



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

1

Ufficio Studi

gennaio 2012, numero 1

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a novembre 2011 una flessione dello 0,2% in termini tendenziali¹ e una contrazione dello 0,1% rispetto ad ottobre (tabb. 2 e 3). Il dato congiunturale rappresenta la terza variazione negativa consecutiva, consolidando la tendenza al ripiegamento dei consumi in atto da alcuni mesi (fig. 2).

In linea con un clima di fiducia delle famiglie che, in termini destagionalizzati, ha toccato a dicembre il minimo dal 1996, è presumibile che la tendenza al ridimensionamento della domanda per consumi prosegua anche nei prossimi mesi.

Il peggioramento registrato sul versante degli indici di produzione ha cominciato a produrre i primi effetti sul mercato del lavoro, dopo che già nel terzo trimestre si era registrata una riduzione del monte ore lavorate per dipendente. A novembre, gli occupati, rilevati dall'indagine continuativa sulle forze di lavoro, hanno mostrato una diminuzione di 28 mila unità rispetto ad ottobre e di ben 204 mila rispetto all'analogo mese del 2010, con un deciso aumento di coloro che sono in cerca di occupazione. Il

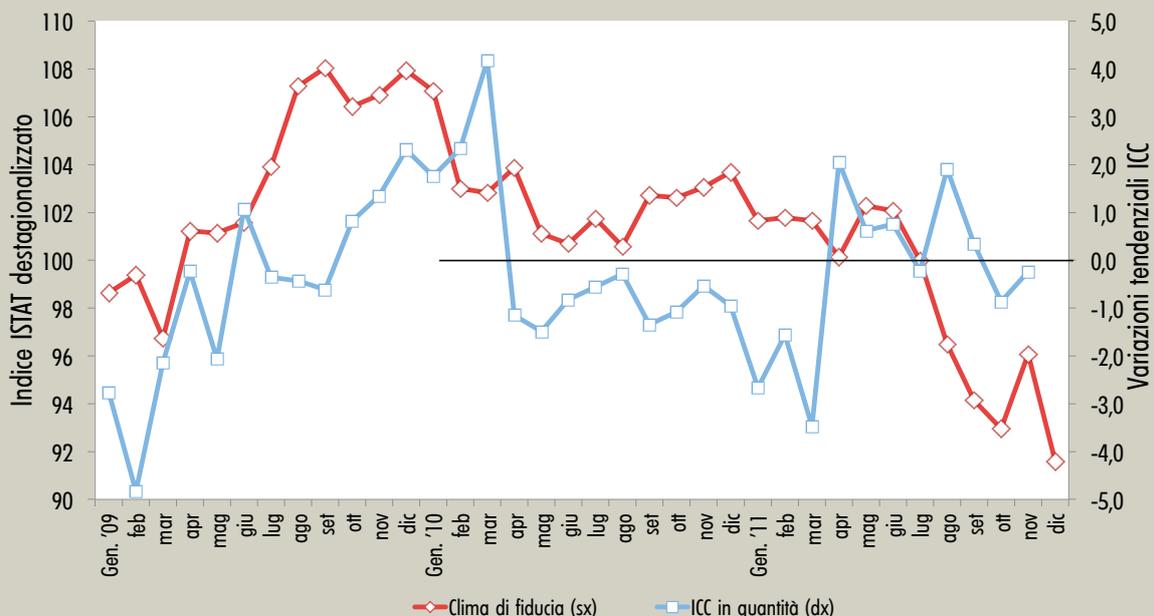
fenomeno sembra interessante, come avviene spesso nelle fasi iniziali di una recessione, le fasce più deboli del mercato: donne e giovani.

La dinamica tendenziale dell'ICC di novembre riflette un aumento della domanda relativa ai servizi (+2,4%) ed una diminuzione della spesa per i beni (-1,1%).

