



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

9

Ufficio Studi

ottobre 2011, numero 9

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala ad agosto 2011 un aumento dell'1,7% in termini tendenziali¹ (tab. 2). Il dato relativo al confronto con l'analogo mese del 2010 va letto con estrema cautela in quanto condizionato da una serie di fattori che hanno contribuito ad amplificare la crescita su base tendenziale. In termini congiunturali, l'indicatore mostra, invece, una netta contrazione con una flessione dell'1,5% rispetto a luglio (tab. 3), interrompendo la tendenza al graduale recupero dei livelli di consumo in atto da alcuni mesi. La riduzione dei consumi di agosto rispetto a luglio influenza negativamente la media mobile destagionalizzata a tre mesi (fig. 2).

Il dato congiunturale si inserisce in un contesto nel quale i principali indicatori, qualitativi e quantitativi, mostrano, a partire dalla fine del secondo trimestre, un indebolimento del quadro economico.

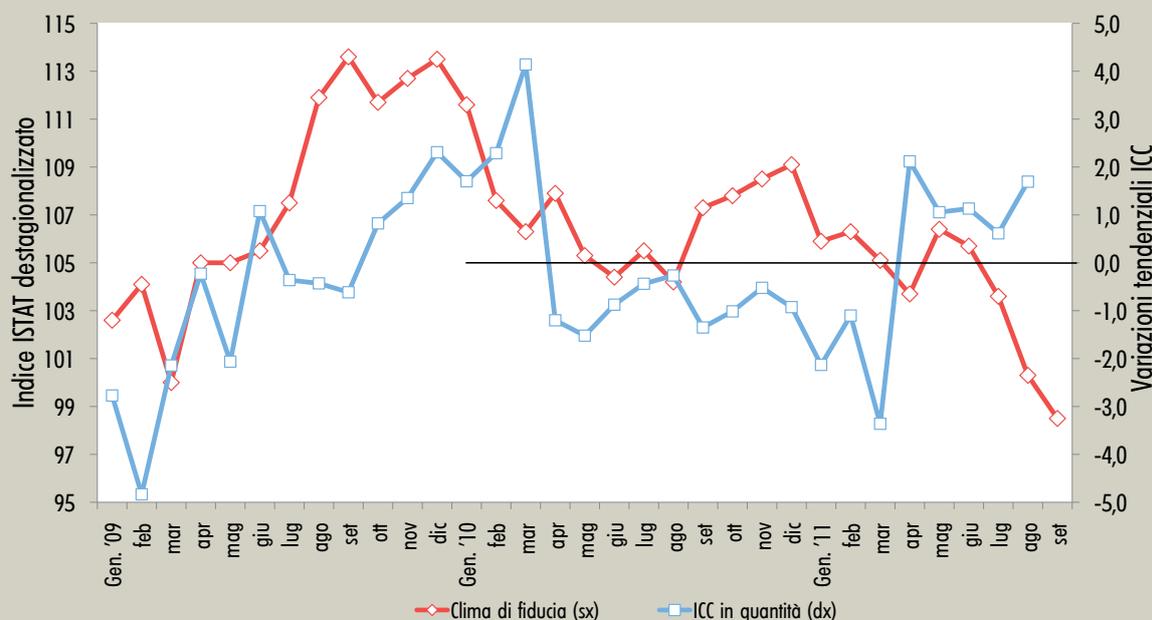
In particolare, in linea con il ridimensionamento della produzione industriale, in atto da maggio, soprattutto per la componente relativa ai beni di consumo, si è riscontrata nel secondo trimestre una riduzione del grado di utilizzo

degli impianti, la prima negli ultimi due anni. Stando alle stime di Confindustria la tendenza alla decelerazione dell'attività produttiva è proseguita anche nei mesi estivi durante i quali anche gli ordini a breve hanno mostrato un regresso.

Il deterioramento del quadro congiunturale si evidenzia anche nel peggioramento registrato dal clima di fiducia delle famiglie e delle imprese nel mese di settembre.

In questo contesto l'unica nota positiva è rappresentata dal mercato del lavoro che segnala, anche ad agosto, un lento e graduale miglioramento, a cui si associa un ridimensionamento delle ore autorizzate di CIG. Va, comunque, segnalato che questa variabile reagisce con ritardo ai mutamenti intervenuti sul versante produttivo. Allo stato attuale è difficile stabilire se l'economia italiana, dopo la battuta d'arresto che si profila nel terzo trimestre del 2011, riprenderà il lento processo di superamento della crisi del 2008-09 oppure se stiamo entrando in una nuova fase recessiva. La probabilità che si realizzino questi eventi alternativi sono ormai uguali.

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. In particolare si segnala come la revisione del dato di luglio sia derivata da un andamento più favorevole rispetto alle prime indicazioni del dato relativo ad abbigliamento e calzature, influenzato dall'anticipo dei saldi e dalla sensibile riduzione registrata dai prezzi rispetto allo stesso mese del 2010.

Fig. 2 - ICC in volume - Dati destagionalizzati
Media mobile a tre mesi (dicembre 2007=100)



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

La dinamica tendenziale dell'ICC di agosto riflette un aumento sia della domanda relativa ai servizi (+3,2%) sia della spesa per i beni (+1,0%).

