

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

2

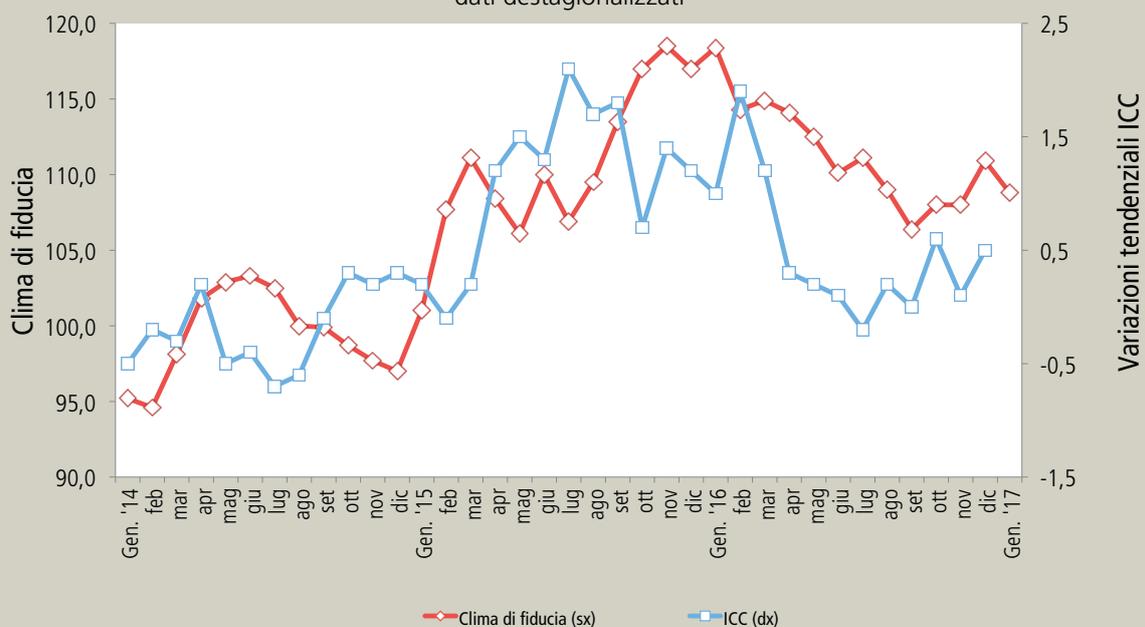
Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 3 (17 marzo 2017)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha registrato a dicembre 2016 una crescita dello 0,3% rispetto a novembre e dello 0,5% su base annua¹ (tabb. 1 e 2). Nel complesso del 2016 l'indicatore ha mostrato una variazione dello 0,5%, in ridimensionamento rispetto a quanto rilevato nel 2015, sintesi di una evoluzione meno favorevole per entrambe le componenti, beni e servizi. Per

i beni, in particolare, si è registrata, nella seconda parte dell'anno, una significativa battuta d'arresto.

Il dato dell'ultimo mese rappresenta un timido segnale di miglioramento ma vi sono ancora molti elementi d'incertezza che portano a non enfatizzare l'interpretazione come l'inizio di una fase più espansiva della domanda da parte delle famiglie (fig. 2).

