



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

8

Ufficio Studi

settembre 2012, numero 8

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a luglio una riduzione del 3,0% in termini tendenziali<sup>1</sup> ed una crescita dello 0,3% rispetto al mese precedente (tabb. 2 e 3).

Data la revisione al rialzo della variazione congiunturale dei consumi per il mese di maggio e considerato che giugno rispetto a maggio ha mostrato una stazionarietà della spesa reale, luglio sarebbe il terzo mese consecutivo nel quale i consumi non si contraggono. Alla luce della fig. 2, che dà conto della dinamica dei consumi a partire dal 2010, questo fenomeno sembra potersi interpretare come l'estremo tentativo da parte delle famiglie di contrastare la riduzione del reddito disponibile mediante un'ulteriore incremento della propensione al consumo al fine di non ridurre ulteriormente la spesa e, cioè, di non intaccare il proprio livello di benessere oltre questa soglia.

Insomma, al netto dell'effetto di un possibile contributo positivo da parte dei turisti stranieri, anche nel mese di luglio le famiglie non si sono arrese di fronte alla nuova ondata recessiva.

In termini prospettici, i più recenti indicatori congiunturali segnalano il permanere di una situazione molto difficile,

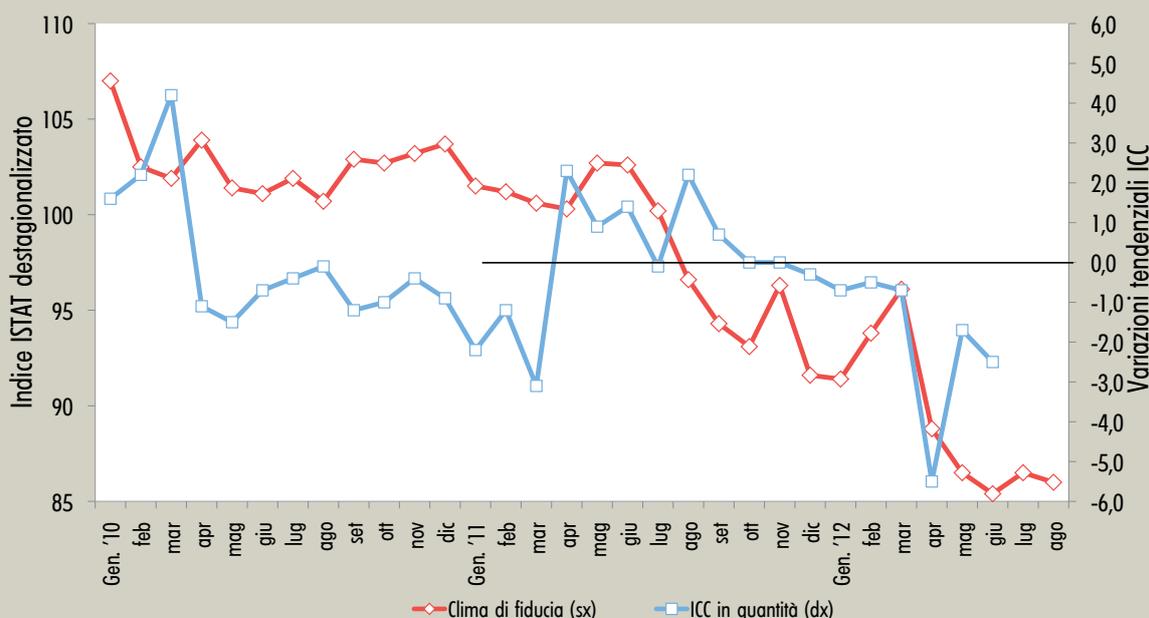
non permettendo di valutare con sufficiente chiarezza se, con la fine della primavera, si sia toccato il punto di minimo del livello dei consumi aggregati o si tratti, come avvenuto in passato, di una fase di momentanea stabilizzazione prima di un'ulteriore discesa.

Stando alle prime stime di Confindustria, a luglio la produzione industriale ha registrato una diminuzione dello 0,4% in termini congiunturali; in ulteriore ridimensionamento sono risultati, nello stesso mese, gli ordinativi (-0,7%). Ad agosto il *sentiment* delle famiglie e delle imprese è ancora orientato al peggioramento.

