



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

11

Ufficio Studi

dicembre 2013, numero 11

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 1 (9 gennaio 2014)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra, ad ottobre, una diminuzione del 2,1% in termini tendenziali<sup>1</sup> ed un aumento dello 0,1% rispetto a settembre (tabb. 2 e 3). La media mobile a tre mesi, corretta dai fattori stagionali, conferma la tendenza alla stabilizzazione in atto dalla primavera (fig. 2). I modesti segnali di attenuazione della fase recessiva e di un possibile riavvio dell'attività economica nella parte finale del 2013 non si sono ancora trasferiti alle famiglie. La debolezza del mercato del lavoro e la presenza di una pressione fiscale che continua a rimanere su livelli record non permettono un recupero del reddito disponibile. In termini prospettici, le incertezze che si rilevano sul versante fiscale, derivanti dalle difficoltà di reperire risorse per il risanamento dei conti pubblici, rischiano di prolungare la crisi del consumo fino alla prima metà del 2014. L'unico elemento positivo per le famiglie è rappresentato dal ridimensionamento dell'inflazione, ai minimi degli ultimi quattro anni.

La presenza di un'evoluzione dei prezzi al consumo, soprattutto per i beni ad alta frequenza di acquisto, meno dinamica rispetto al passato, è uno dei fattori che ha contribuito, a novembre, al miglioramento, dopo il regresso di ottobre, del *sentiment* delle famiglie. Nello stesso mese è proseguito il recupero della fiducia delle imprese, a cui

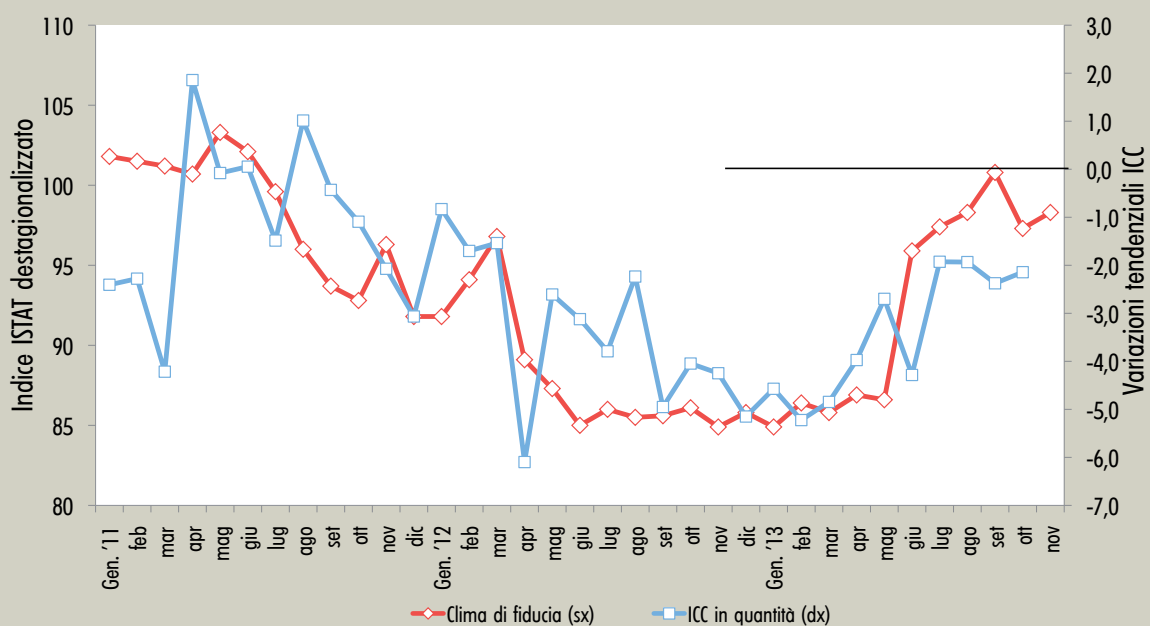
ha contribuito anche il miglioramento del *sentiment* degli operatori delle aziende commerciali e dei servizi.

