



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

4

Ufficio Studi

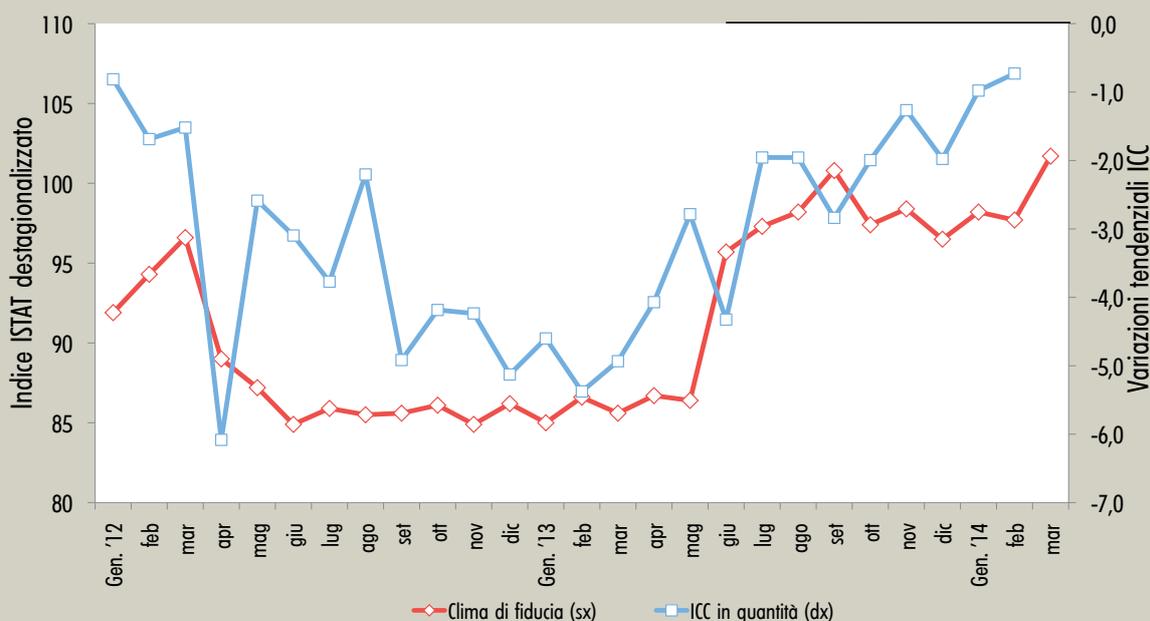
aprile 2014, numero 4

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 5 (8 maggio 2014)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra, a febbraio, una diminuzione dello 0,7% in termini tendenziali¹ ed una variazione nulla rispetto a gennaio (tabb. 2 e 3). La media mobile a tre mesi, corretta dai fattori stagionali conferma la stabilità registrata a partire dagli ultimi mesi del 2013 (fig. 2). Da alcuni mesi i consumi

sembrano essersi avviati, dopo un biennio di deciso ridimensionamento, in una fase di stabilizzazione che, in assenza di miglioramenti sul versante occupazionale e del reddito disponibile, non riesce a tradursi in quella ripresa necessaria a sostenere il rilancio dell'economia.

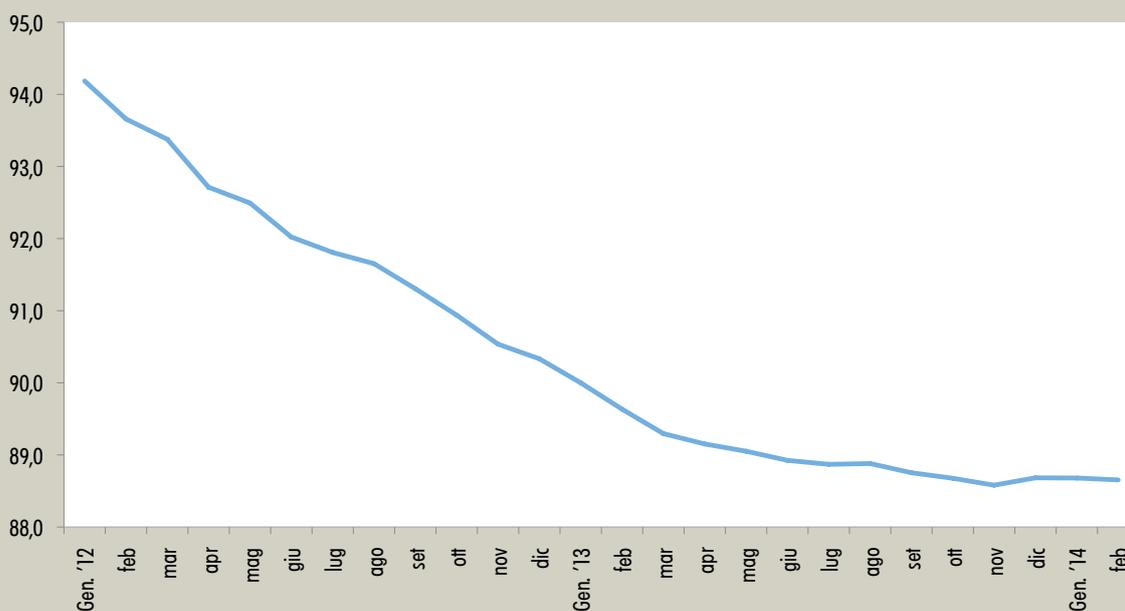
Fig. 1 - Clima di fiducia ISTAT e ICC in volume