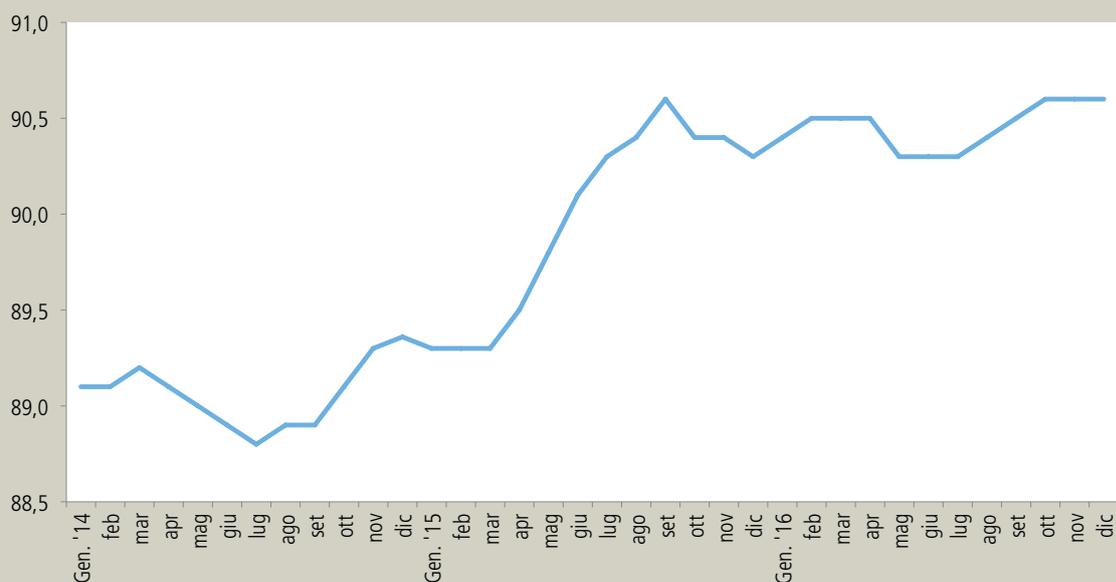
Fig. 1 - Clima di fiducia ISTAT e ICC in volume
dati destagionalizzati



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

¹ Dati destagionalizzati. A partire dal numero di aprile 2015 la destagionalizzazione è effettuata sui dati grezzi in quantità e non più sulle serie a valore, poi deflazionate. 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

In particolare il *sentiment* dei consumatori è tornato a diminuire a gennaio dopo il miglioramento di dicembre, riflettendo più che il peggioramento delle condizioni personali le preoccupazioni circa le prospettive a breve dell'economia.

Più positivo appare l'atteggiamento delle imprese. L'indice di fiducia ha evidenziato a gennaio un miglioramento, seppur non generalizzato. L'ottimismo ha caratterizzato i giudizi degli operatori dell'industria manifatturiera, dei servizi di mercato e delle costruzioni mentre tra gli operatori del commercio al dettaglio sono prevalse valutazioni pessimistiche a conferma del profilo ancora fragile dei consumi.

Stando alle stime di Confindustria, la produzione dovrebbe essere diminuita a gennaio dello 0,2% sul mese precedente. Pertanto l'atteggiamento più favorevole degli operatori del manifatturiero, in miglioramento per il secondo mese consecutivo, riflette le prospettive a breve legate ad un andamento positivo degli ordini, che,

sempre a gennaio, sono indicati in aumento dello 0,7% su dicembre.

Anche l'evoluzione del mercato del lavoro ha perso smalto dallo scorso autunno. A dicembre, stando alle prime stime, il numero di occupati è risultato sostanzialmente invariato sul mese precedente. In termini annui, il confronto presenta una crescita di 242mila unità. Nello stesso mese il numero di persone in cerca di occupazione è aumentato di 9mila unità, implicando una stabilizzazione del tasso di disoccupazione.

Nonostante il rallentamento degli ultimi mesi, il 2016 è stato un anno sostanzialmente favorevole per il mercato del lavoro: l'occupazione è cresciuta di 268mila unità, i disoccupati sono diminuiti di 31mila unità e la partecipazione al mercato del lavoro si è attestata ai massimi storici. Il quadro d'insieme è consolidato dal permanere di una tendenza alla progressiva riduzione delle ore di CIG autorizzate (-11% a dicembre su base annua, -14,8% nel complesso del 2016).

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

L'incremento registrato in termini congiunturali dall'ICC a dicembre, dopo due mesi di stasi, è il risultato di un

aumento sia della domanda relativa ai beni, cresciuta dello 0,3%, sia della componente relativa ai servizi (+0,1%).