Le attese di un miglioramento della situazione economica tra la fine del 2013 e l'inizio del 2014 sono confermate dalle stime preliminari di Confindustria che segnalano, a novembre, un ulteriore debole recupero della produzione industriale (+0,4% su ottobre). Tendenza che, stando a quanto rilevato nello stesso mese per gli ordini (+0,5% in termini congiunturali), è attesa consolidarsi nel breve periodo. Va comunque sottolineata l'esiguità del miglioramento produttivo, legato alle esportazioni, insufficiente a garantire un significativo recupero di quanto perso rispetto al picco pre-crisi.

Le difficoltà della nostra economia di avviarsi su un sentiero di ripresa consolidato, la cui premessa è il recupero della domanda interna, si traducono in una situazione molto difficile del mercato del lavoro.

Ad ottobre il numero di occupati è risultato sostanzialmente invariato rispetto a settembre con un calo di 408mila unità su base annua. Anche il numero di disoccupati è risultato stabile rispetto a settembre (+287mila nei confronti di ottobre 2012), dato che ha mantenuto il tasso di disoccupazione al 12,5%. In ulteriore aumento

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

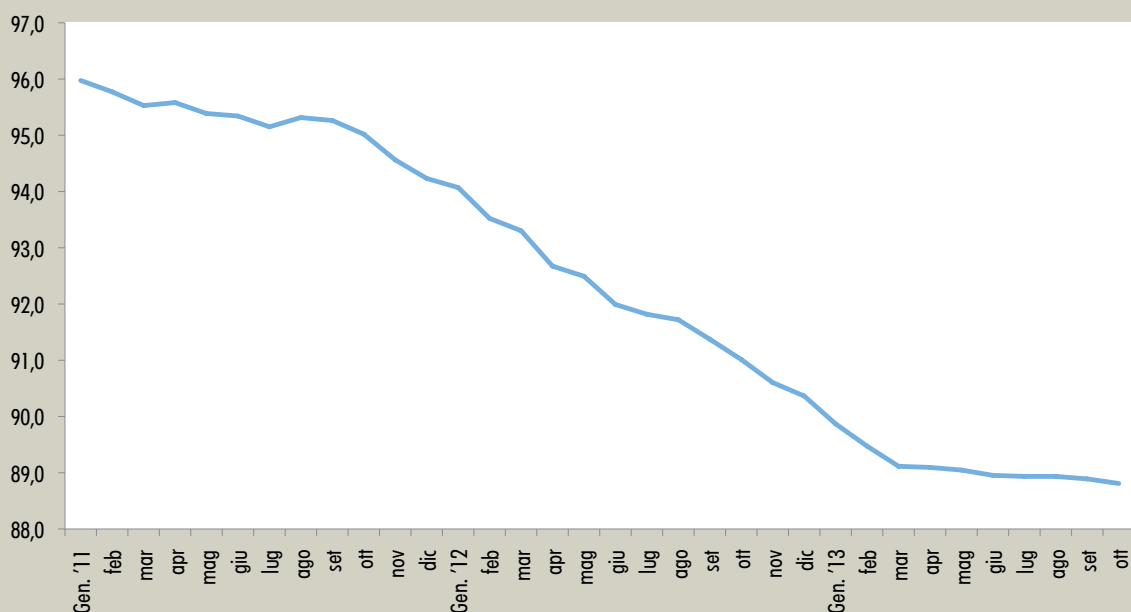


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<sup>1</sup> 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

è risultato, invece, il tasso di disoccupazione giovanile salito al 41,2%. I più recenti dati trimestrali forniscono alcune informazioni aggiuntive sulle caratteristiche della disoccupazione. Nel terzo trimestre del 2013 oltre il 52% di coloro che cercano un'occupazione è costituita da ex-occupati che, in molti casi, cercano un nuovo lavoro da più di 12 mesi. Le difficoltà di trovare un'occupazione portano ad una ricerca sempre meno attiva del lavoro, come segnala la stabilizzazione dei disoccupati, rilevata nei mesi più recenti, ed il sensibile aumento del numero di coloro che cercano un'occupazione meno attivamente e vengono quindi considerati inattivi.