Il quadro d'insieme evidenzia andamenti articolati per le diverse macrofunzioni che compongono l'ICC. In particolare, è proseguita la fase di accentuato ridimensionamento della domanda per i beni e servizi per la mobilità (-7,9%), al cui interno oltre alle ormai strutturali difficoltà degli acquisti relativi ad autovetture e motocicli si è notata anche un'attenuazione della domanda per i trasporti aerei. In decisa contrazione risulta la domanda di abbigliamento e calzature (-4,6%), segmento che vive ormai da tempo una fase di accentuata difficoltà che coinvolge tutti i prodotti e interessa in misura diffusa tutti i canali di vendita.

Andamenti negativi si sono registrati, anche a novembre, per i beni e servizi per la casa (-2,5%) e per l'alimentare, le bevande ed i tabacchi (-2,2%).

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

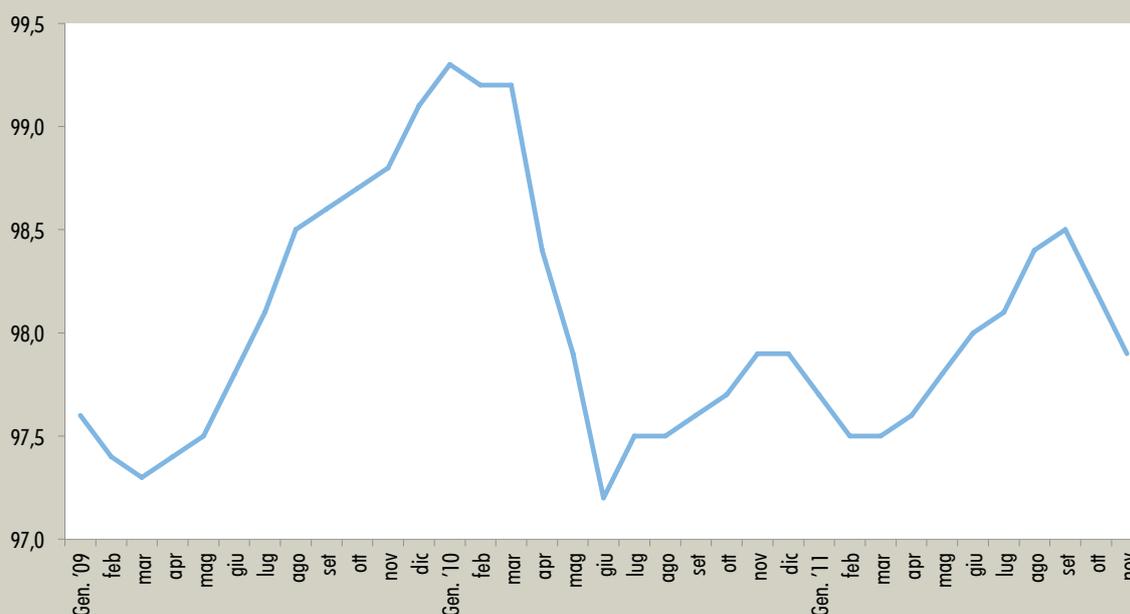


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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. Le serie relative all'abbigliamento e calzature sono corrette sulla base dell'impatto stimato dall'Istat sui prezzi dei prodotti stagionali derivante dalla modifica della rilevazione e del calcolo dell'indice dei prezzi introdotta da gennaio 2011.

Fig. 2 - ICC in volume - Dati destagionalizzati

Media mobile a tre mesi (dicembre 2007=100)



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Per contro, dinamiche positive si continuano a registrare per i beni e servizi per le comunicazioni che hanno mostrato, anche a novembre, un tasso d'incremento particolarmente sostenuto (+7,6% rispetto allo stesso mese del 2010). Tale evoluzione continua ad essere determinata quasi esclusivamente dalla componente relativa ai beni per l'ICT domestico.

Dopo un bimestre pesantemente negativo, a novembre si è registrato un moderato recupero delle spese per i beni e servizi ricreativi (+1,0%) evoluzione legata alla sensibile crescita della spesa per giochi, lotterie e scommesse.

