



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

3

Ufficio Studi

marzo 2013, numero 3

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 4 (4 aprile 2013)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a gennaio 2013 una diminuzione del 2,4% in termini tendenziali¹ ed una flessione dello 0,9% rispetto a dicembre (tabb. 2 e 3). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore, corretto dai fattori stagionali, segnala un nuovo arretramento (fig. 2), dato che ha riportato i consumi sui livelli di fine 2004.

Le prime informazioni congiunturali relative all'inizio del 2013 mostrano, con una certa chiarezza, come non sia stata ancora raggiunta la fase più negativa del ciclo, confermando l'impressione che anche il 2013 sarà un anno particolarmente difficile per l'economia italiana.

Stando all'indagine rapida di Confindustria, a febbraio si è registrata, dopo un bimestre moderatamente positivo, una riduzione dello 0,2% in termini congiunturali della produzione industriale.

A preoccupare è l'andamento degli ordinativi, che segnala anche a febbraio una diminuzione (-0,2% rispetto a gennaio), lasciando ipotizzare una dinamica negativa della produzione almeno fino a primavera inoltrata.

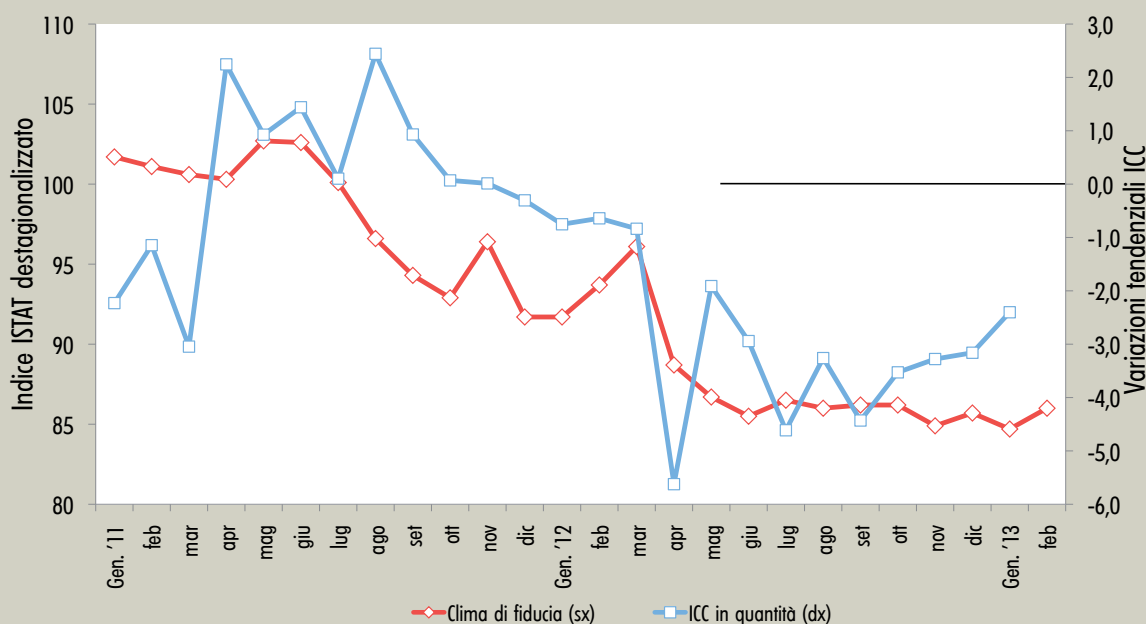
Il protrarsi della crisi economica sta rendendo sempre più critica la situazione del mercato del lavoro. A gennaio

2013 si sono persi, rispetto a dicembre, 97 mila posti di lavoro (da luglio la riduzione supera le 300mila unità) ed il numero di disoccupati è aumentato di 110mila unità (in un anno i senza lavoro sono cresciuti di quasi un milione). Queste dinamiche hanno portato il tasso di disoccupazione all'11,7%.

A rendere più complessa la situazione del mercato del lavoro si aggiungono i dati relativi alla CIG. A gennaio sono state autorizzate il 61,6% di ore in più rispetto allo stesso mese del 2012. A questo andamento ha contribuito in misura significativa il netto aumento di ore richieste per gli interventi straordinari (+97% pari a circa 21 milioni). In questo contesto il clima di fiducia delle imprese e delle famiglie continua a rimanere attestato, anche a febbraio, sui livelli minimi raggiunti nei mesi precedenti. Tale andamento riflette la percezione da parte dei diversi soggetti economici della difficoltà di intravedere, nel breve periodo, non solo l'inizio di una fase di ripresa, ma anche soltanto la stabilizzazione dell'economia.

La dinamica tendenziale dell'ICC di gennaio riflette una diminuzione del 3,7% della domanda relativa ai servizi e del 2,0% della spesa per i beni.