Segnali non univoci emergono dal mercato del lavoro. L'occupazione complessiva ha mostrato, a luglio, una sostanziale tenuta lasciando il tasso di disoccupazione al 10,7%.

Negli ultimi mesi si è registrato un sensibile aumento delle ore di CIG, tendenza che coinvolge ormai tutte le tipologie. In particolare si segnala come, nel complesso del periodo gennaio-luglio, la CIG ordinaria, principalmente utilizzata nelle fasi iniziali delle crisi produttive, mostri, rispetto allo stesso periodo del 2011, un aumento superiore al 45%. Questo dato porta a ritenere possibile già dai

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

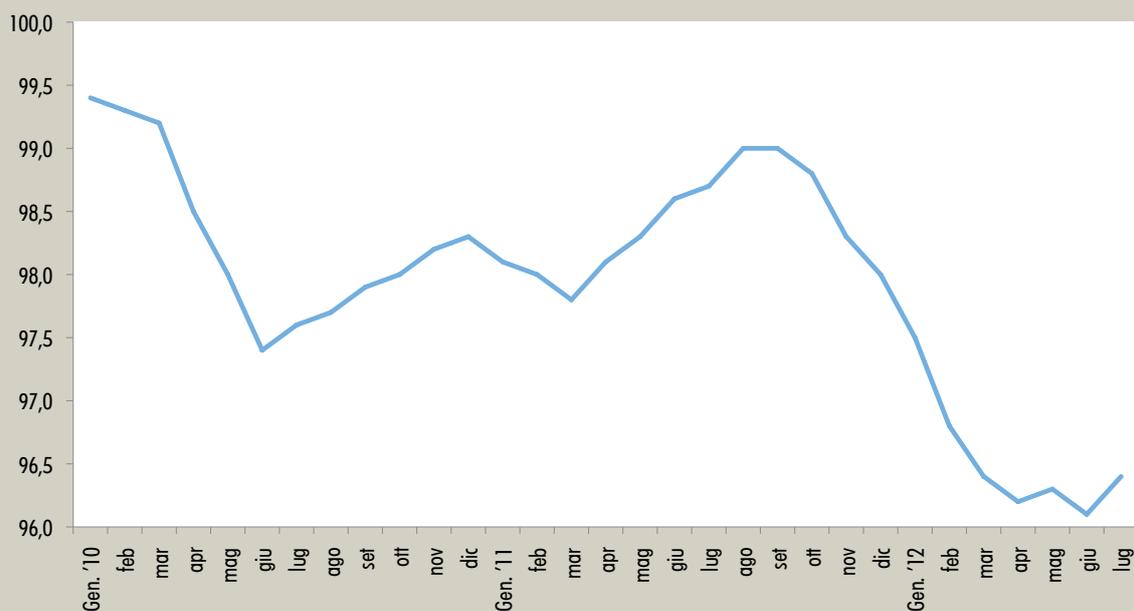


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<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

primi mesi autunnali un deterioramento delle dinamiche occupazionali.

Analizzando più nel dettaglio quanto accaduto negli ultimi anni sul versante dell'occupazione si rileva come la diminuzione degli occupati interessi non solo le fasce più giovani (15-24 anni), ma coinvolga in misura di particolare rilievo la popolazione tra i 25 ed i 44 anni (tab. A). Questo segmento ha perso, in 5 anni, 1 milione e 300 mila occupati a fronte di un aumento tra coloro che hanno 45 anni ed oltre (+1 milione e 400 mila unità). Coloro che effettivamente lavorano nel nostro paese sono sempre più anziani.

Le modifiche nella struttura occupazionale, oltre alle implicazioni sul versante produttivo determinano effetti di rilievo sui consumi. La popolazione meno giovane, verso cui tende a concentrarsi la capacità di spesa, seppure presenta caratteristiche diverse dal passato, soprattutto

in termini di alfabetizzazione informatica, utilizzo delle nuove tecnologie e uso del tempo libero segue modelli di consumo meno orientati all'acquisto di beni durevoli (automobili, mobili, articoli per la casa, ecc.) e prodotti altamente innovativi con il rischio di una ingessatura dei consumi e di un minore stimolo alle imprese.

La dinamica tendenziale dell'ICC di luglio riflette una diminuzione dell'1,5% della domanda relativa ai servizi e del 3,6% della spesa per i beni.