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Fig. 2 - ICC in volume - Dati destagionalizzati

Media mobile a tre mesi (dicembre 2007=100)



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.

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

	2012	2013			2014	
	Anno	Anno	I sem	II sem	Gen	Feb
SERVIZI	0,4	-1,5	-2,3	-0,8	-0,5	-0,6
BENI	-1,4	-3,4	-4,4	-2,5	-1,1	-1,0
TOTALE	-0,8	-2,8	-3,8	-2,0	-0,9	-0,9
Beni e servizi ricreativi	-0,1	-1,9	-3,3	-0,7	-0,8	-0,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,1	-2,7	-3,3	-2,1	-0,8	-0,9
Beni e servizi per la mobilità	-4,2	-4,3	-6,7	-1,6	-0,5	1,2
Beni e servizi per le comunicazioni	-3,2	-5,8	-5,7	-6,0	-4,9	-4,5
Beni e servizi per la cura della persona	-2,3	-1,8	-2,7	-1,0	-0,8	-1,4
Abbigliamento e calzature	-2,5	-2,8	-3,7	-2,0	-1,3	-1,6
Beni e servizi per la casa	1,4	-3,5	-3,6	-3,5	-1,2	-1,3
Alimentari, bevande e tabacchi	0,1	-1,8	-2,7	-0,9	-0,3	-0,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

È proseguito il lento miglioramento della fiducia delle imprese, sia pure con andamenti non univoci nel *sentiment* degli operatori dei diversi settori produttivi. Stando alle stime di Confindustria, a marzo, dopo il contenuto arretramento rilevato a febbraio, la produzione industriale avrebbe segnalato un aumento dello 0,5% sul mese precedente. Anche i dati sugli ordini registrano, nello stesso mese, un miglioramento (+0,5% su febbraio). A marzo il clima di fiducia delle famiglie ha mostrato un deciso recupero. Mentre la percezione della situazione personale e corrente non migliora sensibilmente, le aspettative sul futuro appaiono in forte crescita: la contenuta evoluzione dei prezzi e le aspettative di riduzione del carico fiscale hanno senz'altro avuto un ruolo importante.

La debolezza e le incertezze rilevate sul versante produttivo continuano a determinare un'evoluzione negativa del mercato del lavoro. A febbraio 2014 il numero di occupati è sceso di 39mila unità (-365mila rispetto allo stesso mese del 2013). Nello stesso mese, i disoccupati, che superano i 3,3 milioni, sono aumentati, rispetto a gennaio, di 8mila unità (+272mila in un anno). Da febbraio 2007 il rapporto tra disoccupati e forze di lavoro è passato dal 5,9% al 13,0%, con un milione e 850mila disoccupati in più. A febbraio, dopo alcuni mesi di ridimensionamento delle ore autorizzate di Cig, si è registrato, rispetto all'analogo mese del 2013, un incremento del 5,3%, sintesi di una diminuzione del 27,4% di ore richieste per l'ordinaria

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

	2012	2013			2014	
	Anno	Anno	I sem	II sem	Gen	Feb
SERVIZI	-1,1	-2,6	-3,6	-1,8	-0,7	-1,0
BENI	-4,4	-3,3	-4,7	-2,1	-1,1	-0,6
TOTALE	-3,4	-3,1	-4,3	-2,0	-1,0	-0,7
Beni e servizi ricreativi	-2,9	-1,7	-3,3	-0,3	-0,5	0,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-1,6	-4,0	-4,9	-3,2	-1,9	-2,1
Beni e servizi per la mobilità	-13,0	-5,5	-7,8	-3,0	-1,4	1,4
Beni e servizi per le comunicazioni	0,3	1,1	-0,4	2,4	7,1	4,3
Beni e servizi per la cura della persona	-0,9	-2,0	-2,5	-1,5	-0,9	-1,4
Abbigliamento e calzature	-1,8	-3,1	-4,2	-2,0	-1,3	-0,7
Beni e servizi per la casa	-2,5	-2,6	-3,3	-2,0	-1,9	-1,9
Alimentari, bevande e tabacchi	-3,0	-3,8	-5,1	-2,6	-1,5	-1,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

e di un deciso aumento di quelle per la straordinaria (+16,2%) e in deroga (+55,6%).

