



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

11

Ufficio Studi

dicembre 2012, numero 11

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra ad ottobre una diminuzione del 2,5% in termini tendenziali¹ ed un aumento dello 0,2% rispetto al mese precedente (tabb. 2 e 3). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore, corretto dai fattori stagionali, segnala una stabilizzazione (fig. 2).

Il dato congiunturale, risente di una dinamica della domanda per beni e servizi per la mobilità che ha mostrato ad ottobre, al netto dei fattori stagionali, un modesto recupero. Stando agli ordini già registrati questa tendenza, non sembra destinata a consolidarsi nel breve periodo.

L'osservazione, a partire dai mesi estivi, di dinamiche congiunturali debolmente meno negative rispetto a quanto registrato nella prima parte dell'anno non sembra preludere, anche alla luce degli altri indicatori congiunturali disponibili, all'inizio dell'uscita dalla fase recessiva. Riflette, invece, il difficile tentativo delle famiglie di arginare la continua erosione del reddito disponibile attraverso l'incremento della propensione al consumo.

I dati più recenti segnalano come la crisi sia ancora ben presente all'interno del sistema, con un progressivo

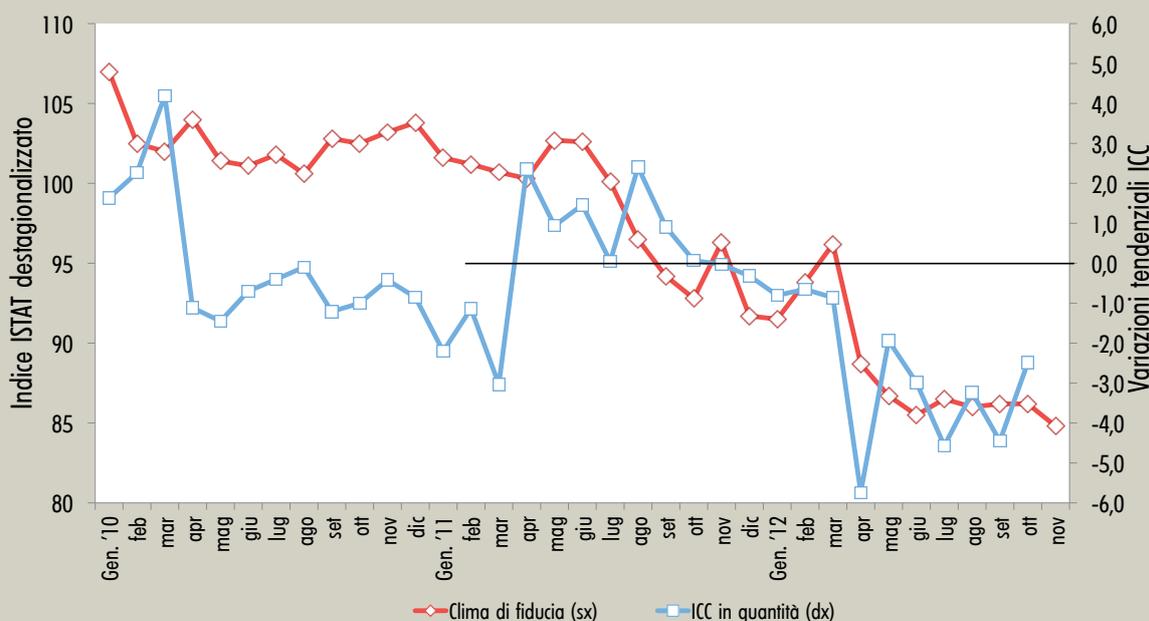
deterioramento del *sentiment* di famiglie ed imprese, che ha raggiunto i livelli minimi da quanto vengono effettuate le indagini. Stando alle prime stime di Confindustria, a novembre la produzione industriale ha registrato una diminuzione dello 0,5% in termini congiunturali; in ridimensionamento sono risultati, nello stesso mese, gli ordinativi (-1,0%).

La debolezza dell'attività produttiva ed il ridimensionamento del reddito disponibile delle famiglie stanno determinando un continuo peggioramento degli indicatori relativi al mercato del lavoro.

Anche ad ottobre si è registrata una riduzione dei livelli occupazionali (-8mila unità rispetto a settembre, dato che ha portato ad una riduzione degli occupati negli ultimi tre mesi di 122mila unità) associata ad una ricerca più attiva di lavoro da parte di fasce sempre più numerose di popolazione. Il numero di persone in cerca di occupazione è aumentato di 93mila unità rispetto a settembre, e di 644mila unità nei confronti dello stesso mese del 2011.

