

# CONSUMI&PREZZI

## Congiuntura Confcommercio



Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 2 (6 febbraio 2017)

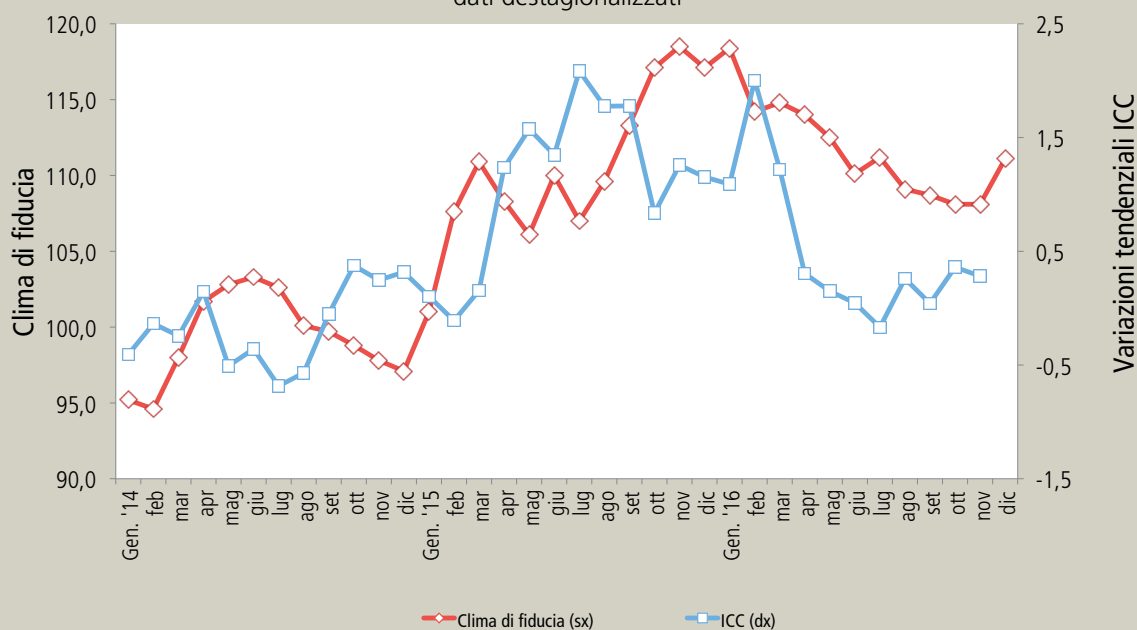
L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha registrato a novembre 2016 una crescita dello 0,1% rispetto ad ottobre e dello 0,3% su base annua<sup>1</sup> (tabb. 1 e 2).

L'evoluzione dell'ultimo mese ha confermato, anche in termini di media mobile a tre mesi (fig. 2), la stabilizzazione della domanda da parte delle famiglie, che mantengono un atteggiamento prudente verso il consumo in linea con

un *sentiment* che, nonostante sia tornato a crescere a dicembre dopo quattro mesi, si mantiene su livelli inferiori rispetto all'inizio del 2016.

Le incertezze dell'attuale quadro congiunturale si sono riflesse sul clima di fiducia degli imprenditori il cui indice ha registrato, sempre a dicembre, un peggioramento, sintesi di dinamiche settoriali diversificate: gli operatori del commercio al dettaglio e dell'industria manifatturiera

