



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

4

Ufficio Studi

aprile 2012, numero 4

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a febbraio una riduzione dello 0,9% in termini tendenziali¹ e dell'1,0% rispetto a gennaio (tabb. 2 e 3). I dati di febbraio, pur inserendosi in un contesto di accentuata debolezza della domanda per consumi, vanno letti con particolare attenzione per la presenza di alcuni elementi anomali, che possono averne condizionato l'andamento (un giorno in più ed eventi atmosferici eccezionali).

Il dato destagionalizzato ha portato ad un consolidamento della tendenza al ridimensionamento della domanda per consumi delle famiglie, misurata in termini di media mobile a tre mesi, tornata sui livelli minimi della primavera del 2009 (fig. 2).

Al di là degli effetti indotti dalle avverse condizioni meteorologiche, che hanno determinato risultati particolarmente negativi per il segmento relativo alla mobilità, la riduzione dei consumi si inserisce in un contesto congiunturale sostanzialmente recessivo che non sembra aver ancora raggiunto il punto più basso.

Stando alle prime stime di Confindustria, anche a febbraio la produzione industriale ha registrato una diminuzione (-1,1%

rispetto a gennaio); l'ulteriore ridimensionamento registrato dagli ordinativi nello stesso mese (-0,3% congiunturale) fa ritenere che anche nel secondo trimestre l'attività produttiva sarà connotata da spiccati elementi di debolezza.

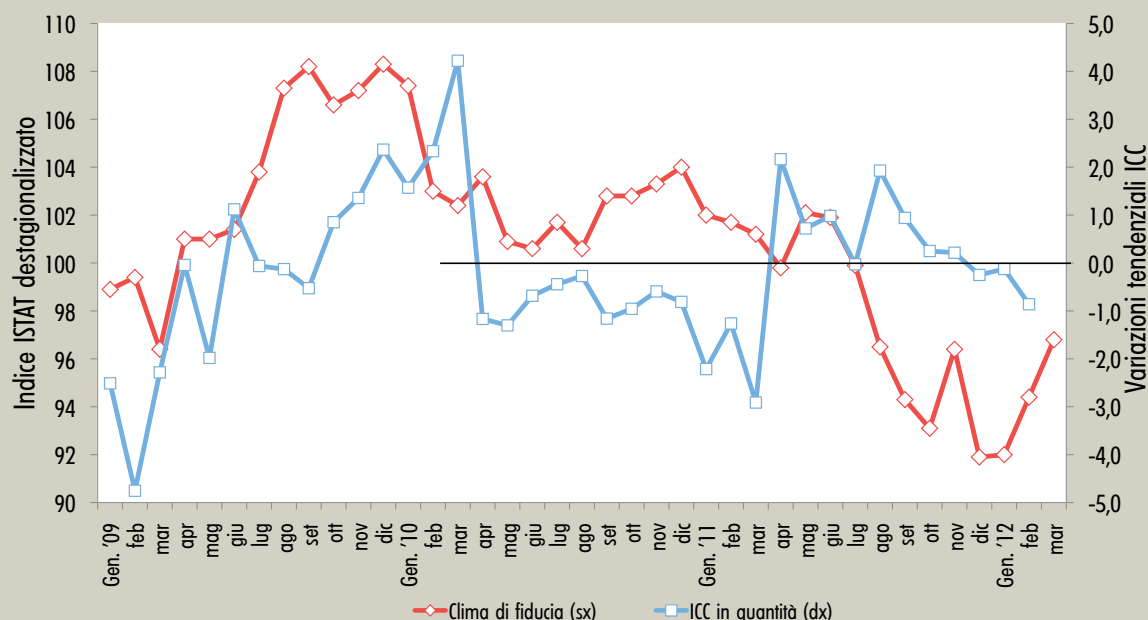
Il peggioramento del quadro congiunturale ha comportato un ulteriore deterioramento del mercato del lavoro.

Nel mese di febbraio, secondo le stime provvisorie dell'Istat, il tasso di disoccupazione è salito al 9,3% (31,9% per la fascia 15-24 anni). Il sensibile aumento dei disoccupati è solo in parte imputabile alla riduzione del numero di occupati, riflettendo essenzialmente una diminuzione degli inattivi. Questo dato sembra rispecchiare il peggioramento delle condizioni reddituali delle famiglie che ha indotto ad una ricerca più attiva del lavoro anche segmenti di popolazione che in passato si erano mostrati meno disponibili.

Il quadro d'insieme, seppure caratterizzato da molti elementi negativi, evidenzia a marzo un modesto miglioramento del sentiment delle famiglie e delle imprese.

Il dato va letto con estrema cautela in considerazione dei livelli minimi che sono stati raggiunti nei mesi precedenti.

