



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

5

Ufficio Studi

maggio 2014, numero 5

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 6 (6 giugno 2014)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra, a marzo, una diminuzione del 2,1% in termini tendenziali¹ ed una flessione dello 0,1% rispetto a febbraio (tabb. 2 e 3). Il dato relativo alla variazione rilevata rispetto all'analogo mese del 2013 va valutato con estrema cautela, in considerazione del diverso periodo in cui è caduta la Pasqua, elemento che ha comportato sensibili effetti sulle dinamiche registrate da alcuni capitoli di spesa. La media mobile a tre mesi, corretta dai fattori stagionali conferma la stabilità registrata nei mesi più recenti (fig. 2). Al di là degli effetti derivanti dalla diversa tempistica in cui sono cadute le festività pasquali emerge una situazione dei consumi ancora molto incerta, in linea con una dinamica dell'economia italiana che, seppure non più in recessione, stenta ad avviarsi in una fase di solida ripresa.

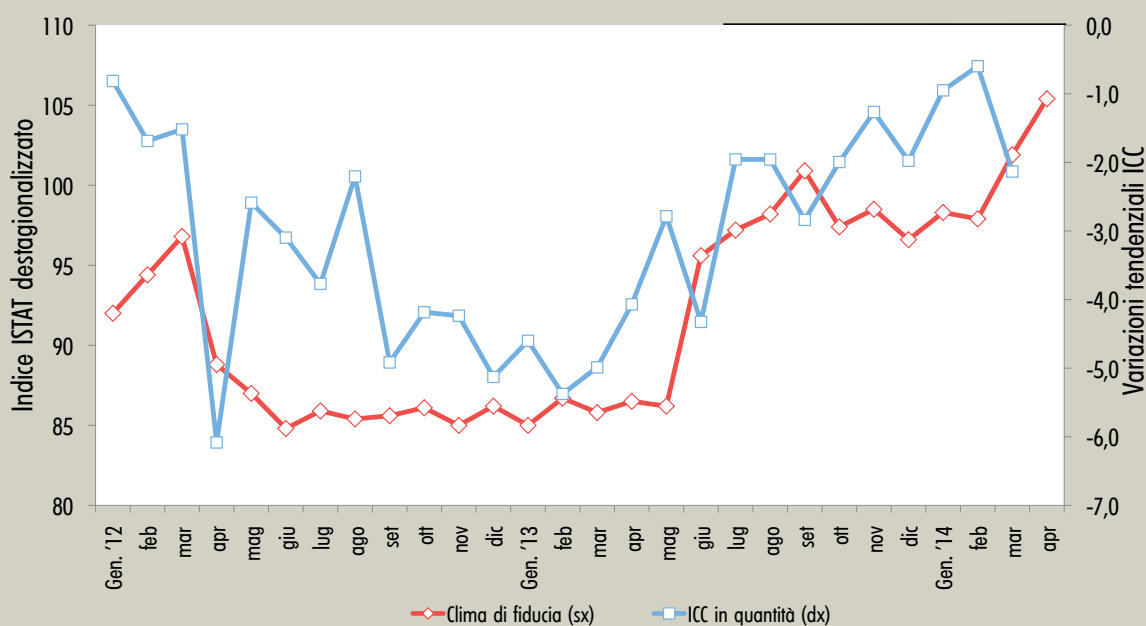
Ad aprile, dopo alcuni mesi di graduale miglioramento, il *sentiment* delle imprese ha mostrato un contenuto calo, sintesi di andamenti non univoci delle aspettative degli operatori dei diversi settori produttivi. Stando alle stime di Confindustria, ad aprile, dopo il contenuto miglioramento rilevato a marzo, la produzione industriale avrebbe segnalato una variazione nulla sul

mese precedente. Nello stesso mese i dati sugli ordini registrano un miglioramento (+0,8% su marzo). Ad aprile il clima di fiducia delle famiglie ha mostrato un ulteriore miglioramento raggiungendo il livello più alto dall'inizio del 2010. Il recupero del *sentiment* appare diffuso sul territorio e legato sia ad aspettative di miglioramento del quadro economico generale che personale. La percezione di una situazione meno negativa, legata a dinamiche inflazionistiche contenute e a prospettive di parziale riduzione del carico fiscale, non si sono ancora tradotte in una ripresa della domanda per consumi.

