



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

4

Ufficio Studi

aprile 2013, numero 4

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 5 (7 maggio 2013)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a febbraio 2013 una diminuzione del 3,6% in termini tendenziali¹ ed una stabilità rispetto a gennaio (tabb. 2 e 3). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore, corretto dai fattori stagionali, segnala un nuovo arretramento (fig. 2), proseguendo nella tendenza avviata a settembre del 2011.

Il dato sui consumi appare in linea con il permanere di una situazione di estrema criticità dell'economia italiana, confermata anche da altri indicatori. Non si intravedono, per adesso, segnali di una possibile inversione di tendenza nel breve periodo.

Stando all'indagine rapida di Confindustria a marzo si è registrato un nuovo calo della produzione industriale (-0,3%) in termini congiunturali, dato che unito alla riduzione dello 0,5% di febbraio ha determinato anche nel primo trimestre del 2013 un arretramento dei livelli produttivi. Gli ordinativi a marzo flettono ancora (-0,7% su febbraio).

In questo contesto, il clima di fiducia delle imprese e delle famiglie, resta, anche a marzo, sui livelli minimi raggiunti nei mesi precedenti.

Il modesto incremento del numero di occupati registrato nel mese di febbraio non può essere letto come l'inizio di una decisa inversione di tendenza. Nel confronto su base annua gli occupati sono diminuiti di 219mila unità, i disoccupati sono aumentati di 401mila unità ed il tasso di disoccupazione è salito di 1,5 punti percentuali. Anche la riduzione, su base annua, delle ore di CIG richieste va letta con attenzione. Il calo del 3,4% rispetto a febbraio del 2012 deriva da un deciso ridimensionamento delle richieste per la CIG in deroga, strumento per il quale il rifinanziamento non è certo.

La dinamica tendenziale dell'ICC di febbraio riflette una diminuzione dell'1,9% della domanda relativa ai servizi e del 4,4% della spesa per i beni.

Rispetto allo stesso mese del 2012 quasi tutti gli aggregati hanno mostrato una contrazione dei volumi acquistati

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

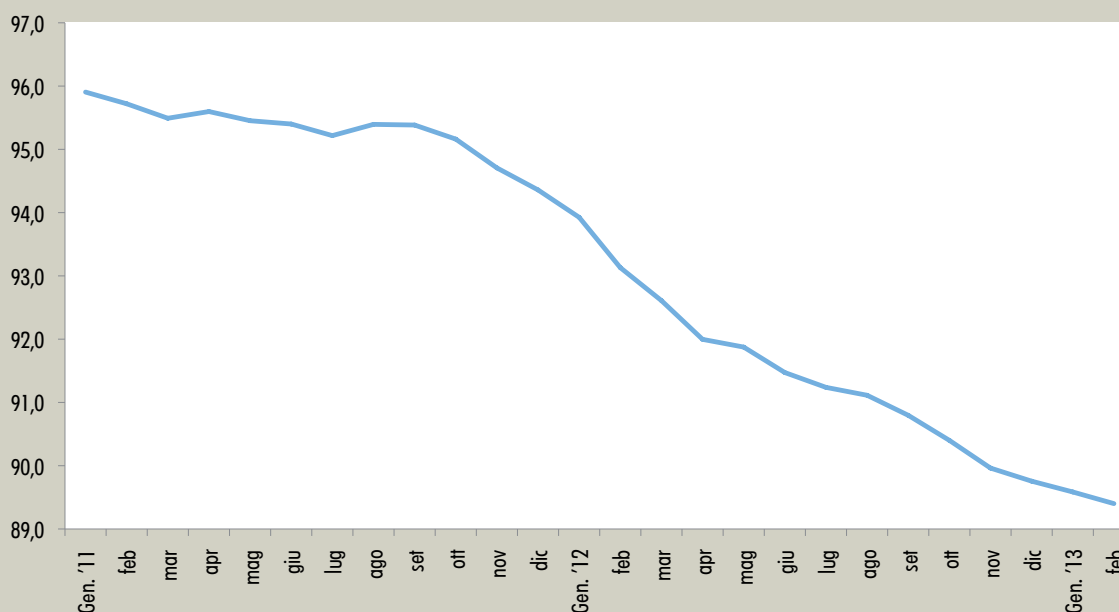


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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. I dati pubblicati in questo numero differiscono da quanto pubblicato in precedenza in considerazione di una significativa revisione delle serie storiche resa necessaria dalla diffusione, da parte dell'Istat, dell'indice delle vendite del commercio al dettaglio con base 2010=100. La revisione più importatane ha riguardato la serie relativa ai beni e servizi per le comunicazioni in considerazione del diverso peso attribuito alle vendite di prodotti per le comunicazioni ed all'accorpamento dei prodotti di foto ottica con i compact disc e gli strumenti musicali. Questa nuova voce è confluita, nell'ICC, nei beni e servizi ricreativi. La disponibilità di nuove informazioni di Contabilità nazionale per alcune funzioni di consumo ha comportato modeste revisioni per altre voci. A partire da questo numero le quantità sono state riportate a base 2010.

Fig. 2 - ICC in volume - Dati destagionalizzati

Media mobile a tre mesi (dicembre 2007=100)



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

dalle famiglie. Il dato più negativo è ancora quello relativo ai beni e servizi per la mobilità la cui domanda registra una riduzione del 7,6%. La flessione di febbraio, seppure meno grave rispetto a quanto rilevato in precedenza, si inserisce in un contesto che ha visto ridursi in due anni la domanda per i beni e servizi considerati nell'aggregato di circa il 25% in volume.

