



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

8

Ufficio Studi

settembre 2011, numero 8

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a luglio 2011 un aumento dello 0,4% in termini tendenziali<sup>1</sup> (tab. 2). In termini congiunturali, l'indicatore mostra, invece, una contenuta accelerazione, con una variazione dello 0,5% rispetto a giugno (tab. 3), dato che ha favorito, in termini di media mobile destagionalizzata a tre mesi, un ulteriore graduale recupero dei livelli di consumo (fig. 2), che risultano, comunque, ancora inferiori ai valori registrati alla fine del 2007 (e, in termini pro capite, a quelli del 2000).

E' necessario che la migliore intonazione dei consumi osservata nel periodo marzo-luglio 2011 sia confermata nei prossimi mesi affinché si realizzi la previsione di consuntivo 2011 a +0,8%, nella metrica dei consumi aggregati secondo la contabilità Istat. Questo trend è oggi soggetto a forte e crescente incertezza.

I dati qui presentati, come quasi tutto il set informativo congiunturale disponibile, si riferiscono al mese di luglio e non incorporano gli effetti sul sistema, e sui comportamenti dei diversi soggetti che operano al suo interno, derivanti dall'acuirsi delle difficoltà sul versante

della finanza pubblica e delle turbolenze finanziarie registrate dalla fine di luglio in poi.

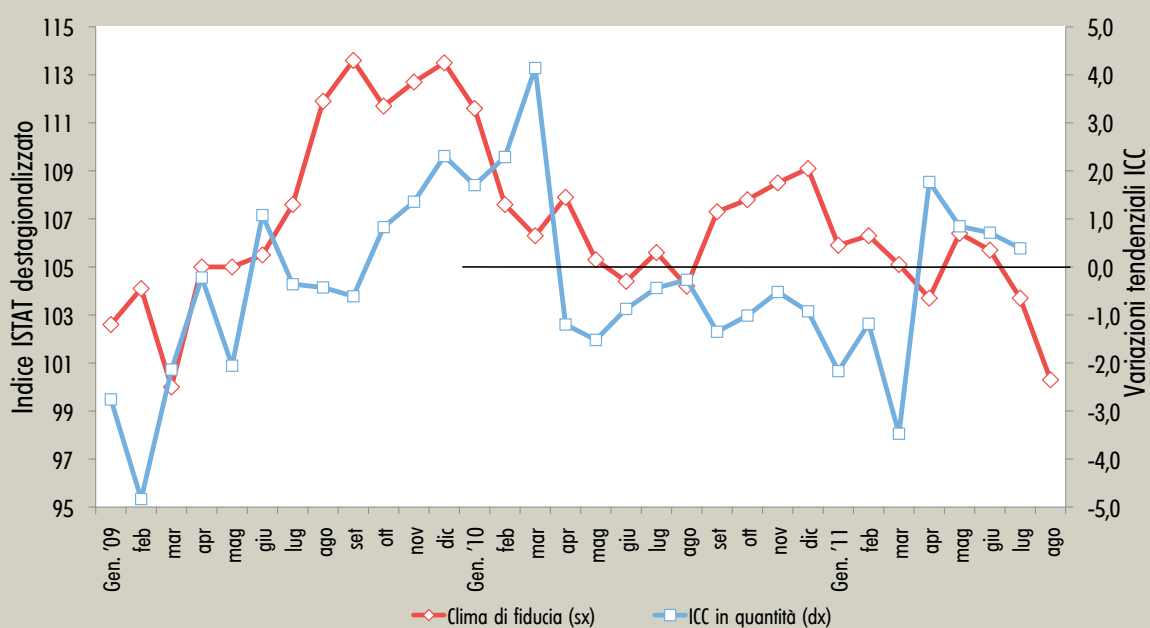
Queste difficoltà rischiano di compromettere i tentativi attuati da parte delle famiglie e delle imprese di uscire dalla crisi, tentativi che avevano prodotto risultati positivi, sia pure non particolarmente brillanti, nei primi sei mesi del 2011.

Parte delle incertezze e dei possibili effetti di contenimento sulla ripresa si leggono nel peggioramento registrato ad agosto dal clima di fiducia delle famiglie che ha toccato i minimi da marzo del 2009.

