

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

4

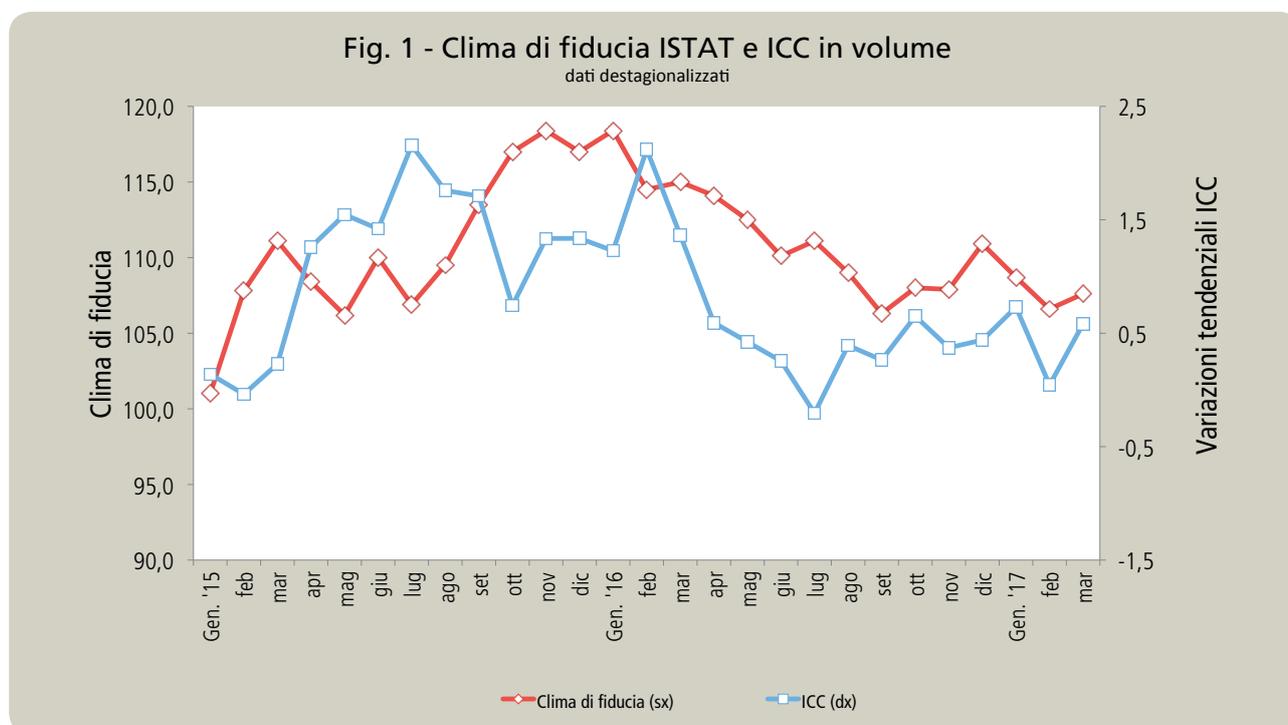
Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 5 (12 maggio 2017)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha registrato a marzo 2017¹ una crescita dello 0,1% rispetto a febbraio ed un incremento dello 0,6% su base annua² (tabb. 1 e 2).

I consumi, seppure in modo discontinuo e con toni non particolarmente brillanti, consolidano, stando a quanto emerge dalla media mobile a tre mesi (fig. 2), la moderata tendenza al recupero in atto ormai da luglio dello

scorso anno. La dinamica dei consumi è d'altra parte coerente con un quadro congiunturale caratterizzato, in questo inizio d'anno, da andamenti altalenanti che pur in un contesto di graduale miglioramento riflettono le debolezze e le incertezze che gravano sull'economia italiana ed internazionale.