A sostenere le aspettative delle famiglie potrebbe contribuire il miglioramento del mercato del lavoro. A marzo 2014 si è registrata una prima inversione di tendenza con un incremento degli occupati di 73mila unità rispetto a febbraio (-124mila rispetto all'analogo mese del 2013) ed una modesta flessione dei disoccupati (-5mila unità su base congiunturale, +194mila su base annua). Il tasso di disoccupazione si è attestato sul 12,7%.

Difficilmente nei prossimi mesi si assisterà ad una sensibile ripresa dei livelli occupazionali atta ad

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

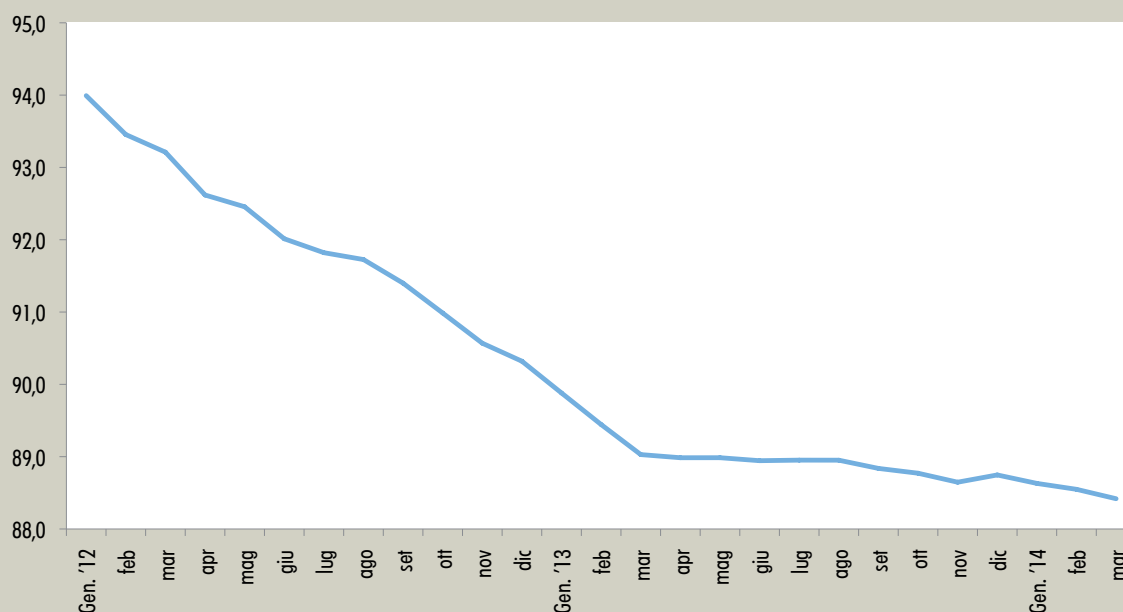


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

¹ 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

assorbire la forza lavoro disoccupata (effettiva e potenziale), in considerazione delle dinamiche che ancora si registrano sul versante della CIG che per la componente straordinaria ed in deroga risulta ancora in aumento.

La dinamica tendenziale dell'ICC di marzo riflette una diminuzione del 2,3% della domanda relativa ai servizi e dell'1,6% della spesa per i beni.

A marzo 2014, variazioni positive, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, si rilevano per la spesa reale

in beni e servizi per le comunicazioni (+4,4%), in beni e servizi per ricreativi (+0,8%). Le riduzioni più significative si sono registrate per gli alimentari le bevande ed i tabacchi (-3,9%), l'abbigliamento e le calzature (-3,4%) e gli alberghi, pasti e consumazioni fuori casa (-3,2). In calo è risultata anche la spesa per i beni e servizi per la mobilità (-2,5%) al cui interno le vendite di auto a privati sono tornate a registrare, dopo un trimestre, segno negativo tendenza che stando alle prime indicazioni è stat confermata anche ad aprile.

Tab. 1 - Dinamica ICC in valore - var. % tendenziali

	2012	2013	2014			
	Anno	Anno	I trim	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	0,4	-1,5	-0,9	-0,5	-0,6	-1,7
BENI	-1,4	-2,9	-1,7	-1,1	-0,9	-2,8
TOTALE	-0,8	-2,5	-1,4	-0,9	-0,8	-2,5
Beni e servizi ricreativi	-0,1	-1,9	-0,5	-0,6	-0,4	-0,6
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,1	-2,7	-1,4	-0,8	-1,1	-2,3
Beni e servizi per la mobilità	-4,2	-4,3	-1,0	-0,2	1,5	-3,9
Beni e servizi per le comunicazioni	-3,2	-5,8	-4,7	-5,4	-4,6	-4,2
Beni e servizi per la cura della persona	-2,3	-1,8	-1,1	-0,9	-0,6	-1,8
Abbigliamento e calzature	-2,5	-2,8	-1,5	-1,5	-0,4	-2,5
Beni e servizi per la casa	1,4	-1,3	-1,3	-0,9	-1,6	-1,5
Alimentari, bevande e tabacchi	0,1	-1,8	-1,7	-0,4	-0,9	-3,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Tab. 2 - Dinamica ICC in quantità - var. % tendenziali

