



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

# 2

Ufficio Studi

febbraio 2012, numero 2

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a dicembre del 2011 una variazione nulla in termini tendenziali<sup>1</sup> e una crescita dello 0,3% rispetto a novembre (tabb. 2 e 3). I dati registrati a dicembre, che appaiono meno negativi se confrontati con quelli dei mesi precedenti, vanno letti con estrema cautela.

Nella media dell'intero 2011 l'indicatore ha evidenziato una riduzione dello 0,4%. In termini di media mobile destagionalizzata a tre mesi il dato segna un'ulteriore flessione, indicando anche nel quarto trimestre una riduzione dei volumi acquistati dalle famiglie (fig. 2).

Alla luce degli indicatori congiunturali disponibili, la tenuta registrata dalla domanda sembra riflettere più il tentativo delle famiglie di tenere invariato il livello dei consumi in un periodo come quello delle festività di fine anno, che un'inversione di tendenza.

In clima di fiducia delle famiglie, in termini destagionalizzati, si è attestato a gennaio 2012 sui valori minimi già toccati a dicembre ed anche il sentiment delle imprese continua a segnalare un deterioramento.

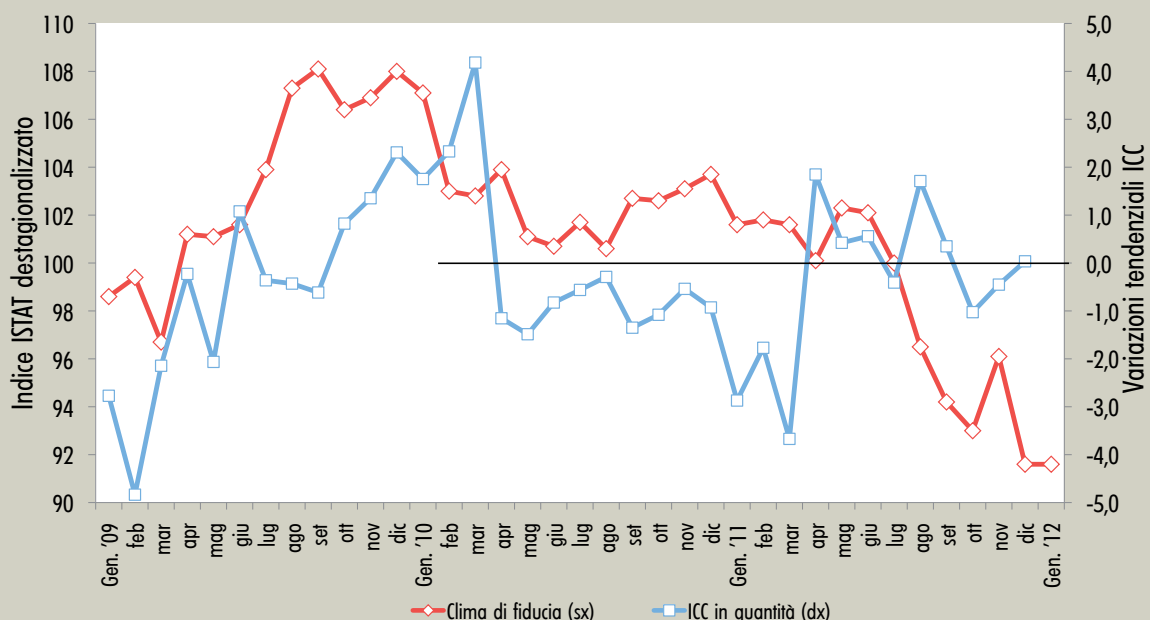
Stando alle stime di Confindustria, a gennaio 2012 è proseguita la fase di ridimensionamento dell'attività produttiva (-0,6% rispetto a dicembre) iniziata a settembre del 2011. Tendenza che, sulla base dei dati sugli ordinativi (-1,7% in termini congiunturali), dovrebbe permanere almeno fino all'inizio della primavera.

In linea con il deterioramento dell'attività produttiva, anche il mercato del lavoro ha cominciato ed evidenziare segnali di peggioramento. Secondo le stime provvisorie, a dicembre il tasso di disoccupazione è salito all'8,9% (31% per la fascia 15-24 anni). Gli occupati sono calati di 5 mila unità rispetto a novembre e di 96 mila rispetto allo scorso anno.

La dinamica tendenziale dell'ICC di gennaio riflette un aumento dell'1,5% della domanda relativa ai servizi ed una riduzione della spesa per i beni (-0,3%).