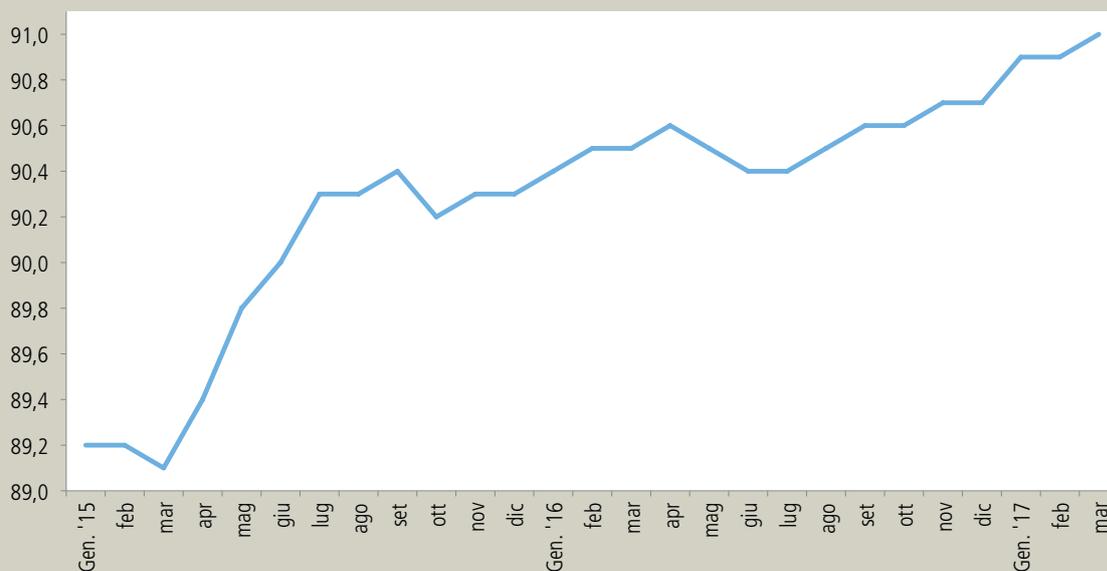
La crescita, a marzo, del clima di fiducia dei consumatori è un segnale troppo debole per ipotizzare, nei prossimi



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.
- 2 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.

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



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

mesi, un atteggiamento decisamente più positivo anche in considerazione di aspettative non particolarmente favorevoli riguardo la situazione personale e familiare.

La sensazione di un quadro congiunturale in progressiva, sebbene lenta, risalita è confermato dal miglioramento, per il terzo mese consecutivo, del *sentiment* delle imprese. Questo andamento è sintesi di andamenti differenziati delle aspettative degli operatori dei diversi settori economici: miglioramenti significativi si rilevano nel manifatturiero e nei servizi di mercato, in forma più contenuta, nel commercio al dettaglio, mentre si è registrato un modesto arretramento della fiducia tra gli operatori delle costruzioni.

L'atteggiamento positivo da parte degli operatori del manifatturiero si conferma nonostante gli andamenti discontinui registrati, in questi primi mesi del 2017, dalla produzione industriale. Dopo l'aumento di febbraio, stando alle stime di Confindustria a marzo si dovrebbe essere registrata una riduzione dello 0,4%. Stando a

quanto rilevato sul versante degli ordinativi (+0,5% congiunturale a marzo) la tendenza al recupero, seppure con toni non particolarmente accentuati, dovrebbe proseguire nei prossimi mesi.

La scarsa dinamicità del quadro congiunturale si è riflessa sulle dinamiche del mercato del lavoro. A febbraio gli occupati sono aumentati di 8mila unità in termini congiunturali e di 294mila su base annua. In ridimensionamento, sempre nello stesso mese, il numero di persone in cerca d'occupazione (-83mila rispetto a gennaio, -18mila nei confronti dell'analogo mese del 2016) a segnalare, in parte, una ricerca meno attiva di un lavoro soprattutto nella fascia più giovane delle forze di lavoro. Forze di lavoro che, nonostante la lieve riduzione dell'ultimo mese, si collocano su valori storicamente elevati. Questi andamenti hanno ridotto il tasso di disoccupazione di tre decimi di punto rispetto a gennaio. Il quadro d'insieme è completato da un'ulteriore caduta delle ore di CIG autorizzate (-41% a febbraio su base annua).

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

Rispetto a febbraio l'ICC registra una crescita dello 0,1%, dopo il calo del mese precedente, derivante da un

aumento dello 0,2% della domanda relativa ai servizi e dall'invarianza della componente relativa ai beni.

Per quanto concerne le singole macro-funzioni di spesa, gli unici aumenti di rilievo hanno riguardato i beni e i servizi per la mobilità (+0,9%) al cui interno prosegue il recupero della domanda di auto e moto da parte dei privati, e i beni e i servizi ricreativi (+0,3%).

Altri incrementi, ma di modesta entità, si sono riscontrati anche per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,1%), per i beni e i servizi per le comunicazioni

(+0,1%) e per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,1%).

Anche a febbraio la spesa per l'abbigliamento e le calzature è risultata stabile, mentre una tendenza al ridimensionamento, seppur modesto, ha riguardato la spesa per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,3%) e la spesa per i beni e servizi per la casa (-0,2%).