Per quanto concerne le singole macro-funzioni di spesa, l'unico aumento significativo ha riguardato i beni e servizi per la mobilità (+1,2%), che hanno confermato il trend positivo grazie al recupero della domanda di auto e moto da parte dei privati.

In contenuto miglioramento è risultata la spesa per i beni e servizi per la casa (+0,3%), per gli alberghi, i pasti e le

consumazioni fuori casa (+0,1%), per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (+0,1%).

Una variazione nulla ha contraddistinto, invece, la spesa per i beni e i servizi ricreativi, i beni e i servizi per le comunicazioni ed i beni e i servizi per la cura della persona. La spesa per l'abbigliamento e le calzature è stabile.

Tab. 1 - Variazioni % congiunturali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

	2016											
	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
SERVIZI	0,0	0,4	-0,6	-0,1	0,1	0,3	1,2	0,1	0,3	0,2	0,0	0,1
BENI	-0,2	0,6	-0,4	0,0	-0,2	-0,3	-0,2	0,3	-0,2	-0,1	0,0	0,3
di cui alimentari e bevande	-0,2	0,3	-0,4	-0,2	0,1	0,1	-0,2	-0,4	0,0	0,6	-0,7	0,0
TOTALE	-0,1	0,6	-0,4	0,0	-0,1	-0,1	0,2	0,3	-0,1	0,0	0,0	0,3
Beni e servizi ricreativi	-0,6	0,4	-0,2	0,2	-0,3	0,3	-0,2	0,2	-0,1	0,3	0,1	0,0
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,3	0,2	-0,8	-0,3	0,0	0,4	1,7	0,3	0,3	0,3	-0,2	0,1
Beni e servizi per la mobilità	0,4	2,6	-1,4	0,1	-0,1	-1,5	-0,4	2,0	-0,5	-1,3	1,3	1,2
Beni e servizi per le comunicazioni	0,4	0,8	-0,3	0,2	-0,3	0,4	0,0	0,2	0,0	0,3	0,7	0,0
Beni e servizi per la cura della persona	-0,2	0,4	0,1	-0,1	0,1	0,1	-0,2	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0
Abbigliamento e calzature	-0,3	0,2	-0,3	0,0	-0,3	0,4	-0,4	0,1	-0,5	0,5	-0,3	0,0
Beni e servizi per la casa	-0,2	0,0	-0,3	0,2	0,0	-0,2	0,5	-0,1	0,0	0,1	-0,1	0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,5	0,2	-0,1	-0,1	-0,1	-0,2	0,0	-0,4	0,0	0,1	-0,9	0,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

In termini tendenziali l'ICC di dicembre ha mostrato una crescita dello 0,5%, con un'accelerazione rispetto allo 0,1% di novembre. Il dato ha riflesso una crescita significativa della domanda di servizi (+1,9%) a cui ha corrisposto un calo dello 0,2% della spesa per i beni.

Relativamente alle macro-funzioni di spesa variazioni positive di rilievo hanno riguardato la spesa per i beni e i servizi per le comunicazioni (+2,5%), per i beni e di servizi per la mobilità (+2,4%) e per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+2,3%).

In moderato miglioramento è risultata la domanda per i beni e servizi per la cura della persona (+0,5%), per i beni e servizi ricreativi (+0,1%) e per i beni e servizi per la casa (+0,3%) in risalita dopo la frenata di novembre.

Una riduzione dei consumi, su base annua, di un certo rilievo si è registrata sia per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-1,9%), sia per l'abbigliamento e le calzature (-0,8%) proseguendo l'andamento negativo già evidenziato a novembre.

