



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

# 7

Ufficio Studi

luglio 2012, numero 7

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a maggio una riduzione del 2,3% in termini tendenziali<sup>1</sup> ed una flessione dello 0,9% rispetto al mese precedente (tabb. 2 e 3). Nel mese di maggio 2012 ci sono state lo stesso numero di giornate lavorative del 2011. Il dato fortemente negativo dell'ultimo mese, che segue la pesante riduzione registrata ad aprile (-5,4%), evidenzia lo stato di estrema criticità della domanda per consumi, una delle fasi più difficili della nostra recente storia economica.

I dati sui consumi si inseriscono in un quadro che evidenzia per tutti gli indicatori congiunturali, qualitativi e quantitativi, il permanere di una situazione economica particolarmente difficile.

Stando alle prime stime di Confindustria, a giugno la produzione industriale ha registrato una diminuzione dello 0,5% in termini congiunturali; in ulteriore ridimensionamento sono risultati, nello stesso mese, gli ordinativi (-1,0%).

Alla luce di questi dati, la lettura delle stime provvisorie dell'Istat sull'andamento del mercato del lavoro nel mese di maggio richiede estrema attenzione in quanto, in un contesto che rimane molto difficile, emergono anche degli

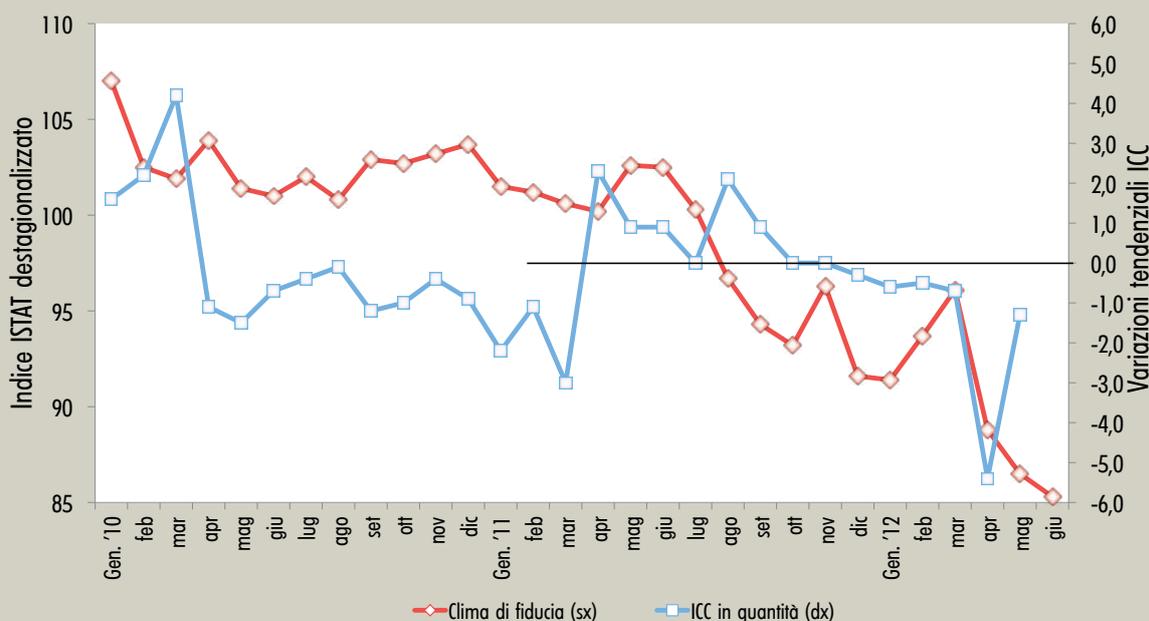
elementi debolmente positivi. Dopo 14 mesi di continuo aumento, il tasso di disoccupazione ha mostrato una contenuta riduzione, scendendo al 10,1% dal 10,2% di aprile, sintesi di una crescita modesta degli occupati e di una contenuta flessione dei disoccupati. Anche per gli inattivi si segnala un ulteriore decremento, a significare come una parte sempre crescente della popolazione si collochi attivamente sul mercato del lavoro. In questo contesto si è registrato un deterioramento delle condizioni del mercato del lavoro per le fasce più giovani. A maggio il tasso di disoccupazione giovanile (15-24 anni) è salito al 36,2%, quasi 9 punti percentuali in più rispetto allo scorso anno.

Il *sentiment* delle famiglie e delle imprese si è attestato anche a giugno sui livelli minimi raggiunti nei mesi precedenti, a segnalare come i diversi operatori economici non intravedano a breve un significativo miglioramento rispetto alla situazione in essere.

La dinamica tendenziale dell'ICC di maggio riflette un aumento dello 0,6% della domanda relativa ai servizi ed una riduzione della spesa per i beni (-3,3%).