	2012	2013	2014			
	Anno	Anno	I trim	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	-1,1	-2,6	-1,1	-0,6	-1,0	-1,6
BENI	-4,4	-3,4	-1,3	-1,1	-0,4	-2,3
TOTALE	-3,4	-3,1	-1,2	-0,9	-0,6	-2,1
Beni e servizi ricreativi	-2,9	-1,7	0,5	-0,3	0,9	0,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-1,6	-4,0	-2,5	-1,9	-2,3	-3,2
Beni e servizi per la mobilità	-13,0	-5,5	-0,7	-1,2	1,8	-2,5
Beni e servizi per le comunicazioni	0,3	1,1	5,0	6,4	4,2	4,4
Beni e servizi per la cura della persona	-0,9	-2,0	-1,1	-0,9	-0,6	-1,7
Abbigliamento e calzature	-1,8	-3,1	-1,4	-1,5	0,6	-3,4
Beni e servizi per la casa	-2,5	-2,6	-1,8	-1,4	-2,0	-2,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,0	-3,8	-2,5	-1,6	-1,8	-3,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati mostrano a marzo un modesto ridimensionamento (-0,1%, tab. 3). In termini di media mobile a tre mesi, l'indicatore rimane sostanzialmente stabile (fig.2). Il dato di marzo riflette un flessione dello 0,1% della domanda sia per la componente relativa ai servizi, sia per quella relativa ai beni. Il dato destagionalizzato, seppure meno negativo rispetto al tendenziale, per la correzione "dell'effetto Pasqua" su alcune voci quali l'alimentare e gli alberghi e pasti e consumazioni fuori casa, evidenzia il permanere di

difficoltà sul versante della domanda per consumi. La ripresa della domanda appare ormai procrastinata alla fine della primavera o all'inizio dell'estate, quando potrebbero avvertirsi i primi effetti sui redditi della riduzione del carico fiscale su parte dei contribuenti. Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa i dati destagionalizzati sottolineano il permanere di difficoltà per il segmento dei beni e servizi per la mobilità (-0,8%) e per l'abbigliamento e le calzature (-0,4%). Per gli alimentari e le bevande il

Tab. 3 - Variazioni % congiunturali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

dato destagionalizzato segnala un aumento rispetto a febbraio dello 0,5%, dato che porta ad ipotizzare

un assestamento della domanda dopo un periodo di sensibili ridimensionamenti.

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 maggio 2014 si stima una

variazione congiunturale nulla, con un tasso di crescita tendenziale dell'inflazione pari allo 0,5%, in contenuta diminuzione rispetto allo 0,6% registrato ad aprile.

Tab. 4 - 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					
Giu. '13	0,3	0,6	0,1	0,6	0,1
lug	0,1	-0,8	0,3	1,0	0,2
ago	0,4	-0,4	0,3	2,7	-0,2
set	-0,3	-0,2	0,0	-2,5	1,1
ott	-0,2	-0,2	-0,1	-0,6	-0,5
nov	-0,3	0,3	0,0	-0,9	-1,5
dic	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 (0,3)	-0,1 (0,3)	-0,7 (-0,7)	1,1 (0,8)	1,5 (1,0)
Mag (**)	0,0	0,1	0,0	-0,4	0,3
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Giu. '13	1,2	2,8	1,8	1,0	1,5
lug	1,2	3,0	1,4	1,8	1,0
ago	1,2	2,7	1,5	1,8	1,0
set	0,9	1,9	1,1	0,6	1,8
ott	0,8	1,4	0,4	0,4	1,8
nov	0,7	1,3	0,3	0,8	1,5
dic	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 (0,7)	0,3 (0,7)	0,8 (0,8)	1,7 (1,3)	1,1 (0,8)
Mag (**)	0,5	-0,3	0,9	1,9	1,1

(*) Il dato ISTAT di aprile è provvisorio; (**) 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 2012, al 57,2% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 33,7% e per i beni è dell'82,9%. Escludendo le spese relative i fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 66,4% per il totale dei consumi e al 45,9% 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](#)).