Il numero complessivo di ore autorizzate di CIG segnala, sia nel confronto mensile (-11,9% rispetto ad ottobre 2012), che di periodo (-1,8 nei confronti dei primi dieci mesi dello scorso anno), una diminuzione, dinamica ascrivibile esclusivamente alla CIG in deroga a cui si contrappone una crescita per la CIG ordinaria e straordinaria.

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

Ad ottobre 2013 valori debolmente positivi, rispetto all'analogo mese dello scorso anno, si rilevano solo per i beni e servizi per le comunicazioni (+0,9%) e per i beni e

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

	2012	2013			Set	Ott
	Anno	I trim	II trim	III trim		
<b>SERVIZI</b>	0,4	-2,9	-1,4	-0,3	0,5	-0,2
<b>BENI</b>	-1,4	-4,0	-3,7	-1,9	-2,7	-2,6
<b>TOTALE</b>	-0,8	-3,6	-3,0	-1,4	-1,7	-1,9
Beni e servizi ricreativi	-0,1	-5,5	-1,3	-0,8	-1,3	0,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,1	-3,9	-2,6	-2,0	-0,5	-0,9
Beni e servizi per la mobilità	-4,2	-6,4	-7,0	-0,2	0,4	-5,2
Beni e servizi per le comunicazioni	-3,4	-3,6	-4,7	-4,1	-5,7	-8,0
Beni e servizi per la cura della persona	-2,3	-3,4	-1,9	-1,0	-1,9	-1,8
Abbigliamento e calzature	-2,5	-5,8	-1,8	-1,9	-4,1	-1,8
Beni e servizi per la casa	1,4	-1,1	-1,5	-1,2	-1,7	-1,6
Alimentari, bevande e tabacchi	0,1	-2,2	-3,2	-1,1	-2,4	-0,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2012		2013			
	Anno	I trim	II trim	III trim	Set	Ott
<b>SERVIZI</b>	<b>-1,1</b>	<b>-4,1</b>	<b>-2,6</b>	<b>-1,7</b>	-1,3	-1,1
<b>BENI</b>	<b>-4,4</b>	<b>-5,2</b>	<b>-4,1</b>	<b>-2,2</b>	-2,9	-2,6
<b>TOTALE</b>	<b>-3,4</b>	<b>-4,9</b>	<b>-3,6</b>	<b>-2,1</b>	-2,4	-2,1
Beni e servizi ricreativi	-2,9	-6,0	-0,9	-0,4	-1,1	0,5
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-1,6	-5,6	-4,1	-2,7	-2,2	-2,7
Beni e servizi per la mobilità	-13,0	-8,7	-6,9	-2,8	-0,4	-5,2
Beni e servizi per le comunicazioni	0,2	2,3	0,0	1,8	1,3	0,9
Beni e servizi per la cura della persona	-0,9	-2,9	-2,1	-1,4	-2,4	-2,5
Abbigliamento e calzature	-1,8	-5,9	-2,3	-1,2	-4,6	-2,5
Beni e servizi per la casa	-2,5	-3,9	-2,7	-2,2	-2,7	-2,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,0	-4,6	-5,5	-3,2	-4,0	-2,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

servizi ricreativi (+0,5%). A livello di singole macro-funzioni di spesa, in un quadro che evidenzia per la maggior parte degli aggregati un peggioramento rispetto a settembre, le riduzioni più significative si sono registrate per i beni e servizi per la

mobilità (-5,2%). Per questa funzione di consumo le attese di una stabilizzazione della domanda, emerse a settembre, sono state disattese nell'ultimo mese che ha evidenziato un aggravarsi della crisi per i segmenti delle auto e delle moto.

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati mostrano, a ottobre un aumento dello 0,1% che segue il calo dello 0,5% di settembre. In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore segnala ormai da tempo una stabilizzazione su livelli molto bassi (tab. 3). Il dato di ottobre riflette un miglioramento della domanda per la componente

relativa ai servizi (+0,4%) ed una modesta diminuzione per i beni (-0,1%).

