



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

6

Ufficio Studi

giugno 2014, numero 6

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 7 (3 luglio 2014)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra, ad aprile, un aumento dello 0,2% in termini tendenziali¹ ed una flessione dello 0,3% rispetto a marzo (tabb. 2 e 3). Nella valutazione dei dati occorre tener presente la cadenza in questo mese della Pasqua con data diversa rispetto allo scorso anno e di altre festività civili, elementi che hanno comportato, nel confronto annuo, sensibili effetti sulle dinamiche registrate da alcuni capitoli di spesa. La media mobile a tre mesi, corretta dai fattori stagionali mostra un contenuto regresso (fig. 2). Il dato destagionalizzato evidenzia come i consumi attraversino ancora una fase molto difficile per la quale non si intravede il punto di svolta.

Tale situazione appare in linea con le dinamiche congiunturali rilevate nei primi mesi del 2014 dalla nostra economia, che segnalano le difficoltà di avvio di una fase di ripresa e di un miglioramento dell'occupazione.

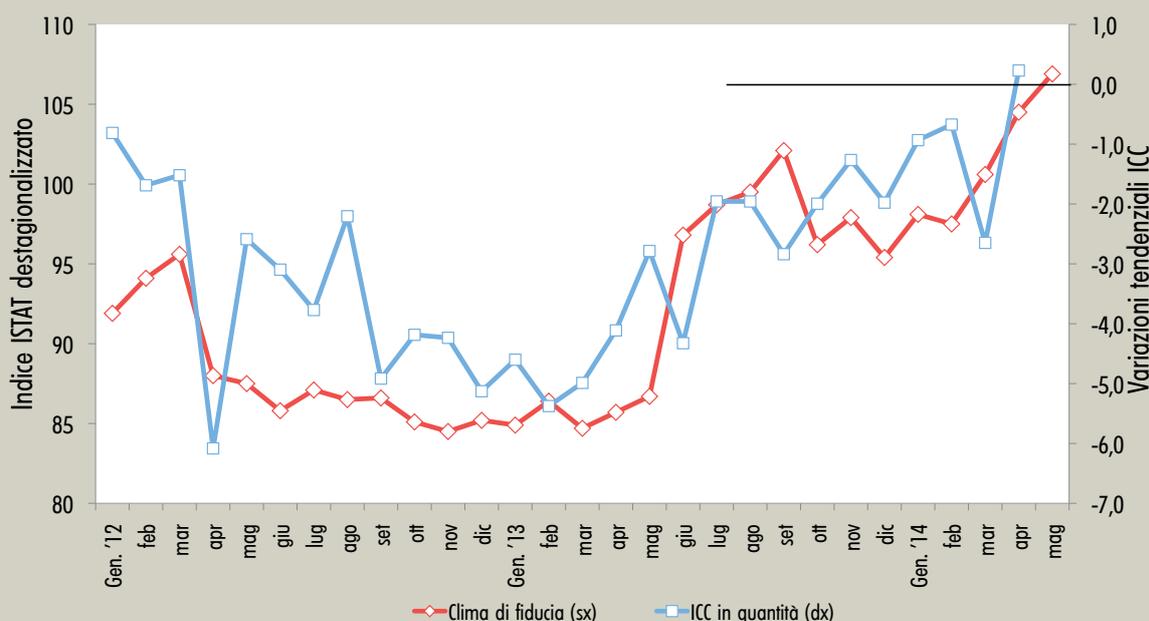
La debolezza del ciclo economico ha determinato, a maggio, una lieve riduzione, la seconda consecutiva, del *sentiment* delle imprese, sintesi di andamenti non univoci delle aspettative degli operatori dei diversi settori produttivi. Stando alle stime di Confindustria, a maggio, dopo il contenuto miglioramento di aprile, la produzione

industriale sarebbe cresciuta dello 0,2%. Nello stesso mese i dati sugli ordini registrano una crescita dello 0,3%. Più positivo appare l'atteggiamento delle famiglie, che tarda comunque a tradursi in una ripresa della domanda. A maggio il clima di fiducia delle famiglie ha mostrato un ulteriore miglioramento, raggiungendo il livello più alto da gennaio del 2010. Le famiglie residenti nel Mezzogiorno esprimono, invece, un peggioramento del *sentiment*.

Le aspettative delle famiglie rimangono ancora incerte per quanto riguarda il mercato del lavoro. Ad aprile 2014, dopo il segnale positivo di marzo, si è registrata una perdita di 68 mila occupati rispetto al mese precedente (-181mila rispetto all'analogo mese del 2013). Nello stesso mese si è registrata una flessione dei disoccupati (-14mila unità su base congiunturale), che mostrano comunque un aumento su base annua (+138mila). Queste dinamiche hanno portato il tasso di disoccupazione al 12,6%, dato in linea con i valori registrati negli ultimi mesi. Relativamente alla componente giovanile il tasso di disoccupazione è salito al 43,3%, il valore più alto dall'inizio delle serie storiche mensili.

