



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

# 12

Ufficio Studi

dicembre 2014, numero 12

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 1 (13 gennaio 2015)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra ad ottobre una variazione nulla rispetto settembre e un calo dello 0,5% tendenziale<sup>1</sup> (tabb. 1 e 2). La stasi rilevata negli ultimi mesi segnala l'assenza di veri sintomi di ripresa della domanda delle famiglie i cui livelli sono ancora del 12% inferiori rispetto alla fine del 2007 (fig. 2). La fase di recessione-stagnazione, che ha caratterizzato gran parte del 2014, non sembra destinata a mutare radicalmente nei prossimi mesi, stante la debolezza di tanti indicatori congiunturali, alcuni dei quali segnalano un peggioramento.

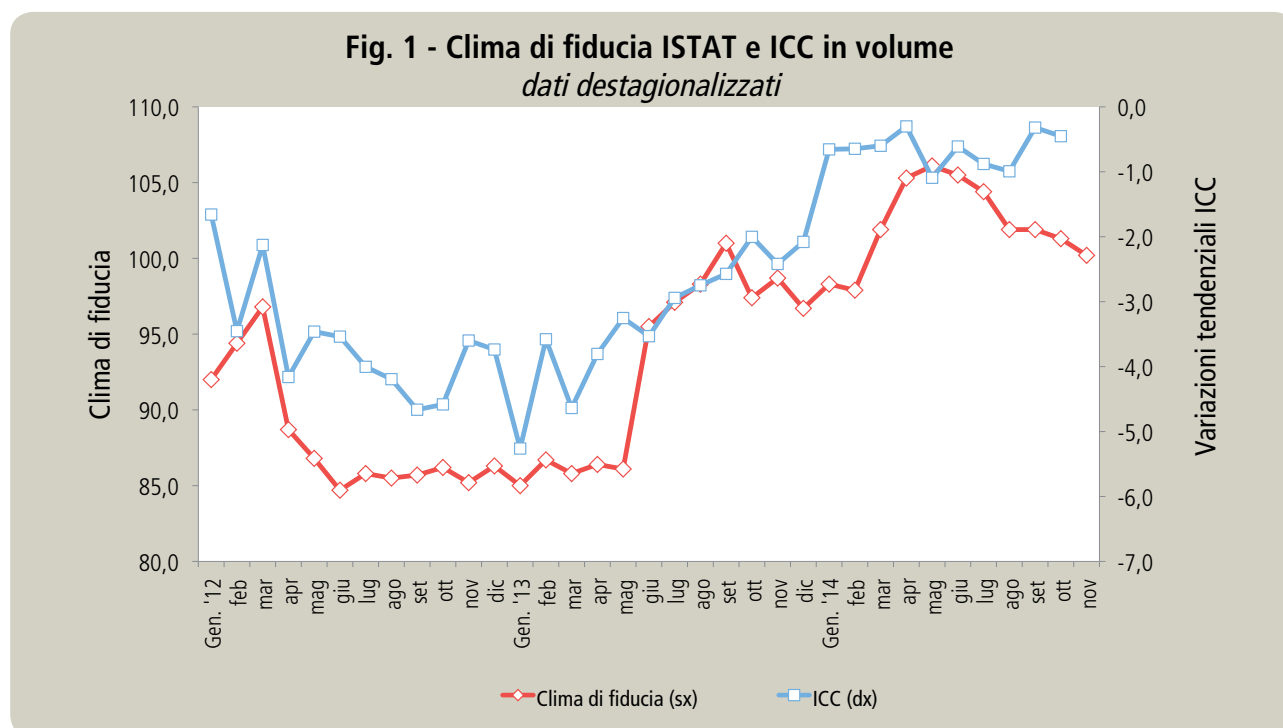
Continua a deteriorarsi a novembre il clima di fiducia delle famiglie, che da agosto non mostra segnali di inversione di tendenza.

Anche il *sentiment* delle imprese ha registrato, nello stesso mese, un ripiegamento, sintesi di andamenti differenziati tra gli operatori dei diversi settori economici. A fronte di un indebolimento della fiducia delle imprese dei servizi e delle costruzioni, il commercio al dettaglio e, in misura più modesta, il settore manifatturiero, segnalano un recupero del grado di fiducia.