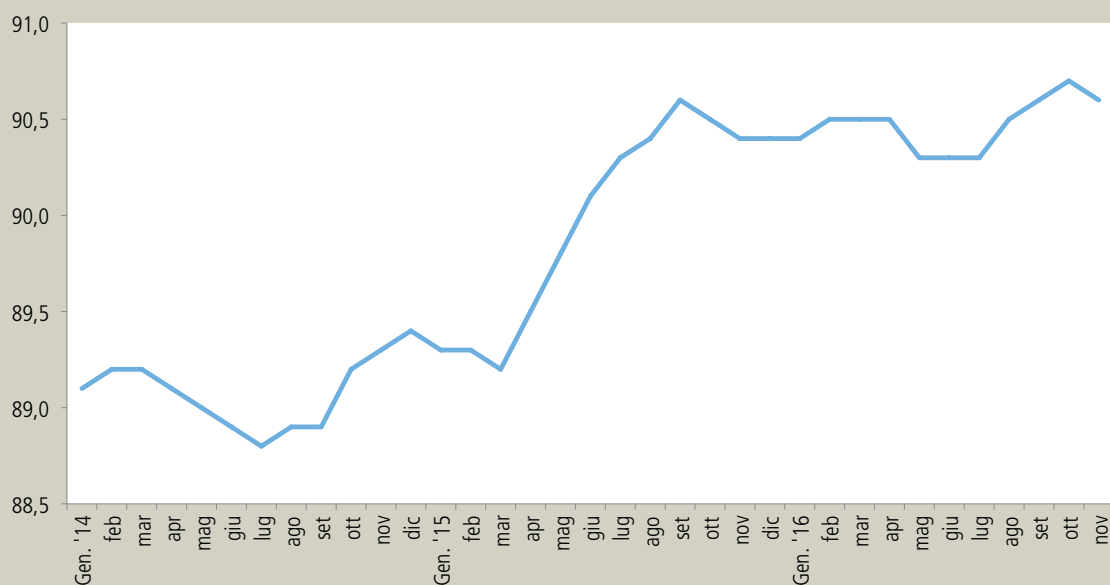
Fig. 1 - Clima di fiducia ISTAT e ICC in volume  
dati destagionalizzati



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<sup>1</sup> 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

hanno espresso, infatti, giudizi positivi, mentre tra quelli delle costruzioni e dei servizi di mercato è prevalso il pessimismo.

Il moderato miglioramento rilevato tra gli imprenditori del manifatturiero, il cui clima di fiducia è tornato sui valori di fine 2015, riflette la contenuta tendenza all'incremento dei livelli di attività ed un andamento degli ordini che sembra indicare il permanere di un'evoluzione moderatamente positiva anche all'inizio del 2017.

La tendenza ad un incremento contenuto dell'attività economica, con elementi di discontinuità tra i diversi settori, si continua a tradurre in un'evoluzione del mercato del lavoro che, seppure con toni non particolarmente brillanti, evidenzia un complessivo miglioramento. A novembre, stando alle prime stime, il numero di occupati ha registrato un aumento di 19mila unità sul mese

precedente. In termini annui, il confronto presenta una crescita di 201mila unità. Nello stesso mese il numero di persone in cerca di occupazione è aumentato di 57mila unità, evoluzione che ha portato ad un contenuto aumento del tasso di disoccupazione, riflettendo anche la tendenza a porsi sul mercato del lavoro da parte di persone che in passato erano risultate meno attive.

Il dato dell'ultimo mese ha portato ad un incremento degli occupati nella media degli undici mesi del 2016 pari a 268mila unità, la crescita più consistente degli ultimi anni, con una partecipazione al mercato del lavoro che si attesta ai massimi storici. Il miglioramento delle condizioni del mercato del lavoro è consolidato dal permanere di una tendenza alla progressiva riduzione delle ore di CIG autorizzate (-27,5% a novembre su base annua, -15% nel complesso dei primi undici mesi del 2016).

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

Il modesto incremento registrato in termini congiunturali dall'ICC a novembre è derivato da un aumento sia della domanda relativa ai beni, cresciuta dello 0,2% dopo il calo di ottobre, sia della componente relativa ai servizi (+0,1%).

Per quanto riguarda le singole macro-funzioni di spesa, l'unica variazione positiva di un certo rilievo si è riscontrata per i beni e servizi per la mobilità (+1,0%), che hanno recuperato, in parte, la perdita che si è registrata nel mese precedente, grazie all'incremento delle vendite di auto e

moto ai privati. Valori positivi hanno riguardato anche la spesa per i beni e i servizi per le comunicazioni (+0,5%) e quella per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,2%).

