

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

5

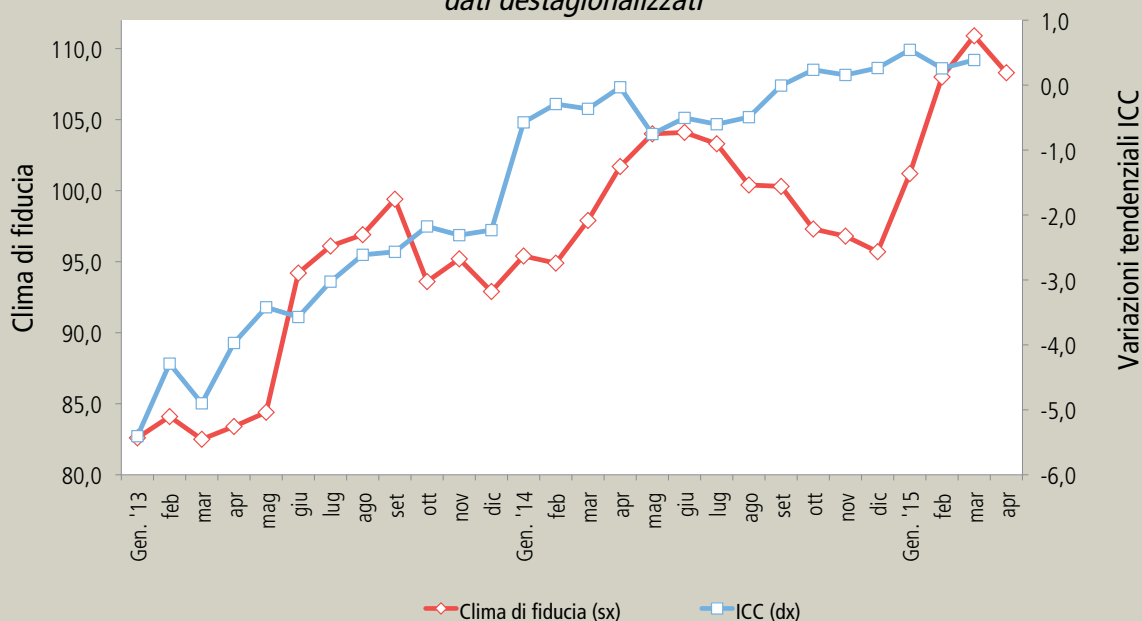
Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 6 (4 giugno 2015)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a marzo 2015 una variazione nulla rispetto a febbraio ed una crescita dello 0,4% tendenziale¹ (tabb. 1 e 2). In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore, mostra una stabilizzazione (fig. 2). La scarsa dinamicità dei consumi, che confermano comunque il graduale trend di ripresa, si inserisce in un contesto generale che, seppure in moderato miglioramento, è caratterizzato da grande incertezza. Diversi elementi contraddittori impediscono alla ripresa

di assumere quel vigore necessario per un significativo recupero dei livelli produttivi ed occupazionali.

In linea con questa situazione il *sentiment* dei consumatori, ha evidenziato, ad aprile, dopo i segnali positivi riscontrati nei tre mesi precedenti, un moderato peggioramento. Nonostante il ridimensionamento, il livello della fiducia permane su valori molto elevati rispetto a quelli riscontrati negli anni precedenti.