Il quadro d'insieme evidenzia un deterioramento della domanda per quasi tutte le macrofunzioni di spesa che compongono l'ICC, elemento che contribuisce a guardare con molta prudenza al dato di dicembre. Fanno eccezione alla generalizzata tendenza alla riduzione i consumi per i

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

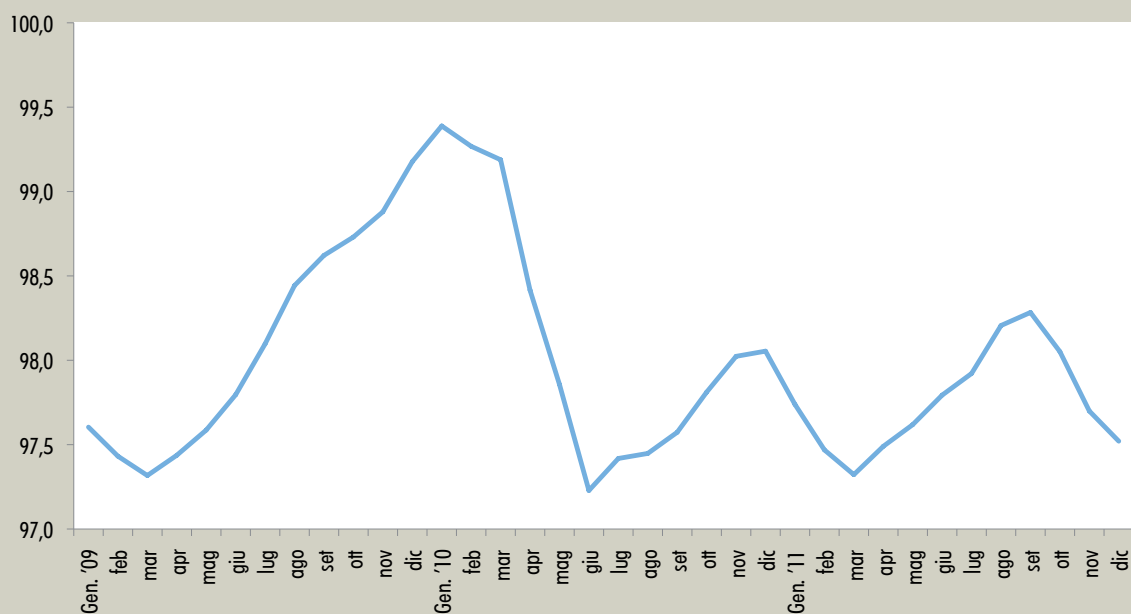


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

beni e i servizi per le comunicazioni (+9,4), la cui domanda continua ad essere sostenuta quasi esclusivamente dalla componente relativa ai beni per l'ICT domestico.

Particolarmente negativa è risultata, anche a dicembre, la dinamica relativa alla domanda per i beni e servizi per la mobilità (-6,6%).

Un deciso ridimensionamento si è riscontrato anche per la domanda di abbigliamento e calzature (-3,1%), settore che vive ormai da tempo una fase critica.

Situazioni di accentuata difficoltà si sono registrate, anche a dicembre, per la domanda di beni e servizi per la casa (-3,5%), al cui interno i consumi di mobili e di elettrodomestici continuano a segnalare un netto ridimensionamento, e per l'alimentare, le bevande ed i tabacchi (-2,4).

Relativamente alle spese per i beni e servizi ricreativi, dopo il modesto miglioramento registrato a novembre, a dicembre i volumi acquistati dalle famiglie sono tornati a segnalare una diminuzione (-1,7%), andamento a cui continuano a fare eccezione solo i consumi per giochi, lotterie e scommesse.