La dinamica tendenziale dell'ICC di febbraio riflette una diminuzione dell'1,0% della domanda relativa ai servizi e dello 0,6% della spesa per i beni.

A febbraio 2014, variazioni positive, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, si rilevano per la spesa reale in beni e servizi per le comunicazioni (+4,3%), in beni e

servizi per la mobilità (+1,4%, il secondo segno positivo nell'ultimo trimestre) e per i beni e servizi ricreativi (+0,4%). Le riduzioni più significative si sono registrate per gli alberghi, pasti e consumazioni fuori casa (-2,1), i beni e servizi per la casa (-1,9%). Il dato di marzo relativo alle immatricolazioni a privati (famiglie) è ancora negativo a confermare che i miglioramenti del *sentiment* faticano a tradursi in incrementi della spesa.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati mostrano a febbraio una variazione nulla (tab. 3). In termini di media mobile a tre mesi, l'indicatore rimane stabile (fig.2). Il dato di febbraio riflette un aumento dello 0,2% della domanda per la componente relativa ai servizi e una variazione nulla i beni.

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, in un contesto di generalizzata tendenza alla stabilità, solo per i beni e servizi per le comunicazioni si registra un incremento di un certo rilievo (+0,6%). Per quanto riguarda gli alimentari e le bevande, a febbraio la domanda si è mantenuta stabile.

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

	2013										2014	
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	-0,7	0,2	-0,2	-0,4	-0,3	0,0	-0,7	0,7	0,8	0,0	-0,3	0,2
BENI	0,2	-0,4	0,0	-0,1	0,3	0,3	-0,7	0,0	-0,2	0,0	-0,1	0,0
di cui alimentari e bevande	0,0	-0,6	-0,2	-0,9	0,7	0,4	0,0	0,1	-0,3	-1,0	0,0	0,0
TOTALE	-0,1	-0,2	0,0	-0,2	0,1	0,2	-0,7	0,2	0,1	0,0	-0,1	0,0
Beni e servizi ricreativi	-0,7	1,8	-0,2	0,4	0,3	0,2	-1,8	-0,3	0,3	0,2	0,4	0,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-1,0	0,1	-0,4	-0,9	-0,4	0,1	-1,1	0,7	1,3	0,4	-0,2	0,1
Beni e servizi per la mobilità	2,1	-0,7	0,8	1,1	-0,3	0,0	-0,8	-0,1	-1,1	1,9	-1,3	0,0
Beni e servizi per le comunicazioni	0,4	-2,9	0,8	1,4	-0,4	-0,1	0,9	3,3	-0,2	0,3	0,2	0,6
Beni e servizi per la cura della persona	-0,4	0,1	0,0	-0,3	-0,1	-0,1	-0,1	-0,3	0,2	0,1	0,0	-0,2
Abbigliamento e calzature	-0,5	0,6	-0,2	-0,3	0,1	-0,1	-0,7	-0,1	0,0	-0,7	0,2	-0,1
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,8	-0,3	-0,1	0,1	0,5	-1,0	-0,4	0,1	-0,2	-0,1	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,1	-0,6	0,0	-0,9	0,7	0,4	0,0	0,1	-0,2	-0,9	0,1	0,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

TENDENZE DI LUNGO PERIODO CONSUMI

L'uscita dalla lunga crisi andrà misurata soprattutto in termini di ripresa dei consumi. Essi sono un indice di benessere economico migliore del prodotto lordo. E' opportuno, quindi, ricordare le distanze della spesa reale oggi rispetto ai picchi pre-crisi (il 2007). La prima colonna della tabella A fornisce le variazioni percentuali cumulate

delle principali voci di spesa. Durevoli, vestiario, alimentari hanno conosciuto le riduzioni più forti in termini reali. Le spese obbligate - abitazione e sanità sono le uniche a crescere, assieme alle comunicazioni (all'interno di queste ultime i beni per le TLC sono cresciuti, rispetto al 2007, di oltre il 67%).

