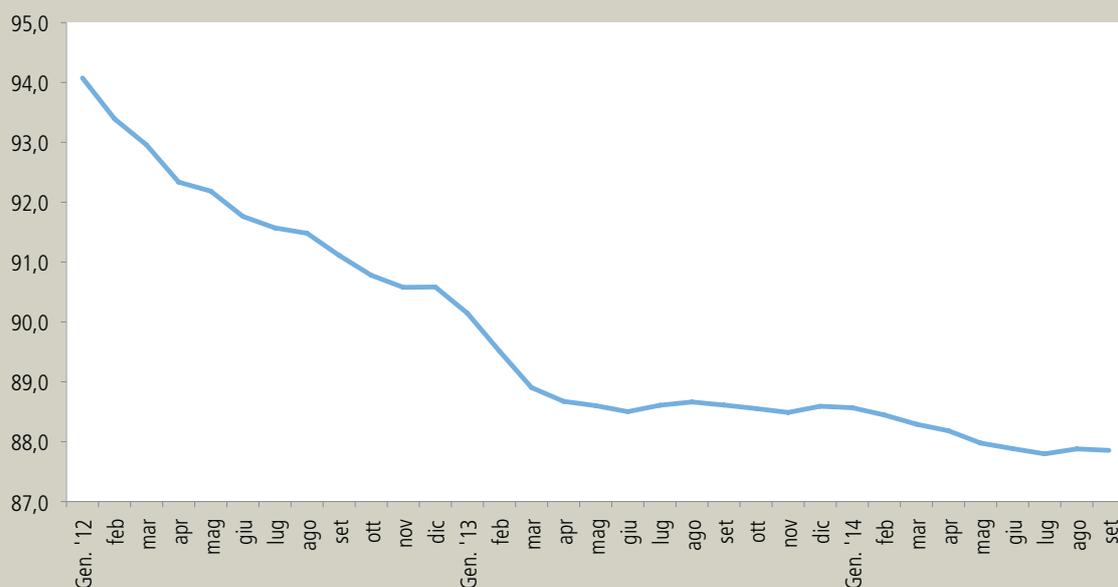


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<sup>1</sup> 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

Al contrario la CIG registra a settembre, dopo cinque mesi di riduzioni, un aumento delle ore autorizzate +13,7%, rispetto all'analogo mese del 2013 (-6,2% nel complesso dei primi nove mesi dell'anno). La dinamica

dell'ultimo mese è stata determinata esclusivamente dalla componente relativa alla CIG straordinaria (+56,8% settembre, +28,5% nel periodo gennaio-settembre).

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La diminuzione registrata dall'ICC a settembre (-0,2%, tab. 1) deriva da una flessione dello 0,4% della domanda

per la componente relativa ai servizi e da una stasi della componente relativa ai beni.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, aumenti dello 0,2%, rispetto ad agosto, si registrano per i beni e servizi per la mobilità, per le comunicazioni e per la casa. La spesa per alimentari e tabacchi segnala una stabilità. Diminuzioni di un certo rilievo sembrano aver interessato i beni e servizi ricreativi (-0,8%), dove si è

decisamente attenuata la spinta positiva proveniente dai giochi e lotterie, e per alberghi, pasti e consumazioni fuori casa (-0,6%). Elementi di difficoltà caratterizzano la spesa beni e servizi per la cura della persona (-0,3%) e per abbigliamento e calzature (-0,2%).

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

La dinamica tendenziale dell'ICC di settembre mostra una diminuzione dello 0,6%, più contenuta rispetto a quanto rilevato nel bimestre precedente. Questo risultato sintetizza una diminuzione dello 0,9% della domanda relativa ai servizi e dello 0,4% della spesa per i beni.

Ad agosto 2014, le uniche variazioni positive, su base annua, si rilevano per i beni e servizi per le comunicazioni

(+5,2%), per i beni ed i servizi per la mobilità (+1,0%) grazie al permanere della tendenza al recupero della vendita di autovetture a privati in atto da luglio.

Per quasi tutti gli altri capitoli di spesa si rilevano, su base annua, diminuzioni pari o superiori all'1,0%.

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

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

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 consumo<sup>2</sup>, per il mese di novembre 2014 si stima una riduzione dello

0,1%, in termini congiunturali, dell'indice generale, con un tasso di variazione tendenziale dei prezzi al consumo pari allo 0,2%.

<sup>2</sup> 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					
Dic. 13	0,2	0,7	0,3	1,1	-0,4
Gen. '14	0,2	0,4	0,3	0,0	0,0
Feb	-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 (0,1)	0,0 (0,1)	1,2 (1,4)	-0,6 (-0,5)	0,1 (-0,4)
Nov (**)	-0,1	0,2	0,1	-0,8	-0,6
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Dic. 13	0,7	1,7	0,5	0,8	1,1
Gen. '14	0,7	1,3	0,4	1,5	1,1
Feb	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 (0,2)	0,1(0,2)	0,1 (0,3)	0,3 (0,4)	0,7 (0,3)
Nov (**)	0,2	0,3	0,4	0,5	0,1

(\*) Il dato ISTAT di ottobre 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, 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](#)).