Tab. 2 - Variazioni % tendenziali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

	2015	2016					
	Anno	Anno	I Sem	II Sem	Ott	Nov	Dic
SERVIZI	1,5	1,0	0,6	1,5	1,5	1,8	1,9
BENI	0,9	0,2	0,9	-0,4	0,1	-0,7	-0,2
TOTALE	1,1	0,5	0,8	0,2	0,6	0,1	0,5
Beni e servizi ricreativi	3,3	-0,1	0,4	-0,7	-0,1	0,4	0,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	1,2	0,3	2,1	2,2	2,2	2,3
Beni e servizi per la mobilità	2,8	4,0	6,3	1,9	1,4	0,8	2,4
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,5	-0,5	-1,5	0,5	0,5	2,0	2,5
Beni e servizi per la cura della persona	0,6	0,4	0,6	0,3	0,1	0,3	0,5
Abbigliamento e calzature	0,6	-0,5	-0,1	-0,8	-0,3	-0,9	-0,8
Beni e servizi per la casa	0,9	-0,4	-0,3	-0,5	0,0	-0,3	0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	-0,6	-0,1	-1,2	0,0	-2,1	-1,9

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 2017 si stima, rispetto a gennaio,

un aumento dello 0,2%. Nel confronto con febbraio del 2016 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al +1,3%.

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.

Tab. 3 - Stima sull'inflazione - var. congiunturali e tendenziali

	INDICE GENERALE	di cui			
		Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	Trasporti	Servizi ricettivi e di ristorazione
VARIAZIONI CONGIUNTURALI					
Mar. '16	0,2	-0,2	0,0	0,8	0,3
Apr	-0,1	0,2	-2,5	0,7	1,4
Mag	0,3	0,4	0,0	0,5	0,5
Giu	0,1	0,1	0,0	0,8	0,1
Lug	0,2	-0,7	0,2	1,1	0,3
Ago	0,2	0,3	0,0	0,8	-0,1
Set	-0,2	-0,1	0,8	-1,3	0,3
Ott	-0,1	0,1	0,1	-0,3	-0,4
Nov	-0,1	0,5	0,1	-0,4	-1,3
Dic	0,4	0,5	0,1	1,4	-0,2
Gen. '17 (*)	0,2 (0,2)	1,3 (0,3)	0,7 (1,1)	-0,1 (0,5)	0,0 (-0,2)
Feb. (**)	0,2	0,2	0,3	0,3	0,1
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mar. '16	-0,2	-0,4	-0,7	-3,1	1,0
Apr	-0,5	-0,1	-2,4	-2,9	0,9
Mag	-0,3	0,2	-2,4	-2,9	0,6
Giu	-0,4	0,2	-2,4	-2,3	0,4
Lug	-0,1	0,6	-2,0	-2,2	0,8
Ago	-0,1	0,9	-2,0	-2,3	0,9
Set	0,1	0,1	-1,2	-0,1	0,8
Ott	-0,2	-0,2	-1,9	0,2	-0,3
Nov	0,1	0,0	-1,9	0,7	0,7
Dic	0,5	0,8	-1,8	2,2	0,7
Gen. '17 (*)	0,9 (0,9)	2,3 (1,3)	-0,5 (-0,2)	3,2 (3,8)	1,0 (0,8)
Feb. (**)	1,3	2,6	-0,2	4,5	1,0

(*) Il dato ISTAT di Gennaio è provvisorio. Tra parentesi le previsioni del mese precedente. (**) Previsioni.

Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

PRODOTTI E SERVIZI CONSIDERATI

Beni e servizi ricreativi

Cinema, sport e altri spettacoli
Concorsi e pronostici
Cartoleria, libri, giornali e riviste
Foto-ottica e pellicole, 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

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, ASSAEROPORTI, 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 29, che complessivamente rappresentano, nell'anno 2014, il 54,5% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 32,0% e per i beni è del 79,5%. Escludendo le spese relative i fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 63,8% per il totale dei consumi e al 44,2% per i servizi.

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 2010. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC a base 2010. Per l'abbigliamento e le calzature le serie elementari sono deflazionate con l'IPCA riportato a base 2010.

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 > Ufficio Studi](#)).