Tab. A - Dinamica dei consumi in termini reali - 2013-2007

	$\Delta\%$ 2013-2007	Δ ass. 2013-2007 (Mln di euro a prezzi 2013)
Alimentari e bevande non alcoliche	-11,7	-18.336
Bevande alcoliche, tabacco	-13,6	-4.147
Vestiario e calzature	-16,9	-13.182
Abitazione, acqua, elettricità, gas ed altri combustibili	2,7	6.048
Mobili, elettrodomestici	-13,9	-10.454
Sanità	3,1	814
Trasporti	-23,2	-35.697
Comunicazioni	2,6	504
Ricreazione e cultura	-1,0	-662
Istruzione	-6,3	-642
Alberghi e ristoranti	-2,5	-2.455
Beni e servizi vari	-3,0	-2.873
TOTALE	-7,6	-78.056
Beni	-15,2	-80.187
beni durevoli	-28,1	-25.362
beni semidurevoli	-14,5	-15.623
beni non durevoli	-11,6	-37.953
Servizi	0,3	1.525

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

La seconda colonna della tabella A indica la perdita subita dai mercati di consumo valutata ai prezzi del 2013. Escludendo quindi gli effetti delle variazioni dei prezzi, i consumi sono calati di oltre 80 miliardi di euro. Il mercato della mobilità, a causa di auto e carburanti, soprattutto,

si è ridotto di oltre 35 miliardi. Abbigliamento e calzature hanno subito perdite per più di 13 miliardi di euro.

Per gli alimentari, i durevoli e il totale dei consumi la tabella B indica il numero di anni necessario a riconquistare i livelli del 2007 secondo tre ipotesi di crescita.

Tab. B - Anni necessari per tornare ai livelli di consumo del 2007

	v.m.a. 1,0%	v.m.a. 2,0%	v.m.a. 3,0%
Alimentari	12,5	6	4
Beni durevoli	33	16,5	12
TOTALE	8	4	2,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

I limiti strutturali dell'economia suggeriscono di considerare l'ipotesi di crescita all'1% come la più probabile. Quella al 3 come la meno probabile. Le perdite subite dal mercato dei beni durevoli sono state tali che nella migliore delle ipotesi ci vorranno dodici anni per riprendere i livelli del 2007 (33 anni, cioè nel

2046, nella peggiore). Una ripresa della spesa alimentare all'1% richiederebbe circa 13 anni per un pieno recupero rispetto ai massimi. Un inatteso boom dei consumi totali costantemente al 3%, permetterebbe un pieno recupero prima della fine del 2016. E' più un augurio che una previsione.

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 aprile 2014 si stima una variazione

congiunturale dello 0,3%, con un tasso di crescita tendenziale dell'inflazione pari allo 0,7%, in aumento rispetto allo 0,4% registrato a marzo.

Tab. 4 - 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. '13	0,0	0,7	-0,1	-0,6	0,3
Giu	0,3	0,6	0,1	0,6	0,1
Lug	0,1	-0,8	0,3	1,0	0,2
Ago	0,4	-0,4	0,3	2,7	-0,2
Set	-0,3	-0,2	0,0	-2,5	1,1
Ott	-0,2	-0,2	-0,1	-0,6	-0,5
Nov	-0,3	0,3	0,0	-0,9	-1,5
Dic	0,2	0,7	0,3	1,1	-0,4
Gen. '14	0,2	0,4	0,3	0,0	0,0
Feb	-0,1	-0,3	0,3	-0,4	0,0
Mar (*)	0,1 (0,2)	-0,3 (0,2)	0,1 (0,1)	0,3 (0,5)	0,6 (0,5)
Apr (**)	0,3	0,3	-0,7	0,8	1,0
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mag. '13	1,1	3,1	1,7	0,1	1,6
Giu	1,2	2,8	1,8	1,0	1,5
Lug	1,2	3,0	1,4	1,8	1,0
Ago	1,2	2,7	1,5	1,8	1,0
Set	0,9	1,9	1,1	0,6	1,8
Ott	0,8	1,4	0,4	0,4	1,8
Nov	0,7	1,3	0,3	0,8	1,5
Dic	0,7	1,7	0,5	0,8	1,1
Gen. '14	0,7	1,3	0,4	1,5	1,1
Feb	0,5	0,9	0,6	0,7	1,1
Mar (*)	0,4 (0,7)	0,6 (1,0)	0,7 (0,5)	0,0 (0,3)	0,9 (0,9)
Apr (**)	0,7	0,7	0,8	1,3	0,8

(*) Il dato ISTAT di marzo è provvisorio; (**) previsioni; in parentesi le precedenti 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 2012, al 57,2% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 33,7% e per i beni è dell'82,9%. Escludendo le spese relative ai fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 66,4% per il totale dei consumi e al 45,9% 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](#)).