



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

2

Ufficio Studi

febbraio 2013, numero 2

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 3 (6 marzo 2013)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a dicembre una diminuzione del 2,7% 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, mostra un lieve miglioramento (fig. 2).

I dati congiunturali degli ultimi tre mesi del 2012, indicano una modesta attenuazione della dinamica fortemente riflessiva dei consumi che ha caratterizzato gli ultimi dodici mesi, vanno letti con estrema cautela.

Sono ancora presenti, comunque, elementi di spiccata criticità che non permettono di stabilire se nei mesi finali del 2012 si sia toccata la fase più negativa del ciclo.

Stando all'indagine rapida sulla produzione industriale di Confindustria sia a dicembre che a gennaio si è registrato un contenuto miglioramento dell'attività produttiva. Dato che, alla luce della contrazione registrata negli stessi mesi dagli ordini, sembra essere legato principalmente alla necessità di ricostituire le scorte.

Particolarmente difficile risulta la situazione del mercato del lavoro. A dicembre si sono persi, rispetto a novembre,

oltre 100mila posti di lavoro. Da luglio 2012 la riduzione supera le 270mila unità.

Il tasso di disoccupazione è ormai attestato stabilmente al di sopra dell'11%.

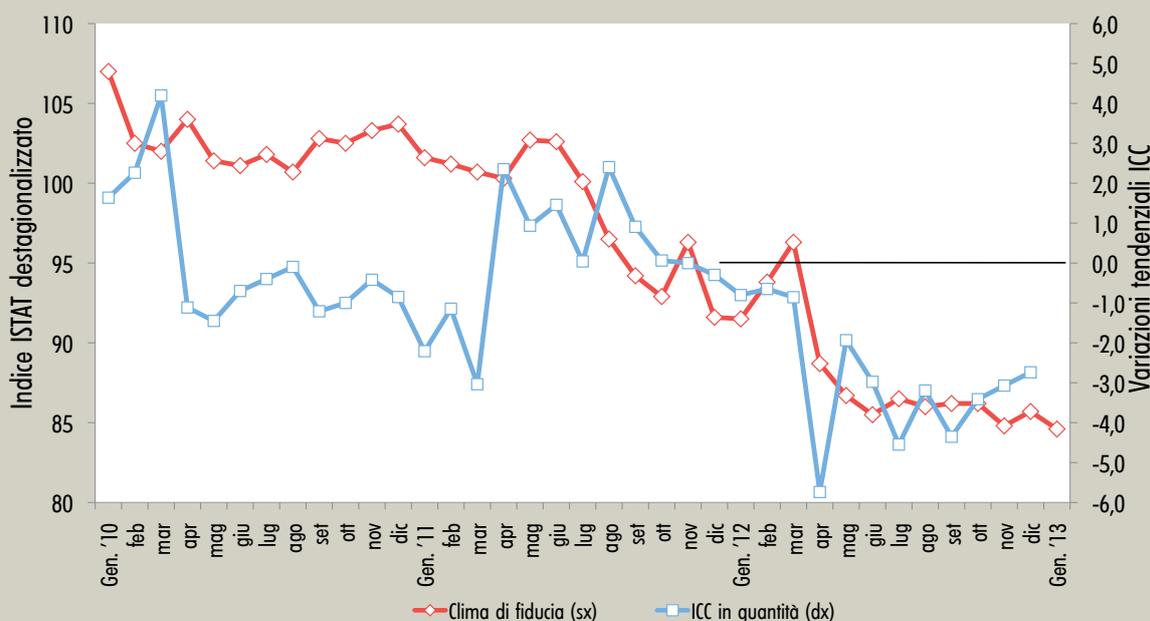
La debolezza del quadro interno e le incertezze che caratterizzano l'evoluzione a breve-medio termine si leggono anche nell'andamento del clima di fiducia delle imprese che a gennaio rimane sui livelli minimi, con un indebolimento del *sentiment* delle imprese manifatturiere.

La percezione di una situazione economica fortemente compromessa è diffusa tra le famiglie il cui clima di fiducia ha fatto registrare a gennaio 2013 un nuovo regresso portandosi sul livello più basso dal 1996.

La dinamica tendenziale dell'ICC di dicembre riflette una diminuzione del 3,1% della domanda relativa ai servizi e del 2,6% della spesa per i beni.

Come già accaduto per buona parte del 2012, solo i beni e servizi per le comunicazioni hanno mostrato una variazione positiva delle quantità. Anche a dicembre il dato più negativo si è registrato per i beni e servizi per la mobilità che hanno mostrato una flessione su base