Queste dinamiche hanno portato ad un significativo innalzamento del tasso di disoccupazione che ha raggiunto, ad ottobre, l'11,1%.

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

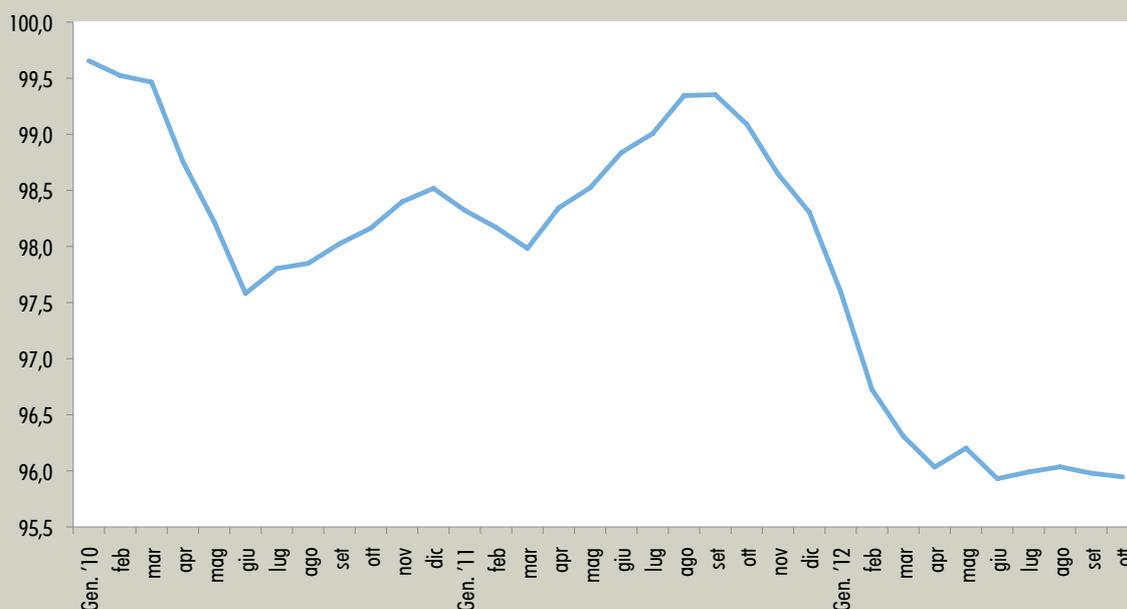


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

La dinamica tendenziale dell'ICC di ottobre riflette una diminuzione del 3,8% della domanda relativa ai servizi e del 2,0% della spesa per i beni.

In un contesto che ha registrato per la quasi totalità dei beni e servizi una pesante riduzione delle quantità acquistate dalle famiglie, rispetto all'analogo mese del 2011, i dati più negativi si registrano per la mobilità

(-9,3%), gli alberghi e pasti e consumazioni fuori casa (-5,1%). L'unico segmento che mostra ancora variazioni positive è quello relativo agli acquisti di beni e servizi per le comunicazioni (+2,9%), dato che sintetizza, peraltro, andamenti divergenti tra la componente relativa ai prodotti (positiva) e quella dei servizi (negativa).

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

	2011	2012					
	Anno	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Ago	Set	Ott
SERVIZI	4,4	2,0	-0,7	-3,3	-3,3	-2,7	-2,8
BENI	-0,2	-0,2	-2,7	-2,2	-0,4	-3,7	-0,5
TOTALE	1,1	0,4	-2,1	-2,5	-1,5	-3,4	-1,2
Beni e servizi ricreativi	4,3	5,5	1,4	-3,5	-3,7	-3,2	-2,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,3	-1,2	-3,5	-3,7	-3,3	-3,1	-4,0
Beni e servizi per la mobilità	4,0	-4,6	-4,7	-5,9	-2,9	-10,4	0,1
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,4	-1,1	-2,9	-3,1	-3,4	-1,9	-4,6
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	-0,1	-3,5	-2,9	-1,5	-3,8	-2,0
Abbigliamento e calzature	-1,9	-0,1	-5,0	-2,1	0,0	-1,0	-1,0
Beni e servizi per la casa	-0,9	1,7	0,0	0,5	1,5	-0,4	1,0
Alimentari, bevande e tabacchi	0,5	2,3	-1,1	-0,8	0,9	-2,6	0,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2011		2012				
	Anno	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Ago	Set	Ott
SERVIZI	2,4	0,2	-2,1	-4,8	-5,1	-3,9	-3,8
BENI	-0,7	-1,1	-4,1	-3,8	-2,3	-4,7	-2,0
TOTALE	0,1	-0,8	-3,5	-4,1	-3,2	-4,5	-2,5
Beni e servizi ricreativi	1,6	1,8	-2,2	-6,3	-6,7	-4,6	-3,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,2	-2,7	-4,9	-5,5	-5,4	-4,5	-5,1
Beni e servizi per la mobilità	-4,7	-15,8	-14,3	-14,8	-12,5	-20,3	-9,3
Beni e servizi per le comunicazioni	8,5	9,9	6,1	4,4	3,9	5,7	2,9
Beni e servizi per la cura della persona	0,6	2,2	-1,7	-1,4	0,2	-2,4	-0,3
Abbigliamento e calzature	-3,6	-1,1	-7,2	-6,2	-2,2	-3,8	-2,4
Beni e servizi per la casa	-2,2	-1,8	-3,8	-3,6	-2,7	-4,3	-2,8
Alimentari, bevande e tabacchi	-2,2	-1,0	-4,5	-4,0	-2,5	-5,4	-2,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati mostrano ad ottobre un aumento dello 0,2% rispetto a settembre (tab. 3). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore ha mostrato una stabilizzazione, mantenendo i consumi sui livelli minimi raggiunti nei mesi precedenti (fig. 2).