In un contesto che ha mostrato, in termini tendenziali, un miglioramento per quasi tutti i segmenti di spesa l'andamento più positivo si è registrato, in linea con quanto accaduto nei mesi precedenti, per i beni e servizi

per le comunicazioni (+6,4%), dinamica determinata in larga parte dalla componente relativa ai beni la cui domanda continua ad essere favorita dalla sostenuta tendenza alla riduzione dei prezzi.

Positivo è risultato anche l'andamento dei volumi acquistati dalle famiglie per i prodotti di abbigliamento e le calzature, dinamica favorita da una riduzione particolarmente elevata

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

	2010	2011		Mag	Giu	Lug	Ago
	ANNO	I Trim.	II Trim.				
SERVIZI	3,4	3,6	5,8	4,6	7,0	5,4	4,8
BENI	-0,4	-3,2	1,3	1,5	-0,2	-2,2	1,3
TOTALE	0,8	-1,2	2,6	2,4	2,0	0,3	2,6
Beni e servizi ricreativi	2,7	2,1	3,8	3,3	3,9	3,0	5,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,6	4,3	5,4	4,0	6,4	3,5	3,1
Beni e servizi per la mobilità	-0,1	-12,1	6,5	8,0	4,5	1,1	13,5
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,9	-1,7	0,1	-0,7	0,9	0,8	-3,4
Beni e servizi per la cura della persona	0,4	0,4	0,2	1,3	-1,7	-1,9	-0,8
Abbigliamento e calzature	0,1	-1,2	0,7	0,5	-1,8	-1,9	-6,6
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,9	0,4	0,4	-0,5	-2,1	0,9
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	-0,4	1,7	1,0	0,5	-2,0	2,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

dei prezzi nel confronto su base annua. Questo fenomeno testimonia come le imprese, per movimentare un mercato che da tempo segnala elementi di forte difficoltà abbiano adottato politiche di contenimento dei margini difficilmente sostenibili nel medio-lungo periodo.

In modesto recupero è risultata anche la domanda per i beni e servizi per la mobilità. A tale andamento ha contribuito il contenuto recupero registrato ad agosto dalla componente relativa agli acquisti di autovetture da parte dei privati. Non va dimenticato che per questa tipologia di consumo agosto è tradizionalmente il mese in cui si registrano i livelli più bassi di vendite nell'anno,

motivo che porta a leggere con estrema cautela il dato, anche perché a settembre si è osservata un'ulteriore caduta del mercato.

Relativamente alla domanda per beni e servizi ricreativi, al cui interno si sconta il permanere di una dinamica particolarmente sostenuta per i giochi e le lotterie va segnalato come sull'andamento di quest'ultimo aggregato abbia pesato anche l'ampliamento dell'offerta, elemento che ha condizionato in parte il risultato di agosto.

Situazioni di diffusa criticità investono anche i consumi alimentari.

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

	2010	2011		Mag	Giu	Lug	Ago
	ANNO	I Trim.	II Trim.				
SERVIZI	1,9	2,2	3,5	2,6	4,2	3,0	3,2
BENI	-0,7	-3,7	0,7	0,5	0,0	-0,3	1,0
TOTALE	-0,1	-2,2	1,4	1,1	1,1	0,6	1,7
TOTALE NETTO AUTOVETTURE	0,5	0,2	1,7	1,1	1,6	1,2	1,7
Beni e servizi ricreativi	0,2	-0,3	1,4	0,8	1,6	1,1	2,9
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	2,3	3,0	1,5	3,6	1,3	1,7
Beni e servizi per la mobilità	-5,6	-18,2	-1,6	0,6	-4,0	-8,3	2,4
Beni e servizi per le comunicazioni	2,1	2,1	8,6	6,4	11,9	13,5	6,4
Beni e servizi per la cura della persona	1,3	0,7	0,8	2,5	-1,3	-1,0	0,1
Abbigliamento e calzature	-0,4	0,6	-0,7	-0,8	-3,2	7,5	2,8
Beni e servizi per la casa	0,6	-0,9	-0,9	-1,0	-1,9	-3,8	-0,9
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,7	-2,6	-1,0	-2,1	-2,4	-4,4	-0,6

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano ad agosto un deciso ridimensionamento dell'ICC (-1,5%), dato che ha riportato l'indicatore sui livelli di marzo 2011 (tab. 3) interrompendo la fase di graduale recupero dei livelli di consumo messa in atto dalle famiglie (fig. 2).

In particolare, si segnala la decisa riduzione che si registra per il complesso dei beni (-2,1%) a cui ha contribuito il netto ridimensionamento, in termini congiunturali, della domanda per abbigliamento e calzature e per l'ICT

domestico. Segnali positivi si sono registrati solo per il segmento della mobilità.

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

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

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 ottobre si stima una variazione congiunturale dello 0,4% dell'indice dei prezzi al consumo, dato che porterebbe ad un ulteriore innalzamento del tasso

d'inflazione tendenziale stimato attestarsi al 3,2%. Sul dato del mese oltre ai consueti aumenti dovuti a fattori stagionali (istruzione, abbigliamento, gas) dovrebbe influire il pieno esplicarsi degli effetti sui prezzi derivanti dall'innalzamento dell'IVA dal 20 al 21%.

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	-0,1	0,1	1,6	-0,4
Settembre	0,1	0,3	0,1	-2,0	1,2
Ottobre (*)	0,4	0,1	0,9	-0,1	0,2
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	2,2	5,1	7,0	1,8
Settembre	3,1	2,3	5,2	6,7	2,9
Ottobre (*)	3,2	2,1	6,0	6,7	2,6

(*) Previsione 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 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](#)).