Stante le dinamiche registrate sul versante della Cig di aprile è presumibile che la fase di accentuata difficoltà

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

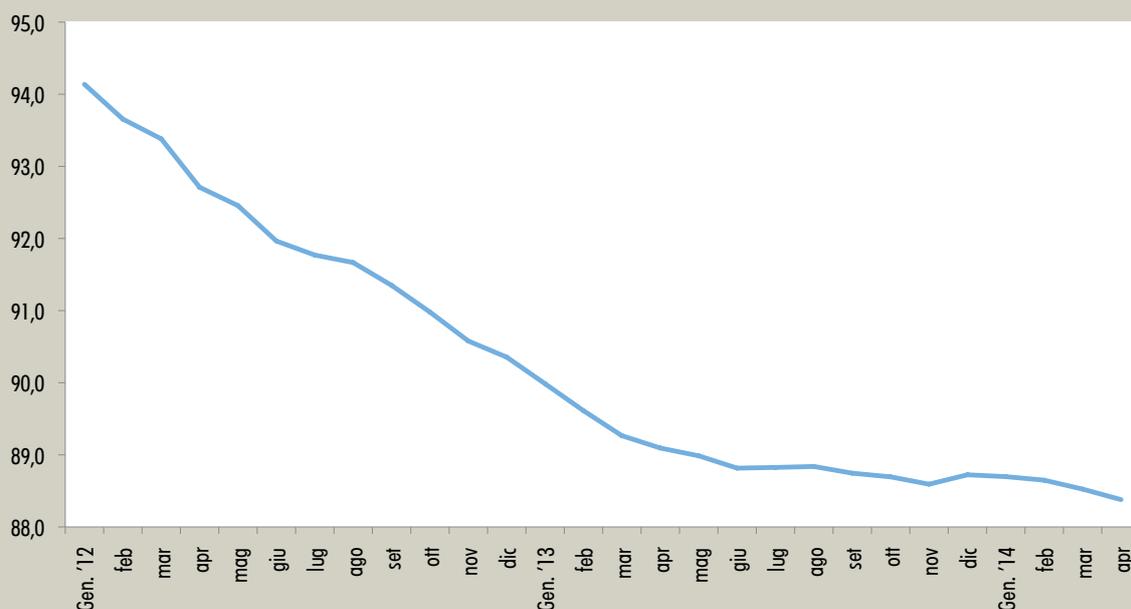


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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.

Fig. 2 - ICC in volume - Dati destagionalizzati

Media mobile a tre mesi (dicembre 2007=100)



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

del mercato del lavoro si protragga almeno fino all'autunno.

La dinamica tendenziale dell'ICC di aprile riflette una lieve crescita dello 0,2% della domanda relativa ai servizi e un calo dello 0,1% della spesa per i beni.

Ad aprile 2014, variazioni positive, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, si rilevano per la spesa reale in beni e servizi per le comunicazioni (+6,7%), per gli alimentari le bevande ed i tabacchi (+1,7%), per i beni e servizi per

ricreativi (+0,7%) e per gli alberghi, pasti e consumazioni fuori casa (+0,6%). Le riduzioni più significative si sono registrate per l'abbigliamento e le calzature (-2,4%), per i beni e servizi per la casa (-1,8%) dove ha pesato un calo significativo della spesa per l'energia elettrica, per i beni e servizi per la cura della persona (-1,0%). In leggero calo è risultata anche la spesa per i beni e servizi per la mobilità (-0,4%). Le vendite di auto a privati continuano a registrare anche ad aprile un segno negativo.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati mostrano ad aprile un modesto ridimensionamento (-0,3%, tab. 3). In termini di media mobile a tre mesi, l'indicatore segnala un contenuto regresso (fig.2). Il dato riflette un flessione dello 0,9% della domanda per la componente relativa ai servizi, mentre la componente relativa ai beni non registra alcuna variazione. Il dato destagionalizzato evidenzia che la domanda per consumi stenta ancora a crescere. Segnali positivi potrebbero esserci nei prossimi mesi se ci saranno effetti positivi sui redditi dovuti alla riduzione del carico fiscale su parte dei contribuenti.

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa i dati destagionalizzati confermano le difficoltà per alberghi, pasti e consumazioni fuori casa (-1,6%), per i beni e servizi per la mobilità (-0,7%) e per l'abbigliamento e le calzature (-0,3%). Hanno registrato un aumento rispetto a marzo sia i beni e servizi ricreativi (+0,5%), sia gli alimentari, bevande e tabacchi (+0,4%), anche se in quest'ultima funzione di consumo il dato positivo è dovuto ad un aumento significativo dei tabacchi, mentre la domanda di alimentari e bevande ha evidenziato un ridimensionamento.

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

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

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 giugno 2014 si stima una variazione

congiunturale dello 0,2% con un tasso di crescita tendenziale dell'inflazione pari allo 0,4%, in moderato rallentamento rispetto allo 0,5% registrato a maggio.

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					
Lug. '13	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	-0,3	0,1	0,3	0,5
Apr	0,2	0,0	-0,7	1,1	1,3
Mag (*)	-0,1 (0,0)	0,1 (0,1)	-0,1 (0,0)	-0,9 (-0,4)	0,7 (0,3)
Giu (**)	0,2	0,1	0,0	0,4	0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Lug. '13	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	0,6	0,7	0,0	0,8
Apr	0,6	0,4	0,8	1,7	0,9
Mag (*)	0,5 (0,5)	-0,2 (-0,3)	0,8 (0,9)	1,3 (1,9)	1,3 (1,1)
Giu (**)	0,4	-0,6	0,7	1,1	1,4

(*) Il dato ISTAT di maggio è provvisorio; (**) 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 i 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](#)).