Anche sul versante delle imprese si registra una situazione in chiaroscuro. Il clima di fiducia degli operatori si colloca su livelli decisamente inferiori a quelli registrati ad inizio anno ed in molti settori si segnalano peggioramenti nelle attese sull'andamento economico generale.

In questo contesto, qualche elemento favorevole proviene dal mercato del lavoro che da alcuni mesi segnala un lento e graduale progresso a cui si associa un ridimensionamento delle ore autorizzate di CIG. Sia pure in misura molto contenuta, il sistema produttivo sembra

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

provare a riassorbire la forza lavoro espulsa nella fase più critica della recessione, con qualche effetto sul tasso di disoccupazione, tendenza che comincia ad interessare anche la componente giovanile.

La dinamica tendenziale dell'ICC di luglio riflette un aumento della domanda relativa ai servizi (+1,9%) ed un ridimensionamento della spesa per i beni (-0,2%).

Tra le diverse voci che compongono l'aggregato risulta particolarmente negativo, nel confronto con luglio del 2010, l'andamento dei consumi per i beni e servizi per la mobilità (-9,0%) e per gli alimentari, bevande e tabacchi (-3,4%).

Per contro, emergono tanto la significativa crescita della domanda per i beni ed i servizi per le comunicazioni

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

	2010	2011		Apr	Mag	Giu	Lug
	ANNO	I Trim.	II Trim.				
<b>SERVIZI</b>	<b>3,4</b>	<b>3,2</b>	<b>4,8</b>	4,4	3,9	5,9	4,4
<b>BENI</b>	<b>-0,4</b>	<b>-3,2</b>	<b>1,2</b>	2,7	1,5	-0,3	-1,8
<b>TOTALE</b>	<b>0,8</b>	<b>-1,3</b>	<b>2,3</b>	3,2	2,2	1,6	0,2
Beni e servizi ricreativi	2,8	2,1	3,5	4,1	3,2	3,3	3,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,6	3,7	4,4	4,1	3,4	5,5	3,0
Beni e servizi per la mobilità	-0,1	-12,1	6,5	7,2	8,0	4,2	0,4
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,9	-1,7	-1,4	-1,5	-2,1	-0,6	-0,3
Beni e servizi per la cura della persona	0,4	0,3	0,1	1,0	1,3	-1,9	-1,0
Abbigliamento e calzature	0,1	-1,2	0,6	3,2	0,5	-1,9	-6,2
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,9	0,4	1,3	0,4	-0,5	-1,0
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	-0,4	1,6	3,6	1,0	0,3	-1,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

(+12,1%) quanto il positivo andamento dei consumi di abbigliamento e calzature (+2,8%) Per questi ultimi l'incremento, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, è stato favorito, oltre che dalla decisa riduzione dei prezzi, dall'anticipo di alcuni giorni dei saldi estivi e non ha modificato una situazione che, nel complesso dei primi sette mesi del 2011, evidenzia una sostanziale stazionarietà dei consumi che permangono su valori contenuti. La tenuta della spesa reale per abbigliamento

e calzature è stata sostenuta dalla riduzione dei margini delle aziende lungo tutta la filiera produttiva.

Permane lo stato di grave difficoltà sul versante della domanda di autovetture e motocicli da parte delle famiglie (persone fisiche), sintomo di problematiche strutturali nel mercato che prescindono dalla concessione o meno degli incentivi.

Situazioni di diffusa criticità investono anche i consumi alimentari.