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

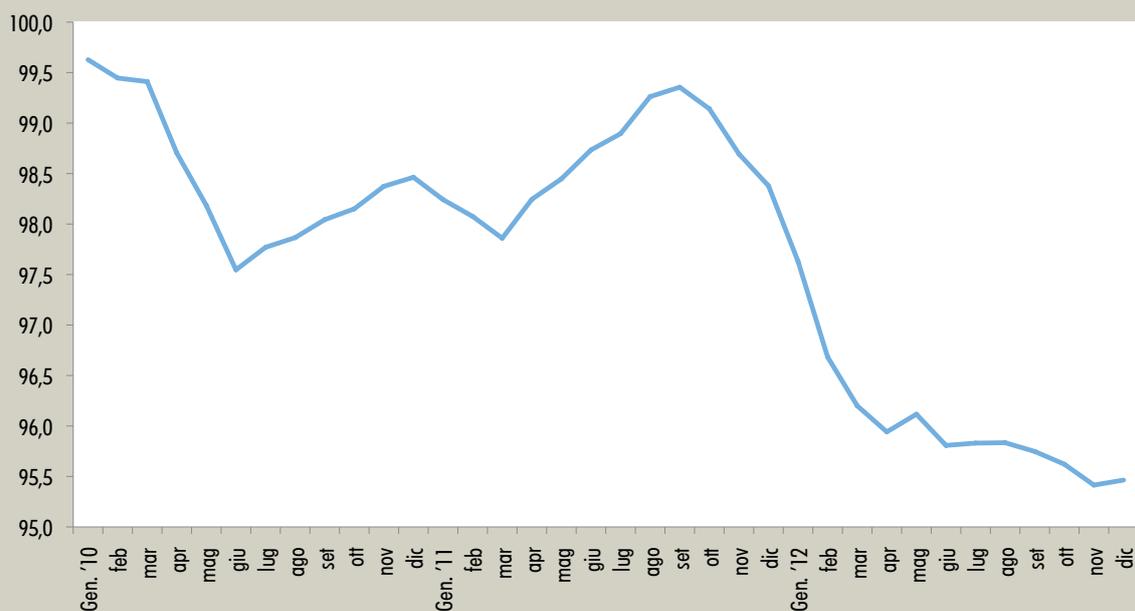


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

annua del 17,5%. All'interno di questo aggregato, la decisa tendenza al ridimensionamento coinvolge ormai tutti i segmenti di spesa, anche se i dati più allarmanti riguardano le autovetture ed i motocicli. Nella metrica dell'ICC il 2012 si chiude con la peggiore contrazione

reale da quando è calcolato l'indice (2000). La riduzione del 2,9% appare meno grave di quella che con tutta probabilità si osserverà sui dati esaustivi dell'ISTAT (-4,1/-4,2%). Le prospettive a breve termine non sono ancora orientate a una ripresa dei consumi.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati mostrano dicembre un aumento dello 0,2% rispetto a novembre (tab. 3). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore ha registrato un modesto miglioramento, rimanendo, comunque, attestato sui livelli minimi raggiunti nei mesi precedenti. (fig. 2).

Nel mese di dicembre, a fronte di una modesta diminuzione della domanda per i servizi (-0,1%), i beni hanno evidenziato un aumento dello 0,3%. Per quasi tutte le funzioni di spesa nell'ultimo mese dell'anno si è registrata una modestissima tendenza positiva, dato che in molti casi ha solo stabilizzato la tendenza al ridimensionamento.

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

	2012											
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
SERVIZI	-1,1	-0,9	0,3	-0,9	-0,3	-0,3	-0,4	0,0	0,1	-0,2	0,9	-0,1
BENI	-1,7	-1,1	1,5	-0,9	0,5	-0,4	0,3	0,3	-0,9	0,1	-0,3	0,3
di cui alimentari e bevande	0,6	-1,1	0,4	-0,9	0,1	-0,6	0,9	0,2	-0,3	-0,9	0,1	0,1
TOTALE	-1,6	-1,1	1,2	-0,9	0,3	-0,3	0,1	0,2	-0,6	0,0	0,0	0,2
Beni e servizi ricreativi	-0,2	-1,5	1,3	-1,2	-0,6	-0,7	0,2	0,6	-1,4	-1,7	0,1	0,9
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-1,7	-0,2	-0,2	-1,7	-0,6	-0,2	-0,5	0,3	0,0	0,2	1,8	-0,2
Beni e servizi per la mobilità	-11,2	-8,8	8,2	-2,1	0,7	0,6	-1,1	-0,4	-1,4	1,6	-1,9	0,5
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,7	1,1	1,6	1,3	2,1	-1,8	2,0	-0,3	0,1	1,6	-0,3	-0,3
Beni e servizi per la cura della persona	0,6	-0,2	1,3	-2,2	0,7	0,4	-0,4	0,6	-0,9	0,2	-0,2	0,4
Abbigliamento e calzature	1,5	-0,1	-0,7	-1,5	-0,6	0,2	-1,5	0,8	-0,4	-1,4	-0,2	0,2
Beni e servizi per la casa	-0,1	-0,1	-0,4	-0,7	-0,4	0,5	-0,4	0,3	-1,0	-0,8	-0,1	0,5
Alimentari, bevande e tabacchi	0,3	-1,2	0,4	-1,0	0,2	-0,5	0,6	0,3	-0,7	-0,7	0,0	0,0

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 febbraio 2013 si stima una variazione congiunturale dell'indice dei prezzi

al consumo dello 0,3%, con un tasso di crescita tendenziale pari al 2,1%. Prosegue, quindi, la fase di rientro dell'inflazione.

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					
Mar '12	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	0,4	0,1	-1,2	-1,2
Dic	0,2	0,3	0,2	1,1	0,1
Gen '13 (*)	0,2 (0,3)	0,8 (0,3)	0,3 (0,5)	-0,7 (0,5)	0,1 (0,2)
Feb '(**)	0,3	0,6	0,3	0,7	0,1
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mar '12	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	2,3	6,4	5,2	1,2
Dic	2,3	2,6	6,4	4,6	1,6
Gen '13 (*)	2,2 (2,3)	3,1 (2,6)	4,7 (5,1)	3,1 (4,4)	1,6 (1,7)
Feb '(**)	2,1	2,9	4,7	2,9	1,8

(*) 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

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, ANCM, 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](#)).