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

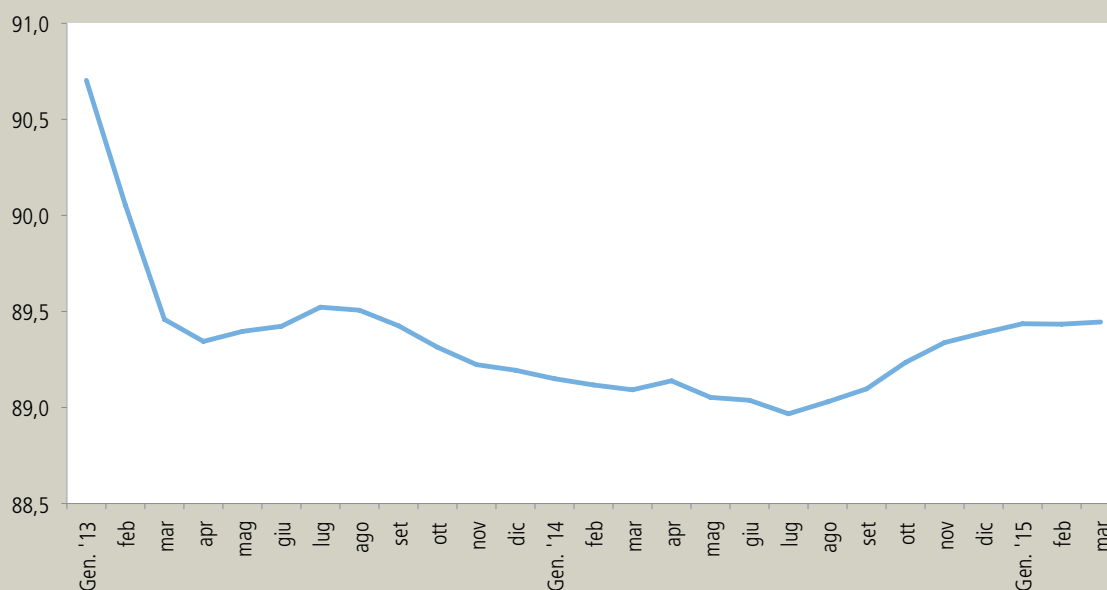


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

Anche sul versante delle imprese ad aprile si è registrata una lieve riduzione del *sentiment*. Il dato è sintesi, tuttavia, di andamenti non univoci delle aspettative degli operatori dei diversi settori. Se da un lato migliora il clima di fiducia del manifatturiero e del commercio al dettaglio (l'indice esprime valori tra i più alti degli ultimi anni), dall'altro sale il pessimismo nel settore delle costruzioni e nei servizi di mercato.

Il miglioramento della fiducia nell'industria manifatturiera riflette la tendenza al recupero dei livelli produttivi. Stando alle valutazioni di Confindustria la produzione industriale dovrebbe tornare a crescere in aprile, in ripresa (+0,5% rispetto al mese precedente), dopo il lieve peggioramento stimato per marzo (-0,1%). Il trend di recupero, stando a quanto rilevato nello stesso mese per gli ordini (+0,7% congiunturale), dovrebbe consolidarsi nei prossimi mesi.

A marzo, per il secondo mese consecutivo, gli occupati hanno mostrato una riduzione in termini congiunturali (-59mila unità) e si è rilevato un aumento delle persone in cerca di occupazione (+52mila unità rispetto a febbraio), tornate a superare i 3,3 milioni. Il combinarsi di queste dinamiche ha riportato il tasso di disoccupazione al 13,0%. I dati dell'ultimo mese non possono essere interpretati come un segnale di inefficacia della riforma del mercato del lavoro, misura sulla quale una piena valutazione potrà essere espressa solo nei prossimi mesi con il completamento delle misure previste dal Jobs Act. Va anche detto che nello stesso mese è proseguita la tendenza alla riduzione, su base annua, delle ore di CIG (-43,8%), fenomeno che, pur risultando molto intenso per la componente in deroga coinvolge tutti gli istituti. Il complesso delle ore autorizzate nel primo trimestre risulta il più basso dal 2009.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La variazione nulla registrata dall'ICC a marzo rispetto a febbraio (tab. 1) sintetizza una stabilità della domanda per i beni e un calo limitato della domanda di servizi (-0,1%).

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, modesti valori positivi hanno riguardato la dinamica della spesa per i beni e i servizi ricreativi (+0,2%), in lieve ripresa da febbraio, gli alimentari, le bevande e i tabacchi (+0,2%), che recuperano in parte la perdita registrata nel

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

	2014						2015					
	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	0,0	-0,1	0,1	-0,5	0,4	0,1	0,1	0,2	0,2	-0,2	-0,1	-0,1
BENI	0,2	-0,4	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,0	-0,2	0,4	-0,1	0,0
di cui alimentari e bevande	0,8	-0,8	0,3	-0,3	-0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,2	-0,4	0,0
TOTALE	0,1	-0,3	0,1	0,0	0,2	0,1	0,2	0,0	-0,1	0,2	-0,1	0,0
Beni e servizi ricreativi	-0,2	0,3	-0,5	0,2	-0,3	0,2	-0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,0	-0,5	0,3	-0,7	0,4	0,3	0,5	0,3	0,2	-0,5	-0,2	-0,1
Beni e servizi per la mobilità	-1,6	0,1	0,7	1,4	1,1	0,0	1,2	-0,4	-0,1	0,4	0,5	-0,2
Beni e servizi per le comunicazioni	1,0	0,2	0,1	0,4	0,3	0,6	-0,6	0,3	0,1	1,2	0,1	0,1
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	-0,2	-0,2	0,0	0,0	0,1	0,1	-0,1	0,2	0,0	-0,4	-0,1
Abbigliamento e calzature	0,0	-0,3	0,1	0,1	0,1	-0,4	-0,3	0,2	-0,2	0,6	-0,6	-0,1
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,1	0,0	-0,4	0,0	0,1	0,1	-0,1	-0,3	0,3	0,1	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	1,2	-1,0	0,2	-0,3	-0,2	0,1	0,0	0,1	-0,2	0,2	-0,5	0,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

mezzo precedente, i beni e i servizi per le comunicazioni (+0,1%).