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

	2010	2011		Apr	Mag	Giu	Lug
	ANNO	I Trim.	II Trim.				
<b>SERVIZI</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>2,4</b>	2,4	1,8	3,0	1,9
<b>BENI</b>	<b>-0,7</b>	<b>-3,7</b>	<b>0,6</b>	1,5	0,5	-0,2	-0,2
<b>TOTALE</b>	<b>-0,1</b>	<b>-2,3</b>	<b>1,1</b>	1,8	0,8	0,7	0,4
<b>TOTALE NETTO AUTOVETTURE</b>	<b>0,5</b>	<b>0,1</b>	<b>1,3</b>	2,0	0,9	1,1	0,9
Beni e servizi ricreativi	0,2	-0,3	1,1	1,8	0,7	1,0	1,5
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	1,7	2,0	2,1	1,0	2,7	0,8
Beni e servizi per la mobilità	-5,6	-18,2	-1,6	-1,2	0,6	-4,2	-9,0
Beni e servizi per le comunicazioni	2,1	2,1	7,8	6,5	5,7	10,9	12,1
Beni e servizi per la cura della persona	1,3	0,7	0,7	1,3	2,4	-1,5	0,0
Abbigliamento e calzature	-0,4	0,6	-0,8	1,8	-0,8	-3,4	2,8
Beni e servizi per la casa	0,6	-0,9	-0,9	0,1	-1,0	-1,9	-2,6
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,7	-2,6	-1,1	1,4	-2,1	-2,6	-3,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a luglio un incremento dell'ICC dello 0,5%, dato che conferma la moderata tendenza al recupero in atto da marzo 2011 (tab. 3). I tentativi di tornare sui livelli di consumo precedenti la recessione del 2008-09 sono confermati dall'andamento della media mobile a tre mesi (fig. 2).

La tendenza al miglioramento della domanda, che poteva essere alimentata dai moderati progressi registrati sul versante dell'occupazione, rischia di essere compromessa oltre che dagli interventi per il risanamento della finanza pubblica, prevalentemente incentrati su incrementi di entrate, anche dalle incertezze sulle misure che verranno realmente attuate.

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

	2010					2011						
	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug
<b>SERVIZI</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>0,9</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,8</b>	<b>-1,3</b>	<b>1,5</b>	<b>-1,1</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>
<b>BENI</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>
di cui alimentari e bevande	-0,5	-0,2	-0,3	0,1	-0,2	-1,0	-0,2	-0,5	0,5	-1,1	-0,1	0,6
<b>TOTALE</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>0,5</b>
Beni e servizi ricreativi	1,0	0,5	-1,1	-0,7	-0,5	0,3	0,5	0,8	-0,2	0,6	-0,3	1,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	0,2	1,1	0,3	-0,1	1,2	-1,9	2,3	-2,3	0,2	0,3	0,2
Beni e servizi per la mobilità	-0,4	0,0	-1,0	3,4	-1,2	-2,2	-0,4	-1,7	1,3	-1,2	-1,0	-1,7
Beni e servizi per le comunicazioni	-1,8	2,6	2,7	-2,8	-0,5	1,4	0,2	1,8	2,8	0,8	3,1	1,6
Beni e servizi per la cura della persona	0,6	-0,6	0,3	-0,8	0,9	-0,6	-0,2	-0,7	1,2	0,7	-0,8	1,2
Abbigliamento e calzature	0,6	-0,1	0,1	-0,3	-0,1	0,7	0,0	-0,8	0,4	0,0	-0,3	0,9
Beni e servizi per la casa	-0,4	-0,4	0,2	-0,1	0,5	-0,6	0,0	-0,3	0,0	-0,3	-0,4	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,3	-0,3	-0,4	0,2	-0,3	-0,8	-0,1	-0,4	0,6	-0,9	-0,2	0,5

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 si stima una variazione

congiunturale nulla dell'indice dei prezzi al consumo, dato che riporterebbe, dopo quattro anni, l'inflazione al 3,0% confermando la stima del 2,7% medio annuo per il 2011.

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					
Giugno	0,1	0,1	0,0	0,1	0,3
Luglio	0,3	-0,8	1,1	1,4	0,1
Agosto	0,3	0,0	0,1	1,6	-0,4
Settembre (*)	0,0	0,3	0,0	-0,3	-0,3
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Giugno	2,7	3,0	4,7	6,1	2,7
Luglio	2,7	2,3	5,0	6,4	2,2
Agosto	2,8	2,3	5,1	7,0	1,8
Settembre (*)	3,0	2,4	5,1	8,6	1,4

(\*) Previsione Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

2 A partire da questo numero dell'ICC viene pubblicata la stima mensile sull'andamento dell'indice dei prezzi al consumo 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](#)).