La riduzione più sensibile ha interessato, come di consueto, il segmento relativo alla mobilità (-13,4%), al

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

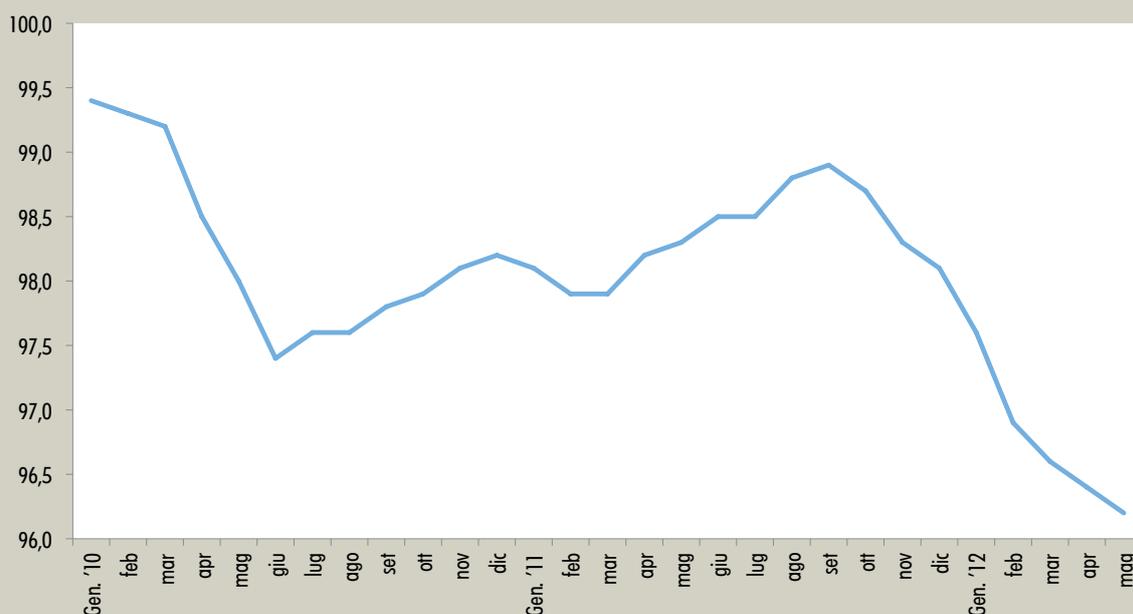


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<sup>1</sup> 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

cui interno si segnalano diminuzioni di un certo rilievo per quasi tutti i beni ed i servizi che compongono l'aggregato. Fanno eccezione solo i trasporti aerei che evidenziano un trend debolmente positivo.

Per l'abbigliamento e le calzature (-3,9%), l'alimentare le bevande e i tabacchi (-1,7%) ed i beni e servizi per la casa (-2,6%) la contrazione dei volumi acquistati dalle famiglie nel mese di maggio, rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, si inserisce in un contesto che vede ormai da mesi una situazione di continuo

ridimensionamento della domanda, che ha assunto nel mese di aprile toni preoccupanti.

In ulteriore diminuzione sono risultati, anche a maggio, i consumi per alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (-1,0%).

Continuano a fare eccezione alla generalizzata tendenza alla riduzione, i consumi per i beni e i servizi per le comunicazioni (+2,3). Questo segmento ha mostrato negli ultimi due mesi una marcata tendenza alla decelerazione nei primi mesi del 2012, infatti, le variazioni tendenziali erano prossime al 10%.

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

	2011	2012				
	Anno	I Trim.	Feb	Mar	Apr	Mag
<b>SERVIZI</b>	<b>4,2</b>	<b>2,9</b>	2,6	2,2	1,6	2,1
<b>BENI</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,3</b>	-0,6	0,0	-6,2	-0,9
<b>TOTALE</b>	<b>1,0</b>	<b>0,6</b>	0,3	0,6	-3,9	0,0
Beni e servizi ricreativi	4,3	5,3	4,6	4,6	-0,8	4,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,0	0,5	1,3	-0,3	0,0	0,4
Beni e servizi per la mobilità	3,9	-4,7	-8,6	-4,8	-6,3	-3,6
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,5	-1,2	-1,1	-1,2	-3,7	-6,0
Beni e servizi per la cura della persona	-0,4	-0,1	0,3	0,5	-6,7	-1,5
Abbigliamento e calzature	-1,9	-0,1	-0,8	2,5	-8,8	-1,5
Beni e servizi per la casa	-0,8	1,4	2,2	1,3	-3,0	1,6
Alimentari, bevande e tabacchi	0,5	2,3	2,7	2,6	-5,3	1,6