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

	2010	2011						
	ANNO	Anno	I Sem.	II Sem.	Set	Ott	Nov	Dic
<b>SERVIZI</b>	<b>3,4</b>	<b>3,2</b>	<b>3,1</b>	<b>3,3</b>	4,6	1,7	3,7	3,7
<b>BENI</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,2</b>	0,8	0,1	-1,0	-0,8
<b>TOTALE</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>	<b>0,3</b>	<b>0,8</b>	2,0	0,5	0,3	0,2
Beni e servizi ricreativi	2,7	2,8	3,3	2,4	2,9	-1,2	3,9	1,0
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,6	1,9	2,0	1,8	3,6	2,3	1,9	1,9
Beni e servizi per la mobilità	-0,1	1,1	-3,2	6,1	9,5	6,2	2,3	5,4
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,9	-1,5	-1,0	-2,1	-1,3	-2,0	-1,6	-4,3
Beni e servizi per la cura della persona	0,4	-0,4	0,3	-1,1	-1,4	-1,8	-1,1	-0,7
Abbigliamento e calzature	0,1	-1,4	-0,2	-2,5	-4,7	-2,9	-2,7	-0,9
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,6	-0,3	-0,9	0,3	-0,9	-1,6	-1,7
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	0,7	0,7	0,8	1,8	1,6	0,0	0,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2010		2011		Set	Ott	Nov	Dic
	ANNO	Anno	I Sem.	II Sem.				
<b>SERVIZI</b>	<b>1,9</b>	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>	<b>1,2</b>	2,0	-0,4	1,7	1,5
<b>BENI</b>	<b>-0,7</b>	<b>-1,0</b>	<b>-1,7</b>	<b>-0,4</b>	-0,3	-1,2	-1,1	-0,3
<b>TOTALE</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,9</b>	<b>0,0</b>	0,3	-1,0	-0,5	0,0
<b>TOTALE NETTO AUTOVEETTURE</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	0,5	-0,7	0,0	0,5
Beni e servizi ricreativi	0,2	-0,1	0,9	-0,8	-2,4	-5,1	0,7	-1,7
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	-0,3	-0,3	-0,3	0,9	0,1	-0,1	-0,1
Beni e servizi per la mobilità	-5,6	-7,7	-10,4	-4,6	-0,8	-4,6	-8,0	-6,6
Beni e servizi per le comunicazioni	2,1	8,0	5,3	10,3	10,2	7,4	10,5	9,4
Beni e servizi per la cura della persona	1,3	0,3	0,8	-0,1	-0,5	-1,1	-0,1	0,5
Abbigliamento e calzature	-0,4	-3,2	-2,1	-4,2	-8,3	-5,1	-4,9	-3,1
Beni e servizi per la casa	0,6	-1,9	-0,9	-2,8	-1,5	-3,0	-4,0	-3,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,7	-2,0	-1,8	-2,2	-1,0	-1,6	-3,5	-2,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a dicembre un aumento dell'ICC dello 0,3% (tab. 3). Il miglioramento registrato nell'ultimo mese del 2011 non ha permesso di recuperare quanto perso nei mesi precedenti come segnala l'ulteriore ridimensionamento registrato in termini di media mobile a tre mesi (fig. 2).

In particolare, nel mese di dicembre si registra una moderata crescita della domanda sia per i servizi (+0,2%) che per i beni (+0,3%).

La contenuta tendenza al recupero ha interessato quasi tutte le macro funzioni di spesa con l'unica eccezione della domanda per l'abbigliamento e le calzature (-0,7%).

Tra i diversi aggregati il miglioramento più significativo si è registrato per i beni e servizi per la mobilità (+1,4%), andamento che ha determinato solo un minimo recupero rispetto alle dinamiche pesantemente negative che hanno caratterizzato quasi tutto il 2011.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

In moderata crescita sono risultati, nel mese di dicembre, anche i consumi per gli alimentari e le bevande (+0,2%), fenomeno che, come sembrano indicare le prime informazioni relative a gennaio, potrebbe essere derivato dalla diversa tempistica con cui le famiglie hanno effettuato le spese per le festività di fine anno più che da una modifica nei comportamenti.

Nel complesso tuttavia, si conferma la sensazione che a dicembre non si sia manifestato alcun crollo della domanda da parte delle famiglie, le quali manifestano ancora importanti segnali di tenuta della propensione al consumo.

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

Il dato porterebbe ad una stabilizzazione del tasso tendenziale, stimato attestarsi al 3,2%, valore analogo a quello registrato a gennaio.

**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					
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	0,0	0,2	1,7	-0,3
Gennaio '12 (*)	0,3 (0,3)	0,3 (0,2)	1,8 (1,3)	0,7 (0,6)	0,2 (-0,2)
Febbraio (**)	0,3	0,3	0,9	0,5	0,0
VARIAZIONI TENDENZIALI					
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	2,9	6,2	7,1	1,7
Gennaio '12 (*)	3,2 (3,2)	2,4 (2,3)	7,3 (7,0)	7,3 (7,2)	1,6 (1,1)
Febbraio '12 (**)	3,2	2,3	7,6	7,0	1,5

(\*) Tra parentesi le forecast del mese precedente; il dato ISTAT di gennaio è provvisorio; (\*\*) previsioni.

Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<sup>2</sup> 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](#)).