Stando alle stime di Confindustria, a novembre si è registrato un recupero della produzione industriale dello 0,1%, più basso rispetto a quello stimato ad ottobre (+0,3%), risultato che conferma la debolezza del ciclo produttivo anche nella parte finale dell'anno. I dati sugli ordinativi, riferiti allo stesso mese (+0,2% congiunturale), sembrano indicare anche per l'inizio del 2015 una dinamica produttiva modesta.

Sul versante del mercato del lavoro, la debolezza dell'attività produttiva ha determinato, dopo il modesto incremento che si era registrato nei mesi di agosto e settembre, un'evoluzione negativa dell'occupazione. A ottobre gli occupati si sono ridotti, in termini congiunturali, di 55mila unità in termini congiunturali, portando ad un calo, rispetto ad ottobre 2013, di oltre mille unità. Il sensibile aumento del numero di persone in cerca di occupazione (+90mila rispetto a settembre, +286mila su base annua) ha portato il tasso di disoccupazione al record storico del 13,2%.

In linea con il peggioramento rilevato nel mercato del lavoro, le ore autorizzate di CIG sono tornate ad

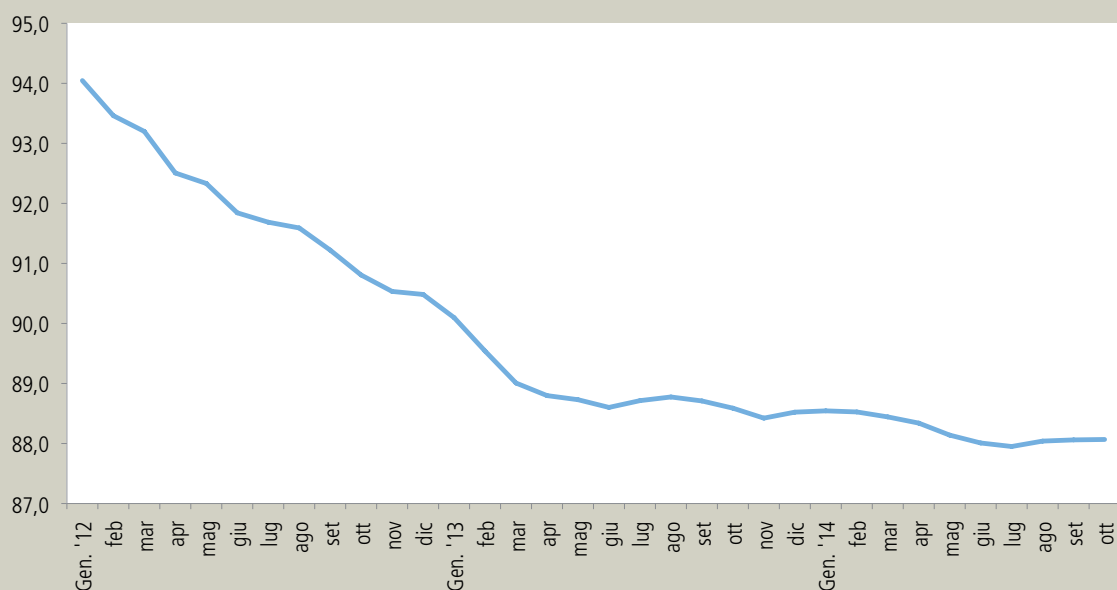


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<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

aumentare in misura sensibile (+19,3% ad ottobre). Su questo andamento hanno inciso le richieste relative alla CIG straordinaria (per la quale le ore autorizzate nei

primi 10 mesi superano già quelle complessive degli anni precedenti) e l'esplosione delle ore autorizzate in deroga (+136,4% nel confronto annuo).