Riduzioni dei consumi particolarmente significative hanno interessato anche gli alimentari, le bevande ed i tabacchi

(-4,7%), gli alberghi ed i pasti e le consumazioni fuori casa (-3,7%), l'abbigliamento e le calzature (-3,6%) ed i beni e servizi per la casa (-3,6%), tutti segmenti che scontano da tempo un arretramento della domanda.

Solo il complesso dei beni e servizi per le comunicazioni ha mostrato una variazione positiva delle quantità acquistate dalle famiglie (+2,9% rispetto l'analogo mese del 2012), dinamica da attribuirsi in larga parte alla componente relativa ai beni.

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

	2011	2012	2013				
	Anno	Anno	I Sem.	II Sem.	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	4,4	-1,0	1,1	-2,8	-1,8	-1,7	-1,0
BENI	0,2	0,4	-2,1	-1,5	-4,4	-3,1	-3,1
TOTALE	1,4	-1,5	-0,3	-2,5	-3,8	-2,7	-2,5
Beni e servizi ricreativi	5,8	-0,2	4,1	-3,7	-5,2	-3,8	-2,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,2	-2,7	-1,6	-3,6	-2,6	-2,4	-2,1
Beni e servizi per la mobilità	3,7	-5,5	-4,8	-6,3	-12,0	-7,2	-4,9
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,7	-2,7	-2,1	-3,2	-2,3	-2,7	-3,6
Beni e servizi per la cura della persona	0,3	-1,5	-1,2	-1,7	-2,8	-1,1	-1,7
Abbigliamento e calzature	-1,8	-2,5	-1,9	-3,0	-3,3	-4,1	-3,5
Beni e servizi per la casa	-0,1	1,0	1,6	0,4	-0,8	0,0	-0,8
Alimentari, bevande e tabacchi	0,9	0,1	1,4	-1,0	-3,1	-1,7	-2,4

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.	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	2,4	-2,5	-0,5	-4,2	-3,7	-3,4	-1,9
BENI	-2,5	-5,0	-4,6	-5,4	-6,1	-4,3	-4,4
TOTALE	-1,0	-4,2	-3,4	-5,0	-5,5	-4,1	-3,6
Beni e servizi ricreativi	3,0	-2,9	0,4	-5,7	-6,8	-4,0	-2,6
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,1	-4,2	-3,0	-5,1	-4,2	-4,1	-3,7
Beni e servizi per la mobilità	-4,7	-14,2	-14,5	-13,9	-17,3	-9,8	-7,6
Beni e servizi per le comunicazioni	2,1	0,8	1,4	0,3	2,7	1,1	2,9
Beni e servizi per la cura della persona	0,8	-0,1	0,4	-0,5	-1,7	-0,3	-0,9
Abbigliamento e calzature	-3,5	-4,5	-3,5	-5,5	-4,3	-4,1	-3,6
Beni e servizi per la casa	-1,5	-2,9	-2,3	-3,5	-4,1	-2,9	-3,6
Alimentari, bevande e tabacchi	-1,8	-3,0	-2,0	-3,9	-5,5	-4,6	-4,7

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati mostrano a febbraio una stabilizzazione dei consumi sui livelli di gennaio (tab. 3). Nel mese di febbraio, a fronte di un aumento della domanda per servizi (+0,5%) i beni hanno mostrato una riduzione dello 0,2%. A livello di singole macro funzioni di spesa, i dati di febbraio, pur segnalando una tendenza

meno univoca rispetto a quanto registrato a gennaio, mostrano come la crisi continui ad interessare quasi tutti i segmenti di consumo. I modesti aumenti rilevati per alcune voci di spesa rispetto al mese precedente, appaiono in molti casi come tentativi di stabilizzazione dei consumi più che una ripresa della domanda.

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

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

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 aprile si stima una variazione congiunturale dell'indice dei prezzi al consumo dello 0,1%, con un tasso di crescita tendenziale pari all'1,3%.

Il sensibile ridimensionamento registrato nei primi mesi del 2013 dal tasso di variazione su base annua dei prezzi al consumo riflette sia l'attenuarsi delle tensioni sui prezzi degli energetici sia gli effetti statistici derivanti dal confronto con un periodo di incremento della fiscalità sui

consumi. Il rientro eccezionalmente rapido dell'inflazione è dovuto anche ad un vero e proprio vuoto di domanda, estesosi ormai a quasi tutti i beni e servizi di consumo.

Allo stato attuale, pur registrandosi condizioni più favorevoli rispetto a quanto stimato a fine 2012 sul versante delle dinamiche dei prezzi al consumo, il rischio di un'inflazione che, nella media dell'anno, potrebbe approssimarsi al 2% non è scongiurato. In particolare nella seconda metà dell'anno potrebbero pesare in misura significativa gli aumenti dell'IVA e l'introduzione della TARES.

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					
Mag. '12	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	0,1	0,1	0,4	0,0
Mar (*)	0,3 (0,4)	0,2 (0,2)	0,0 (0,3)	1,0 (1,0)	0,9 (0,5)
Apr (**)	0,1	0,0	-0,4	-0,1	0,4
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mag. '12	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	2,4	4,6	2,5	1,6
Mar (*)	1,7 (1,8)	2,5 (2,5)	4,3 (4,6)	1,7 (1,7)	2,0 (1,5)
Apr (**)	1,3	2,6	2,8	0,3	0,9

(*) Tra parentesi le forecast del mese precedente; il dato ISTAT di marzo 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 57,0% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 33,1% e per i beni è dell'82,8%. Escludendo le spese relative i fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 65,5% per il totale dei consumi e al 45,2% 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](#)).