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

	2010		2011				Ago	Set	Ott	Nov
	ANNO	I Trim.	II Trim.	III Trim.						
SERVIZI	3,4	3,3	4,6	4,1		3,1	4,6	2,5	4,5	
BENI	-0,3	-3,2	1,3	0,2		2,3	0,8	0,0	-0,4	
TOTALE	0,8	-1,3	2,3	1,5		2,6	2,0	0,8	1,0	
Beni e servizi ricreativi	2,7	2,2	4,3	3,7		5,4	2,4	-0,5	4,3	
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,6	3,7	3,2	2,4		1,1	3,9	3,2	3,3	
Beni e servizi per la mobilità	-0,1	-12,1	6,6	7,4		13,1	9,5	6,2	2,3	
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,9	-1,7	-0,2	-1,1		-1,5	-1,3	-2,0	-3,1	
Beni e servizi per la cura della persona	0,4	0,4	0,2	-1,0		0,1	-1,4	-1,8	-0,4	
Abbigliamento e calzature	0,1	-1,2	0,7	-3,1		-2,9	-4,7	-2,9	-2,4	
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,9	0,4	-0,4		0,7	0,3	-0,9	-0,4	
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	-0,4	1,7	0,8		2,8	1,8	1,6	1,3	

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2010		2011					
	ANNO	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Ago	Set	Ott	Nov
SERVIZI	1,9	1,9	2,4	1,8	1,4	2,0	0,3	2,4
BENI	-0,7	-4,1	0,7	0,1	2,2	-0,3	-1,3	-1,1
TOTALE	-0,1	-2,6	1,1	0,6	1,9	0,3	-0,9	-0,2
TOTALE NETTO AUTOVETTURE	0,5	-0,2	1,4	0,9	1,9	0,5	-0,5	0,3
Beni e servizi ricreativi	0,2	-0,2	1,9	0,5	3,0	-2,8	-4,4	1,0
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	1,6	0,8	0,3	-0,4	1,2	1,0	1,2
Beni e servizi per la mobilità	-5,6	-18,2	-1,5	-2,8	2,2	-0,8	-4,6	-7,9
Beni e servizi per le comunicazioni	2,1	2,1	8,5	11,8	12,3	10,2	7,4	7,6
Beni e servizi per la cura della persona	1,3	0,7	0,8	0,0	1,2	-0,5	-1,1	0,5
Abbigliamento e calzature	-0,4	-3,4	-0,6	-4,1	-2,9	-8,3	-5,1	-4,6
Beni e servizi per la casa	0,6	-0,9	-0,9	-2,1	-1,0	-1,5	-3,1	-2,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,7	-2,6	-1,0	-1,9	0,0	-1,0	-1,6	-2,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a novembre una diminuzione dell'ICC dello 0,1% (tab. 3). Il dato, che rappresenta la terza variazione congiunturale consecutiva negativa, ha determinato, in termini di media mobile a tre mesi, un ulteriore e significativo arretramento (fig. 2).

In particolare, nel mese di novembre si registra una crescita della domanda per i servizi (+0,8%) ed una flessione dello 0,4% per i beni.

Tra i diversi aggregati variazioni congiunturali positive si sono registrate solo per i beni e servizi ricreativi, in recupero dopo un trimestre di riduzione, e per gli alberghi, pasti e consumazioni fuori casa, dato che ha solo parzialmente attenuato la situazione di difficoltà del segmento.

Tra gli altri comparti permane un quadro pesantemente negativo per la domanda di beni e servizi per la mobilità (-1,2%) e per gli alimentari e bevande.