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

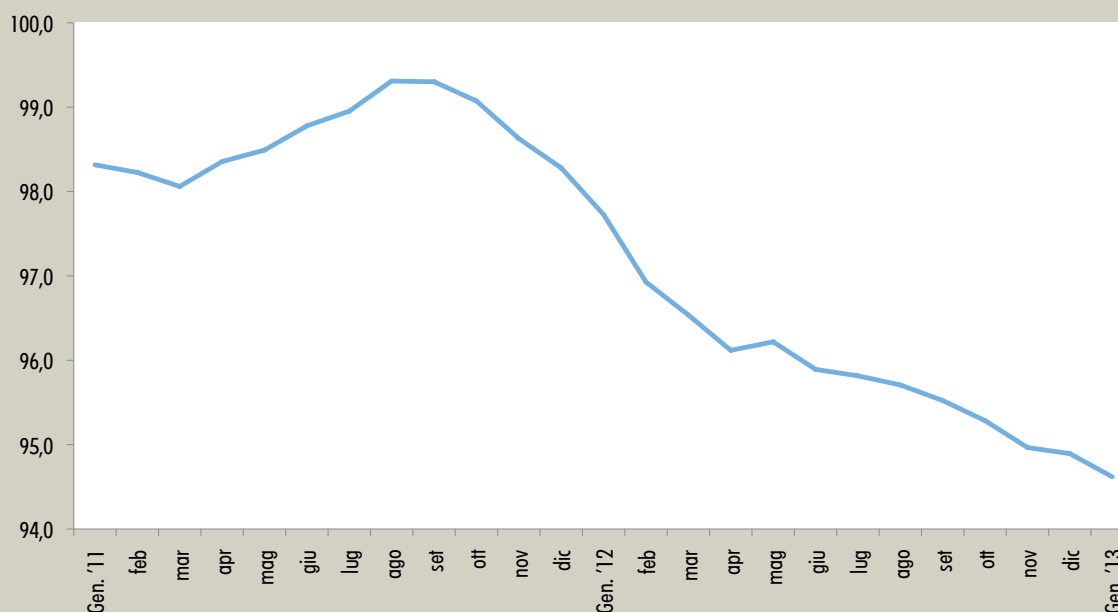


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

Relativamente alle singole funzioni di consumo il primo mese dell'anno conferma la permanenza di forti elementi di criticità in quasi tutti gli aggregati. Il dato più negativo è ancora quello relativo ai beni e servizi per la mobilità la cui domanda registra, anche a gennaio 2013, una flessione a due cifre (-10,1%).

Riduzioni dei consumi particolarmente significative hanno interessato anche gli alimentari, le bevande ed i tabacchi (-3,9%), l'abbigliamento e le calzature (-3,9%),

tutti segmenti che scontano dal 2010 un notevole ridimensionamento della domanda.

In linea con quanto già accaduto nel 2012, solo il complesso dei beni e servizi per le comunicazioni ha mostrato una variazione positiva delle quantità acquistate dalle famiglie (+5,7% rispetto l'analogo mese del 2012). Le differenze con quanto rilevato dalla Contabilità nazionale, che segnala anche per le comunicazioni una diminuzione dei volumi nel 2012, derivano dalla diversa

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

	2011	2012		2013			
	Anno	Anno	I Sem.	II Sem.	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	4,4	-1,4	0,7	-3,2	-2,6	-1,9	-2,0
BENI	-0,2	-0,2	-2,7	-2,1	-3,6	-4,8	-2,9
TOTALE	1,1	-2,0	-0,9	-3,0	-3,3	-4,1	-2,6
Beni e servizi ricreativi	4,3	-0,6	3,4	-3,8	-4,3	-4,8	-3,7
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,3	-3,2	-2,2	-4,0	-3,6	-2,8	-2,3
Beni e servizi per la mobilità	4,0	-5,4	-4,6	-6,1	-7,7	-11,9	-7,3
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,4	-2,7	-2,0	-3,3	-3,1	-3,0	-3,1
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	-2,2	-1,8	-2,6	-2,2	-3,4	-1,3
Abbigliamento e calzature	-1,9	-3,2	-2,6	-3,6	-4,5	-4,0	-3,9
Beni e servizi per la casa	-0,9	0,3	0,8	-0,1	-0,3	-1,2	-0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	0,5	-0,7	0,5	-1,7	-2,3	-3,7	-0,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2011		2012		2013		
	Anno	Anno	I Sem.	II Sem.	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	2,4	-2,8	-0,8	-4,6	-4,0	-3,7	-3,7
BENI	-0,7	-3,0	-2,6	-3,4	-3,0	-3,0	-2,0
TOTALE	0,1	-3,0	-2,2	-3,7	-3,3	-3,2	-2,4
Beni e servizi ricreativi	1,6	-3,3	-0,2	-5,8	-5,6	-5,7	-4,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,2	-4,7	-3,6	-5,6	-5,0	-4,4	-4,0
Beni e servizi per la mobilità	-4,7	-14,7	-15,0	-14,3	-14,9	-17,7	-10,1
Beni e servizi per le comunicazioni	8,5	6,3	7,9	5,0	6,1	5,9	5,7
Beni e servizi per la cura della persona	0,6	-0,4	0,2	-0,9	-0,4	-1,7	-0,2
Abbigliamento e calzature	-3,6	-5,1	-4,1	-6,1	-5,9	-5,0	-3,9
Beni e servizi per la casa	-2,2	-3,4	-2,8	-4,0	-4,2	-4,3	-3,0
Alimentari, bevande e tabacchi	-2,2	-3,7	-2,9	-4,5	-4,4	-5,9	-3,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