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, solo per i beni e servizi per le comunicazioni si è rilevato, ad ottobre, un aumento significativo (+3%). Per quanto riguarda gli alimentari e le bevande per

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

	2012		2013									
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott
<b>SERVIZI</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,6</b>	<b>-2,4</b>	<b>1,5</b>	<b>-0,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,8</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>
<b>BENI</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,1</b>
di cui alimentari e bevande	0,2	-0,6	-1,1	0,0	0,0	-0,7	-0,2	-0,9	0,7	0,4	0,0	0,1
<b>TOTALE</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,2</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,1</b>
Beni e servizi ricreativi	-0,3	0,0	0,0	-0,4	-0,6	1,8	-0,1	0,3	0,3	0,2	-1,6	-0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,0	-0,8	-3,8	1,7	-1,1	0,8	0,4	-1,6	0,5	0,0	-0,2	0,3
Beni e servizi per la mobilità	-2,3	-0,3	-1,2	-1,8	1,8	-0,9	0,5	1,0	-0,2	-0,2	-0,8	-0,5
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,2	-0,4	-0,9	3,0	0,4	-2,8	0,6	1,3	-0,4	-0,2	0,8	3,0
Beni e servizi per la cura della persona	-0,1	0,0	-0,7	-0,2	-0,5	0,1	0,1	-0,3	-0,1	-0,2	-0,1	-0,3
Abbigliamento e calzature	0,1	-0,4	-0,2	-0,1	-0,7	0,6	-0,2	-0,3	0,0	-0,1	-0,7	-0,1
Beni e servizi per la casa	-0,2	0,2	-0,4	-0,2	0,0	-0,4	-0,4	0,0	-0,2	0,5	-0,8	-0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	0,1	-0,5	-0,9	0,0	-0,1	-0,7	0,0	-1,0	0,8	0,4	0,0	0,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

il quarto mese consecutivo la domanda mostra una stabilizzazione, dato che porta ad ipotizzare come

per questa importante funzione di consumo forse il minimo è stato raggiunto.

## 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 si stima una variazione congiunturale dell'indice dei prezzi al consumo dello 0,3%, con un tasso di crescita tendenziale pari allo 0,7%, in aumento rispetto allo 0,6% di novembre. E' presumibile che con novembre si sia conclusa la fase di rapido ridimensionamento del tasso di crescita dell'inflazione. Il rallentamento rilevato

nei mesi più recenti, seppure agevolato da un contenuto calo dei prezzi delle materie prime, è in larga parte imputabile alla flessione della domanda che ha spinto, negli ultimi tre mesi, ad una riduzione generalizzata dei prezzi, diluendo nel tempo anche il trasferimento sui prezzi finali dell'incremento dell'IVA. Questa situazione ha determinato la presenza di tensioni all'interno del sistema che potrebbero, già da dicembre, avvertirsi sui prezzi finali.

**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					
Gen. '13	0,2	0,8	0,4	-0,7	0,0
Feb	0,1	0,1	0,1	0,4	0,0
Mar.	0,2	0,1	0,0	1,0	0,8
Apr.	0,0	0,2	-0,8	-0,5	1,2
Mag.	0,0	0,7	-0,1	-0,6	0,3
Giu	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 (*)	-0,4 (0,1)	0,2 (0,0)	0,0 (0,3)	-0,9 (-0,1)	-1,7 (-0,2)
Dic (**)	0,3	0,2	0,3	1,3	0,1
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Gen. '13	2,2	3,1	4,9	3,1	1,5
Feb	1,9	2,4	4,6	2,5	1,6
Mar.	1,6	2,4	4,3	1,7	1,9
Apr.	1,1	2,7	2,4	-0,2	1,5
Mag.	1,1	3,1	1,7	0,1	1,6
Giu	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 (*)	0,6 (0,9)	1,2 (1,0)	0,3 (0,4)	0,8 (1,6)	1,4 (2,9)
Dic (**)	0,7	1,1	0,4	1,1	1,4

(\*) Il dato ISTAT di novembre 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 ai 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](#)).