Nel mese di ottobre, a fronte di una stabilizzazione della spesa reale per i servizi, i beni hanno evidenziato una crescita dello 0,3%. Il dato risente della variazione positiva registrata dalla mobilità (+2,1%), segmento in

cui il modesto attenuarsi delle dinamiche profondamente recessive della domanda di alcuni prodotti ha portato ad un modesto innalzamento in termini congiunturali. Relativamente alle altre funzioni di consumo, una dinamica positiva si registra solo per le comunicazioni, aggregato in cui l'innovazione e la concorrenza forniscono un continuo stimolo alla domanda. Per le altre funzioni di consumo l'evoluzione congiunturale della spesa in termini reali permane negativa.

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

	2011		2012									
	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott
SERVIZI	0,1	0,0	-1,0	-1,2	0,4	-0,8	-0,8	-0,3	-0,6	-0,1	0,3	0,0
BENI	-0,8	-0,4	-1,4	-1,0	1,4	-0,9	0,7	-0,2	0,4	0,4	-0,9	0,3
di cui alimentari e bevande	-1,1	-0,7	0,6	-1,0	0,4	-0,8	0,2	-0,6	0,9	0,2	-0,5	-0,3
TOTALE	-0,6	-0,3	-1,3	-1,1	1,1	-0,9	0,3	-0,2	0,1	0,3	-0,6	0,2
Beni e servizi ricreativi	0,4	-0,6	0,0	-2,0	1,5	-0,9	-0,8	-0,9	0,2	0,6	-1,1	-0,5
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,1	0,0	-1,6	-0,5	-0,1	-1,5	-1,1	0,0	-0,7	0,2	0,2	-0,1
Beni e servizi per la mobilità	-0,7	1,1	-10,7	-8,3	6,9	-1,5	0,7	0,9	-1,2	-0,6	-1,8	2,1
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,9	0,2	-1,5	1,1	1,6	1,4	2,1	-1,9	2,0	-0,2	0,0	1,5
Beni e servizi per la cura della persona	-0,8	-0,4	0,8	-0,2	1,2	-2,1	0,8	0,4	-0,4	0,6	-0,9	-0,4
Abbigliamento e calzature	-0,4	-2,1	2,2	0,3	-0,5	-1,5	-0,2	0,7	-1,5	0,8	0,0	-0,4
Beni e servizi per la casa	-0,6	-0,8	0,2	-0,1	-0,4	-1,5	-0,1	0,7	-0,1	0,5	-0,8	-0,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-1,2	-0,5	0,5	-1,2	0,4	-0,9	0,3	-0,4	0,7	0,4	-0,8	-0,3

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 dicembre 2012 si stima una variazione congiunturale dell'indice dei prezzi al consumo dello 0,2%, con un tasso di crescita tendenziale pari al 2,4%, in ridimensionamento rispetto al 2,5% di novembre. Il

rapido rientro dell'inflazione - a settembre era al 3,2%-, riflette l'attenuarsi delle tensioni sui prodotti energetici importati congiuntamente agli sforzi che gli operatori economici stanno attuando per cercare di stimolare consumi declinanti attraverso la convenienza di prezzo.

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

(*) Tra parentesi le forecast del mese precedente; 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
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, sezione Ufficio Studi](#)).