In un contesto che ha visto per molti beni e servizi il permanere di una situazione di contrazione dei consumi rispetto all'analogo mese del 2011, a cui fanno eccezione solo i beni e servizi per le comunicazioni (+4,7%), le riduzioni più significative della domanda hanno interessato la mobilità (-11,6%) e l'abbigliamento e le calzature (-10,2%).

**Tab. A - Occupati per classe di età - dati in migliaia**

	15-24 anni	25-44 anni	45 e oltre	Totale
Il trimestre 2007	1.527	13.176	8.595	<b>23.298</b>
Il trimestre 2012	1.141	11.867	10.037	<b>23.046</b>
var. assolute	-386	-1.309	1.442	<b>-253</b>

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2011	2012		Apr	Mag	Giu	Lug
	Anno	I Trim.	II Trim.				
<b>SERVIZI</b>	<b>2,2</b>	<b>0,9</b>	<b>-0,9</b>	-0,8	-0,1	-1,7	-1,5
<b>BENI</b>	<b>-0,7</b>	<b>-1,1</b>	<b>-4,1</b>	-7,2	-2,3	-2,8	-3,6
<b>TOTALE</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,6</b>	<b>-3,2</b>	-5,5	-1,7	-2,5	-3,0
Beni e servizi ricreativi	1,6	1,8	-2,4	-3,3	-1,1	-2,8	-4,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,1	-1,4	-2,8	-3,0	-2,1	-3,2	-2,3
Beni e servizi per la mobilità	-4,9	-15,8	-14,4	-16,2	-13,1	-14,0	-11,6
Beni e servizi per le comunicazioni	8,5	9,8	6,3	4,5	9,8	4,6	4,7
Beni e servizi per la cura della persona	0,3	2,3	-1,7	-4,9	-0,7	0,7	-0,5
Abbigliamento e calzature	-3,6	-1,1	-7,2	-11,2	-6,8	-3,4	-10,2
Beni e servizi per la casa	-2,0	-1,8	-3,8	-5,9	-3,5	-2,1	-2,4
Alimentari, bevande e tabacchi	-2,2	-1,0	-4,5	-8,4	-2,0	-2,8	-4,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati mostrano a luglio un aumento dello 0,3% rispetto a giugno (tab. 3). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore segnala un contenuto recupero che ha solo permesso di mantenere l'indicatore sui livelli minimi raggiunti nei mesi precedenti (fig. 2). Nel mese di luglio il modesto aumento dei volumi acquistati dalle famiglie ha interessato esclusivamente

i beni (0,5%), mentre per i servizi si è segnalato un lieve regresso (-0,2%). La componente di spesa più penalizzata dalla scelta delle famiglie risulta quella relativa all'abbigliamento e alle calzature (-1,6). Anche per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa, nel mese di luglio si è registrata una riduzione (-0,5% rispetto a giugno).

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

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

congiunturale nulla dell'indice dei prezzi al consumo, con un tasso di crescita tendenziale del 3,2% analogo a quello registrato ad agosto.

Tab. 4 - Stima sull'inflazione - var. congiunturali e tendenziali

	Gen. '12	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago (*)	Set (**)
VARIAZIONI CONGIUNTURALI									
<b>INDICE GENERALE</b>	0,3	0,4	0,5	0,5	0,0	0,2	0,1	0,4	0,0
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	0,3	0,8	0,1	-0,1	0,3	0,8	-0,9	-0,1	0,2
Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	1,9	0,4	0,3	1,1	0,6	0,0	0,6	0,2	0,0
Trasporti	0,7	0,9	1,8	1,3	-0,9	-0,3	0,2	2,7	-0,2
Servizi ricettivi e di ristorazione	0,1	-0,1	0,5	1,5	0,2	0,2	0,7	0,0	-0,3
VARIAZIONI TENDENZIALI									
<b>INDICE GENERALE</b>	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,1	3,2	3,2
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	2,4	2,8	2,5	2,4	2,0	2,7	2,5	2,5	2,4
Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	7,4	7,2	7,0	6,9	7,6	7,6	7,0	7,1	7,0
Trasporti	7,3	7,5	8,0	7,4	6,8	6,4	5,1	6,2	8,2
Servizi ricettivi e di ristorazione	1,5	1,3	1,0	1,8	1,5	1,4	1,9	2,3	1,1

(\*) Il dato Istat di agosto 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](#)).