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2011		2012			
	Anno	I Trim.	Feb	Mar	Apr	Mag
<b>SERVIZI</b>	<b>2,2</b>	<b>1,1</b>	0,8	0,3	-0,1	0,6
<b>BENI</b>	<b>-0,7</b>	<b>-1,2</b>	-0,9	-1,0	-7,2	-3,3
<b>TOTALE</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,6</b>	-0,5	-0,7	-5,4	-2,3
Beni e servizi ricreativi	<b>1,5</b>	<b>1,7</b>	0,3	0,7	-3,6	0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	<b>-0,1</b>	<b>-1,0</b>	-0,3	-1,6	-1,7	-1,0
Beni e servizi per la mobilità	<b>-4,9</b>	<b>-15,8</b>	-19,1	-16,1	-16,3	-13,4
Beni e servizi per le comunicazioni	<b>8,5</b>	<b>9,8</b>	10,8	10,1	5,0	2,3
Beni e servizi per la cura della persona	<b>0,3</b>	<b>2,3</b>	2,5	3,6	-4,8	0,0
Abbigliamento e calzature	<b>-3,6</b>	<b>-1,1</b>	-0,4	-0,3	-11,0	-3,9
Beni e servizi per la casa	<b>-2,1</b>	<b>-2,0</b>	-1,2	-2,2	-6,2	-2,6
Alimentari, bevande e tabacchi	<b>-2,2</b>	<b>-1,0</b>	-0,7	-0,6	-8,6	-1,7

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati mostrano a maggio una riduzione dell'ICC dello 0,9% rispetto ad aprile (tab. 3). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore segnala un ulteriore arretramento, proseguendo nella fase di ridimensionamento iniziata ad ottobre del 2011 (fig. 2).

Nel mese di maggio la riduzione dei volumi acquistati dalle famiglie ha interessato sia la componente relativa ai beni (-1,1%) sia quella relativa ai servizi (-0,3%). La componente di spesa più penalizzata dalla scelta delle famiglie risulta quella relativa ai beni e servizi per le

comunicazioni (-4,7%). Anche per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa, nel mese di maggio si è registrata una riduzione di un certo rilievo (-1,1% rispetto ad aprile); il dato conferma le difficoltà che attraversa il settore, per il quale, da gennaio, la tendenza è improntata ad una progressiva riduzione della domanda. Un contenuto ridimensionamento è segnalato anche per i beni e servizi per la casa (-0,2%). Relativamente alle altre voci i contenuti aumenti registrati a maggio rispetto ad aprile si configurano come modesti recuperi rispetto alle sensibili riduzioni rilevate nei mesi precedenti.

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

	2011					2012						
	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag
<b>SERVIZI</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>-1,0</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,3</b>
<b>BENI</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>-1,6</b>	<b>-1,1</b>	<b>1,4</b>	<b>-1,0</b>	<b>-1,1</b>
di cui alimentari e bevande	-0,2	0,7	0,1	-0,4	-0,2	-0,9	-0,6	0,6	-1,0	0,4	-0,7	0,2
<b>TOTALE</b>	<b>0,2</b>	<b>0,5</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>-1,2</b>	<b>-1,0</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,9</b>
Beni e servizi ricreativi	-0,1	1,2	0,6	-3,5	0,1	0,7	0,1	0,2	-1,6	2,0	-0,4	0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,0	0,5	-0,4	0,8	0,5	-0,2	0,3	-0,5	-0,4	-0,1	-1,0	-1,1
Beni e servizi per la mobilità	-1,0	-0,9	2,7	-0,6	-1,4	-1,4	1,0	-9,4	-8,6	7,0	-1,8	0,4
Beni e servizi per le comunicazioni	2,8	1,5	-0,4	0,6	-0,3	0,0	0,5	-1,8	1,3	1,7	0,7	-4,7
Beni e servizi per la cura della persona	-1,1	0,8	-0,2	-0,9	0,1	-0,1	-0,2	0,5	-0,1	1,3	-2,2	0,9
Abbigliamento e calzature	-0,6	0,0	-0,8	-1,3	0,4	-0,4	-1,3	1,0	-0,1	-0,4	-1,7	0,3
Beni e servizi per la casa	-0,4	-0,3	0,3	0,1	-1,1	-0,6	-0,2	-0,3	-0,1	-0,4	-0,7	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,3	0,5	0,1	-0,1	-1,0	-0,9	-0,3	0,5	-1,2	0,4	-0,9	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 consumo<sup>2</sup>, per il mese di luglio 2012 si stima una variazione congiunturale nulla dell'indice dei prezzi al consumo. Il

dato porterebbe ad una riduzione del tasso di crescita tendenziale, stimato attestarsi al 3,1% a fronte del 3,3% registrato a giugno.

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					
Nov	-0,1	0,7	0,5	-0,4	-1,4
Dic	0,4	0,0	0,2	1,7	-0,3
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 (0,2)	0,9 (0,1)	0,0 (0,3)	-0,3 (0,4)	0,2 (0,2)
Lug (**)	0,0	0,0	0,7	-0,4	0,0
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Nov	3,3	3,1	6,3	6,9	1,8
Dic	3,3	2,9	6,2	7,1	1,7
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 (3,3)	2,8 (2,2)	7,6 (7,8)	6,4 (7,2)	1,4 (1,4)
Lug (**)	3,1	3,6	7,1	4,5	1,3

(\*) Tra parentesi le forecast del mese precedente; il dato ISTAT di giugno 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 56,4% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel 2011, al 65,1%. Per i servizi l'incidenza è del 32,9%, dato che sale al 44,4% escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale. Per i beni l'incidenza è dell'81,2%. 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](#)).