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

	2016						2017					
	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR
SERVIZI	-0,1	0,5	0,1	0,6	0,0	0,4	0,3	0,3	0,2	-0,1	0,1	0,2
BENI	0,1	-0,2	-0,3	-0,2	0,4	-0,1	-0,2	0,1	0,1	0,3	-0,2	0,0
di cui alimentari e bevande	-0,1	0,0	0,1	-0,2	-0,3	0,0	0,4	-0,6	-0,3	0,4	-0,6	0,1
TOTALE	0,0	0,0	-0,2	0,1	0,2	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	-0,1	0,1
Beni e servizi ricreativi	0,2	0,6	-0,4	-0,3	-0,3	0,1	0,5	0,4	0,0	0,4	0,0	0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,2	0,1	0,5	0,7	0,3	0,5	0,4	0,0	0,1	-0,2	0,1	0,1
Beni e servizi per la mobilità	0,1	0,0	-1,4	-0,4	2,2	-0,4	-1,3	1,6	1,0	0,1	0,3	0,9
Beni e servizi per le comunicazioni	0,2	-0,4	0,3	-0,3	0,6	0,1	0,4	0,6	0,0	0,6	-0,4	0,1
Beni e servizi per la cura della persona	-0,1	0,1	0,1	-0,2	0,0	-0,1	0,1	0,2	-0,1	0,0	-0,3	0,1
Abbigliamento e calzature	0,1	-0,2	0,1	-0,2	0,0	-0,2	0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0
Beni e servizi per la casa	0,2	0,0	-0,2	0,6	-0,1	0,0	0,1	0,0	-0,1	0,3	-0,7	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	-0,2	-0,1	-0,1	-0,4	0,1	-0,1	-0,8	-0,1	0,3	0,0	-0,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

La dinamica tendenziale dell'ICC registra a marzo una crescita dello 0,6%, dopo la stasi del mese precedente, sintesi di un incremento significativo della domanda di servizi (+2,5%) e di un calo della spesa per i beni (-0,3%). A marzo gli aumenti più significativi, rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, si sono riscontrati, per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+2,6%) e i beni e i servizi per la mobilità (+2,5%) con risultati che rafforzano la dinamica positiva già riscontrata nel mese precedente.

Più contenuto è stato l'incremento, su base annua, per i beni e i servizi per le comunicazioni (+1,9%) e per i beni e servizi ricreativi (+1,4%).

Una tendenza al ridimensionamento, abbastanza marcata, ha interessato la spesa per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-1,6%) e per l'abbigliamento e calzature (-0,6%), mentre di lieve entità è stata la riduzione della domanda per i beni e servizi per la cura della persona (-0,4%) e per i beni e servizi per la casa (-0,1%).

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

	2015	2016	2017				
	Anno	Anno	IV Trim	I Trim	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	1,6	1,1	1,9	2,1	2,1	1,8	2,5
BENI	0,9	0,5	-0,2	-0,3	0,1	-0,7	-0,3
TOTALE	1,1	0,7	0,5	0,5	0,7	0,0	0,6
Beni e servizi ricreativi	3,3	0,0	0,4	1,2	1,5	0,8	1,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	1,2	2,2	2,1	1,9	1,8	2,6
Beni e servizi per la mobilità	3,0	5,8	3,2	1,6	2,0	0,2	2,5
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,3	-1,4	1,1	2,1	3,0	1,6	1,9
Beni e servizi per la cura della persona	0,6	0,5	0,2	-0,2	0,5	-0,5	-0,4
Abbigliamento e calzature	0,6	-0,5	-0,9	-0,8	-0,9	-0,9	-0,6
Beni e servizi per la casa	0,9	-0,5	-0,1	0,2	0,8	-0,1	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	-0,7	-1,6	-1,4	-1,2	-1,5	-1,6

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 consumo³, per il mese di aprile 2017 si stima, rispetto a marzo, un

aumento dello 0,2%. Nel confronto con aprile del 2016 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi al +1,7%.

3 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					
Mag. '16	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	0,3	1,3	0,7	-0,1	0,1
Feb.	0,4	1,4	0,5	0,7	0,1
Mar. (*)	0,0 (0,2)	-1,2 (0,2)	0,1 (0,2)	0,6 (0,3)	0,4 (0,3)
Apr. (**)	0,2	0,0	0,2	0,3	1,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mag. '16	-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	1,0	2,3	-0,5	3,2	1,1
Feb.	1,6	3,8	0,0	4,9	1,1
Mar. (*)	1,4 (1,6)	2,8 (4,2)	0,1 (0,2)	4,6 (4,3)	1,2 (1,1)
Apr. (**)	1,7	2,6	2,9	4,2	1,0

(*) Il dato ISTAT di marzo 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](#)).