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

	2010		2011									
	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov
SERVIZI	0,1	1,1	-1,2	1,5	-0,7	-0,9	0,9	0,6	-0,2	0,0	-0,1	0,8
BENI	-0,4	-0,5	0,1	-0,2	1,1	-0,2	0,1	0,4	0,3	-0,5	-0,7	-0,4
di cui alimentari e bevande	0,2	-1,0	-0,1	-0,6	0,5	-0,8	0,1	0,5	0,4	-0,2	-0,2	-0,7
TOTALE	-0,3	-0,1	-0,3	0,2	0,6	-0,4	0,3	0,4	0,2	-0,4	-0,5	-0,1
Beni e servizi ricreativi	-0,4	0,4	0,6	0,8	-0,3	0,6	-0,2	0,9	-0,1	-3,8	-0,2	1,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,1	1,7	-2,0	2,2	-1,5	-2,2	1,3	0,6	-0,3	0,5	0,0	0,7
Beni e servizi per la mobilità	-1,8	-2,8	-0,1	-2,2	1,7	-1,4	-0,4	-1,1	2,5	-0,4	-1,4	-1,2
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,0	1,4	0,0	1,8	2,9	0,7	2,6	1,5	-0,2	0,5	-0,3	-0,2
Beni e servizi per la cura della persona	0,8	-0,6	-0,3	-0,6	1,1	0,8	-0,9	0,9	-0,2	-0,6	0,2	0,3
Abbigliamento e calzature	-0,4	-0,2	-0,1	-0,7	0,3	-0,4	-0,7	0,0	-0,8	-1,3	0,3	-0,3
Beni e servizi per la casa	0,5	-0,6	0,0	-0,4	0,0	-0,3	-0,5	-0,4	0,2	0,0	-1,0	-0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,1	-0,9	0,0	-0,5	0,5	-0,6	-0,1	0,5	0,3	0,2	-1,1	-0,7

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 gennaio 2012 si stima una variazione congiunturale dello 0,3% dell'indice dei prezzi al consumo.

Il dato porterebbe ad un contenuto ridimensionamento del tasso tendenziale, atteso scendere dal 3,3% di dicembre al 3,2% del primo mese del 2012.

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					
Giugno	0,1	0,1	0,0	0,1	0,3
Luglio	0,3	-0,8	1,1	1,4	0,1
Agosto	0,3	-0,1	0,1	1,6	-0,4
Settembre	0,1	0,3	0,1	-2,0	1,2
Ottobre	0,6	0,5	1,1	0,4	0,0
Novembre	-0,1	0,7	0,5	-0,4	-1,4
Dicembre (*)	0,4 (0,2)	0,0 (0,3)	0,3 (0,2)	1,7 (0,6)	-0,4 (0,0)
Gennaio '12 (**)	0,3	0,2	1,3	0,6	-0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Giugno	2,7	3,0	4,7	6,1	2,7
Luglio	2,7	2,3	5,0	6,4	2,2
Agosto	2,8	2,2	5,1	7,0	1,8
Settembre	3,1	2,3	5,2	6,7	2,9
Ottobre	3,4	2,5	6,2	7,2	2,2
Novembre	3,3	3,1	6,3	6,9	1,8
Dicembre (*)	3,3 (3,1)	2,9 (3,2)	6,3 (6,2)	7,1 (5,9)	1,6 (1,8)
Gennaio '12 (**)	3,2	2,3	7,0	7,2	1,1

(*) Tra parentesi le forecast del mese precedente; il dato ISTAT di dicembre 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 2010, al 58,2% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel 2010 al 67,1%. Per i servizi l'incidenza è del 34,0%, dato che sale al 46,0% escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale. Per i beni l'incidenza è dell'83,5%.

Tra il 2000 e il 2010 la variazione in quantità registrata dal paniere di beni e servizi utilizzati in **CONSUMI&PREZZI** è del 6,5% a fronte del 3,2% rilevato sulla base dei consumi sul territorio di Contabilità nazionale. Nell'ultimo biennio le variazioni sono risultate pari rispettivamente a -0,6% ed a -1,0%.

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 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, sezione Ufficio Studi](#)).