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La variazione nulla registrata dall'ICC a ottobre (tab. 1) deriva da una flessione dello 0,2% 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									
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott
<b>SERVIZI</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,1</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>
<b>BENI</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
di cui alimentari e bevande	-0,7	-0,4	-0,4	0,1	-0,2	0,8	-0,9	-0,1	0,4	-0,2	0,0	-0,1
<b>TOTALE</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Beni e servizi ricreativi	0,5	0,1	-0,1	0,0	-0,2	0,0	0,7	-0,3	-0,2	-0,6	-0,6	-0,6
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,4	0,0	0,3	-0,6	0,3	-1,4	-1,4	1,1	-1,5	0,9	-0,3	-0,1
Beni e servizi per la mobilità	-1,3	2,6	-0,9	0,0	0,0	-1,4	0,3	0,3	2,5	0,2	0,2	0,9
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,2	0,4	0,6	0,4	0,0	-0,4	0,1	0,5	0,3	0,6	0,3	-0,1
Beni e servizi per la cura della persona	0,1	0,2	-0,1	-0,1	0,1	-0,3	-0,3	0,2	-0,1	0,0	-0,2	0,0
Abbigliamento e calzature	0,2	-0,7	0,4	0,3	-0,1	-0,1	-0,2	-0,4	0,3	-0,1	-0,3	-0,1
Beni e servizi per la casa	0,1	0,1	-0,6	-0,1	0,1	0,0	-0,2	0,1	-0,6	0,1	0,2	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,6	-0,5	-0,2	0,1	-0,3	1,2	-1,0	-0,2	0,4	-0,3	0,2	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, l'unico aumento che si registra rispetto a settembre, riguarda i beni e servizi per la mobilità (+0,9%) in seguito al consolidamento della ripresa della domanda di autovetture da parte delle famiglie; la spesa per alimentari e tabacchi e per i beni e servizi per la cura della persona segnalano stabilità. Una diminuzione significativa ha

interessato, anche nel mese di ottobre, i beni e servizi ricreativi (-0,6%), per effetto di una frenata molto decisa della spesa per beni e servizi d'intrattenimento. La spesa si riduce in misura modesta anche per alberghi, pasti e consumazioni fuori casa (-0,1%), per abbigliamento e calzature (-0,1%) e per i beni e servizi per le comunicazioni (-0,1%).

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

La dinamica tendenziale dell'ICC di ottobre mostra una diminuzione dello 0,5%, più accentuata rispetto a quanto rilevato nel mese precedente. Questo risultato sintetizza un calo significativo dell'1,4% della domanda relativa ai servizi e una stasi della spesa per i beni.

Ad ottobre 2014, le uniche variazioni positive, su base annua, si osservano per i beni ed i servizi per

la mobilità (+3,3%) influenzati dall'incremento delle vendite di auto ai privati, e per i beni e servizi per le comunicazioni (+2,5%). Un'accentuata riduzione dei consumi ha interessato gli alberghi, pasti e consumi fuori casa (-1,6%), mentre per quasi tutti gli altri capitoli di spesa si rilevano, su base annua, diminuzioni attorno all'1,0%.

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

	2013	2014					
	Anno	I trim	II trim	III trim	Ago	Set	Ott
<b>SERVIZI</b>	<b>-3,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,7</b>	<b>-1,1</b>	-1,0	-0,7	-1,4
<b>BENI</b>	<b>-3,4</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,6</b>	-1,0	-0,2	0,0
<b>TOTALE</b>	<b>-3,2</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,7</b>	-1,0	-0,3	-0,5
Beni e servizi ricreativi	-3,3	1,4	-0,5	-1,7	-2,7	-0,9	-1,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-3,0	-1,1	-1,5	-1,8	-1,5	-1,2	-1,6
Beni e servizi per la mobilità	-6,5	-0,1	-1,4	1,0	0,7	1,8	3,3
Beni e servizi per le comunicazioni	0,0	4,3	5,3	5,8	6,2	5,8	2,5
Beni e servizi per la cura della persona	-2,4	-1,1	-1,2	-0,8	-0,7	-0,9	-0,5
Abbigliamento e calzature	-3,0	-0,5	-1,0	-0,8	-0,9	-0,8	-1,0
Beni e servizi per la casa	-2,2	-1,7	-1,4	-1,7	-2,1	-1,2	-1,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,8	-1,9	-0,4	-1,3	-1,8	-1,1	-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 consumo<sup>2</sup>, per il mese di dicembre 2014 si stima un aumento dello 0,1% sia in termini congiunturali, che tendenziali. Il quadro

d'insieme riflette l'assenza di spinte inflazionistiche ed il permanere di una dinamica favorevole dei prezzi delle materie prime energetiche.

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

(\*) 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, 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](#)).