Stabile è risultata la domanda per i beni e i servizi ricreativi, per i beni e servizi per la casa, in stagnazione

da agosto, per gli alimentari, le bevande e i tabacchi. In contenuta diminuzione sono risultate sia la spesa per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (-0,1%), sia la spesa per l'abbigliamento e le calzature (-0,2%).

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

	2015		2016									
	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV
<b>SERVIZI</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>1,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,1</b>
<b>BENI</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,2</b>
di cui alimentari e bevande	0,3	-0,2	0,4	-0,4	0,0	0,1	0,1	-0,1	-0,3	0,1	0,4	-0,1
<b>TOTALE</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,1</b>
Beni e servizi ricreativi	0,2	-0,6	0,3	-0,2	0,3	-0,2	0,2	-0,2	0,2	-0,2	0,4	0,0
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,1	0,3	0,2	-1,0	-0,3	0,0	0,5	1,9	0,3	0,3	-0,2	-0,1
Beni e servizi per la mobilità	-0,3	0,3	2,6	-1,4	0,0	-0,1	-1,7	-0,4	2,0	-0,5	-1,6	1,0
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,5	0,4	0,8	-0,3	0,2	-0,4	0,4	0,0	0,2	-0,1	0,3	0,5
Beni e servizi per la cura della persona	-0,1	-0,2	0,4	0,1	-0,1	0,1	0,1	-0,2	0,0	0,0	0,1	0,2
Abbigliamento e calzature	-0,1	-0,1	0,0	-0,1	0,0	-0,2	0,1	-0,2	0,0	-0,3	0,1	-0,2
Beni e servizi per la casa	-0,1	-0,4	0,0	-0,2	0,0	0,1	-0,2	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Alimentari, bevande e tabacchi	0,3	-0,3	0,4	-0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,3	0,0	0,1	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

La dinamica tendenziale dell'ICC di novembre ha mostrato una crescita dello 0,3%, un dato lievemente inferiore a quello di ottobre. Questo risultato sintetizza una crescita significativa della domanda di servizi (+1,6%) a cui ha corrisposto un calo dello 0,3% della spesa per i beni.

A novembre gli aumenti più significativi, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, si sono riscontrati per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa, cresciuti dell'1,9%, e per i beni e i servizi per le comunicazioni (+1,6%), risultati che hanno rafforzato i dati positivi già registrati ad ottobre.

Più contenuto è stato l'incremento, su base annua, della domanda di beni e servizi per la cura della persona (+0,4%) e di beni e i servizi ricreativi (+0,2%).

In riduzione, anche a novembre, è risultata la spesa per l'abbigliamento e calzature (-1,1%), segmento che dopo la contenuta ripresa del 2015 è tornato ormai da alcuni mesi a registrare un ridimensionamento della domanda. Modeste riduzioni si osservano per i beni e i servizi per la casa (-0,2%), per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,2%) e per i beni e di servizi per la mobilità (-0,1%), tornati a dinamiche negative dopo quasi due anni.

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

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

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 gennaio 2017 si stima, rispetto a dicembre, un aumento dello 0,2%. Nel confronto con gennaio del

2016 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al +0,9%, un valore che non si registrava da settembre 2013.

<sup>2</sup> 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					
Feb. '16	-0,2	-0,1	0,0	-0,9	0,1
Mar	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 (0,1)	0,5 (0,3)	0,0 (0,2)	1,4 (0,4)	-0,2 (-0,3)
Gen. '17 (**)	0,2	0,3	1,1	0,5	-0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Feb. '16	-0,3	-0,4	-0,5	-2,7	1,0
Mar	-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 (0,2)	0,8 (0,6)	-1,9 (-1,8)	2,2 (1,1)	0,7 (0,8)
Gen. '17 (**)	0,9	1,3	-0,2	3,8	0,8

(\*) Il dato ISTAT di Dicembre 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](#)).