costruzione dell'aggregato che nell'ICC include alcuni beni (computer e accessori per l'informatica) che nelle

classificazioni ufficiali sono inclusi nei beni e servizi ricreativi.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati mostrano a gennaio una riduzione dello 0,9% rispetto a dicembre (tab. 3). Per intensità questa evidenza è piuttosto inconsueta (negli ultimi 36 mesi le variazioni uguali o peggiori di quella osservata a gennaio sono soltanto tre).

Nel mese di gennaio, sia i servizi sia i beni hanno mostrato riduzioni di un certo rilievo, pari rispettivamente

a -0,7% e -1,0%. La tendenza al ridimensionamento della domanda ha interessato, nel primo mese del 2013, tutte le funzioni di spesa, a segnalare come il permanere della crisi, che ha già modificato le abitudini di acquisto delle famiglie anche in termini di rapporto qualità/prezzo, stia comportando una riduzione generalizzata della domanda.

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

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

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 consumo², per il mese di marzo 2013 si stima una variazione congiunturale dell'indice dei prezzi al consumo dello 0,4%, con un tasso di crescita tendenziale pari all'1,8%. In termini tendenziali si tratterebbe del sesto mese consecutivo di ridimensionamento della variazione dei prezzi.

Non appare tuttavia scongiurato il pericolo di un'inflazione che, nella media dell'anno, potrebbe approssimarsi al 2%, soprattutto in considerazione del programmato incremento dell'IVA a partire dal prossimo mese di luglio. Tale eventualità avrà ripercussioni in termini di ulteriori cali dei consumi delle famiglie.

Tab. 4 - Stima sull'inflazione - var. congiunturali e tendenziali

	INDICE GENERALE	Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	Trasporti	Servizi ricettivi e di ristorazione
VARIAZIONI CONGIUNTURALI					
Apr '12	0,5	-0,1	1,1	1,3	1,5
Mag	0,0	0,3	0,6	-0,9	0,2
Giu	0,2	0,8	0,0	-0,3	0,2
Lug	0,1	-0,9	0,6	0,2	0,7
Ago	0,4	-0,1	0,2	2,7	-0,1
Set	0,0	0,6	0,4	-1,3	0,3
Ott	0,0	0,3	0,5	-0,4	-0,5
Nov	-0,2	0,4	0,1	-1,2	-1,2
Dic	0,2	0,3	0,2	1,1	0,1
Gen '13	0,2	0,8	0,4	-0,7	0,0
Feb (*)	0,1 (0,3)	0,1 (0,6)	0,1 (0,3)	0,4 (0,7)	-0,1 (0,1)
Mar (**)	0,4	0,2	0,3	1,0	0,5
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Apr '12	3,3	2,4	6,9	7,4	1,8
Mag	3,2	2,0	7,6	6,8	1,5
Giu	3,3	2,7	7,6	6,4	1,4
Lug	3,1	2,5	7,0	5,1	1,9
Ago	3,2	2,5	7,1	6,2	2,2
Set	3,2	2,8	7,5	7,0	1,5
Ott	2,6	2,6	6,8	6,1	1,1
Nov	2,5	2,3	6,4	5,2	1,2
Dic	2,3	2,6	6,4	4,6	1,6
Gen '13	2,2	3,1	4,9	3,1	1,5
Feb (*)	1,9 (2,1)	2,4 (2,9)	4,6 (4,7)	2,5 (2,9)	1,5 (1,8)
Mar (**)	1,8	2,5	4,6	1,7	1,5

(*) Tra parentesi le forecast del mese precedente; il dato ISTAT di febbraio 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
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
Foto-ottica e pellicole

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, ASSAEREOPORTI, 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 30 pari, nell'anno 2011, al 55,8% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel 2011, al 64,3%. Per i servizi l'incidenza è del 31,6%, dato che sale al 42,6% escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale. Per i beni l'incidenza è dell'81,4%.

La base per i livelli in volume è rappresentata dall'anno 2000. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC riportato a base 2000. Per l'abbigliamento e le calzature le serie elementari sono deflazionate con l'IPCA riportato a base 2000.

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](#)).