Una riduzione della spesa di scarso rilievo, rispetto a febbraio, si è riscontrata per i beni e i servizi per la mobilità (-0,2%), anche se il mercato delle auto ha evidenziato

negli ultimi mesi segnali di decisa ripresa. Anche per gli alberghi, i pasti e i consumi fuori casa, per i beni e i servizi per la cura della persona e per i beni e i servizi per la casa, la riduzione è stata molto contenuta (-0,1%).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

La dinamica tendenziale dell'ICC di marzo (+0,4%), in crescita rispetto al mese precedente, è il risultato dell'andamento positivo della sola domanda per i beni

(+0,5%) mentre la domanda di servizi, dopo gli incrementi registrati nei primi due mesi dell'anno, è rimasta stabile. A marzo variazioni positive si sono riscontrate, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, per i beni e i servizi

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

	2014			2015			
	Anno	III trim	IV trim	I trim	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	0,2	-0,2	0,2	0,4	0,5	0,5	0,0
BENI	-0,4	-0,4	0,2	0,4	0,5	0,2	0,5
TOTALE	-0,2	-0,4	0,2	0,4	0,5	0,3	0,4
Beni e servizi ricreativi	-0,4	-1,1	-0,9	-0,2	-0,5	-0,3	0,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,1	-0,7	0,7	0,5	0,9	0,7	0,0
Beni e servizi per la mobilità	0,9	1,0	3,1	2,6	2,3	2,6	3,0
Beni e servizi per le comunicazioni	5,1	5,7	3,7	4,0	4,3	3,8	3,8
Beni e servizi per la cura della persona	-0,7	-0,8	-0,1	-0,3	0,2	-0,4	-0,5
Abbigliamento e calzature	-0,7	-0,4	-0,7	-0,3	0,7	-0,8	-0,8
Beni e servizi per la casa	-1,4	-1,4	-0,9	-0,2	-0,3	0,0	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,7	-1,1	-1,1	-0,7	-0,3	0,2	-0,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

per le comunicazioni (+3,8%), per i beni ed i servizi per la mobilità (+3,0%) e, con valori più contenuti, per i beni e i servizi ricreativi (+0,1%); è rimasta invariata la spesa per gli alberghi, i pasti e le consumi fuori casa dopo il modesto incremento nei primi due mesi dell'anno.

Una riduzione dei consumi, su base annua, si è registrata per l'abbigliamento e le calzature (-0,8%) segmento che,

escluso il mese di gennaio tradizionalmente legato ai saldi, non mostra sicuri segnali di ripresa. Più modesto è stato il calo della spesa per quanto riguarda i beni e i servizi per la cura della persona (-0,5%), gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,3%), i beni e i servizi per la casa (-0,2%).

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 maggio 2015 si stima, rispetto

ad aprile, una variazione nulla dei prezzi. Rispetto ad aprile 2014 si stima una crescita del NIC pari allo 0,1%, che realizzerebbe l'uscita dalla deflazione.

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					
Giu'14	0,1	0,1	-0,1	0,6	-0,2
Lug	-0,1	-0,9	-1,2	1,1	0,1
Ago	0,2	-0,1	-0,1	2,1	-0,5
Set	-0,4	0,2	0,0	-3,0	0,6
Ott	0,1	0,0	1,1	-0,6	0,1
Nov	-0,2	0,7	0,1	-1,4	-1,1
Dic	0,0	0,0	-0,2	0,4	-0,5
Gen.'15	-0,4	0,6	-0,4	-3,3	-0,1
Feb.	0,4	0,6	0,1	0,7	0,1
Mar.	0,1	-0,2	0,2	1,3	0,3
Apr. (*)	0,3 (0,1)	-0,1 (0,2)	-0,5 (-1,0)	0,6 (0,6)	1,7 (1,0)
Mag. (**)	0,0	0,1	0,0	-0,2	0,3
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Giu'14	0,3	-0,6	0,6	1,3	1,0
Lug	0,1	-0,7	-0,9	1,5	0,9
Ago	-0,1	-0,5	-1,2	0,8	0,7
Set	-0,2	-0,1	-1,2	0,3	0,1
Ott	0,1	0,1	0,0	0,3	0,7
Nov	0,2	0,5	0,1	-0,3	1,0
Dic	0,0	-0,2	-0,4	-0,9	1,0
Gen.'15	-0,6	0,1	-1,2	-4,2	0,9
Feb.	-0,1	1,0	-1,4	-3,1	1,0
Mar.	-0,1	1,1	-1,3	-2,1	0,8
Apr. (*)	0,0 (-0,2)	1,0 (1,3)	-1,1 (-1,7)	-2,7 (-2,6)	1,1 (0,5)
Mag. (**)	0,1	1,1	-1,1	-1,9	0,8

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

Fonte: Istat e previsioni 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
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, consistenti, nell'anno 2013, al 55% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 35,5% e per i beni è del 72,9%. Escludendo le spese relative ai fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 64,5% per il totale dei consumi e al 51,2% 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](#)).