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

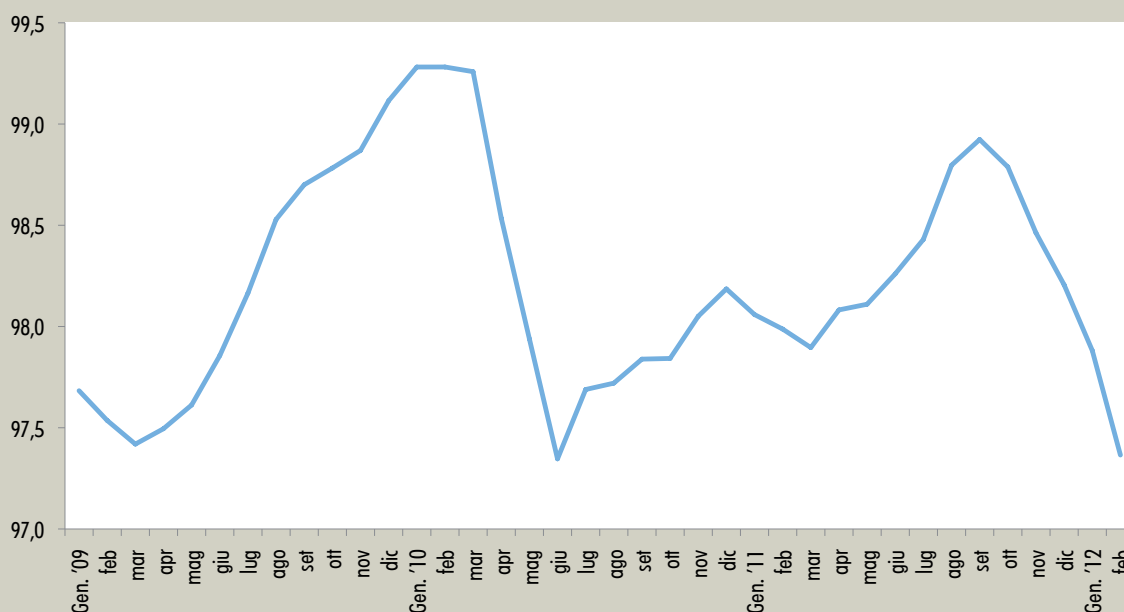


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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. I dati pubblicati ad aprile 2012 differiscono, anche per il passato, da quelli diffusi precedentemente in considerazione degli effetti prodotti dalla revisione effettuata sulla base dei dati di Contabilità nazionale. La serie di Contabilità nazionale utilizzata è quella pubblicata a marzo 2012.

Fig. 2 - ICC in volume - Dati destagionalizzati

Media mobile a tre mesi (dicembre 2007=100)



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

La dinamica tendenziale dell'ICC di febbraio riflette un aumento del 3,0% della domanda relativa ai servizi ed una riduzione della spesa per i beni del 2,2%.

Anche a febbraio il quadro d'insieme evidenzia un deterioramento della domanda per quasi tutte le macrofunzioni di spesa che compongono l'ICC, con una riduzione particolarmente grave per la mobilità (-18,0%). In particolare, il dato ha risentito, oltre alla ormai strutturale diminuzione degli acquisti di autovetture e motocicli da parte delle famiglie, del sensibile calo

registrato dai consumi di carburanti la cui dimensione non sembra riconducibile al solo effetto indotto dai continui e consistenti aumenti dei prezzi.

Fanno eccezione alla generalizzata tendenza alla riduzione, i consumi per i beni e i servizi per le comunicazioni (+9,6), la cui domanda continua ad essere sostenuta in misura di un certo rilievo dalla componente relativa ai beni per l'ICT domestico.

Anche le spese per i beni e servizi ricreativi, hanno mostrato a febbraio una dinamica favorevole (+3,8%). L'evoluzione

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

	2010	2011	2012		2012		
	ANNO	Anno	I Sem.	II Sem.	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	3,4	4,2	3,6	4,8	5,0	4,5	4,7
BENI	-0,2	-0,2	-0,2	-0,3	-2,5	-0,1	-1,7
TOTALE	0,9	1,0	0,9	1,2	-0,9	1,2	0,2
Beni e servizi ricreativi	2,7	4,3	3,9	4,6	0,0	7,8	8,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,8	2,0	2,1	1,9	1,8	0,4	1,1
Beni e servizi per la mobilità	0,9	3,9	0,3	7,8	6,3	-0,5	-7,5
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,7	-1,4	-1,3	-1,4	-1,6	0,5	-0,8
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	-0,4	0,5	-1,3	-2,0	-0,7	-1,5
Abbigliamento e calzature	0,1	-1,9	-0,2	-3,3	-4,7	-1,7	-3,7
Beni e servizi per la casa	-0,1	-0,8	-0,2	-1,3	-4,0	1,1	1,6
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	0,5	0,7	0,4	-1,4	1,5	1,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2010	2011	2012				
	ANNO	Anno	I Sem.	II Sem.	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	1,9	2,2	1,8	2,7	2,9	2,9	3,0
BENI	-0,7	-0,7	-1,1	-0,3	-1,0	-1,2	-2,2
TOTALE	0,0	0,1	-0,4	0,5	-0,2	-0,1	-0,9
Beni e servizi ricreativi	0,2	1,5	1,5	1,6	-2,3	5,1	3,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,2	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1	-1,2	-0,5
Beni e servizi per la mobilità	-5,0	-4,9	-6,9	-2,7	-5,4	-12,2	-18,0
Beni e servizi per le comunicazioni	2,3	8,6	5,1	11,5	13,9	9,7	9,6
Beni e servizi per la cura della persona	1,0	0,3	1,0	-0,3	-0,9	0,8	0,5
Abbigliamento e calzature	-0,4	-3,6	-2,1	-5,0	-6,8	-2,2	-3,4
Beni e servizi per la casa	0,5	-2,1	-0,8	-3,3	-6,1	-1,7	-1,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,7	-2,2	-1,8	-2,6	-4,7	-1,8	-2,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

della domanda di questo segmento continua ad essere positivamente condizionata dalla sensibile crescita dei consumi per giochi, lotterie e scommesse, settore per il quale il confronto è in parte influenzato dall'ampliamento dell'offerta realizzata nei mesi estivi del 2011.

In ulteriore ridimensionamento sono risultati, a febbraio 2012, i consumi di abbigliamento e calzature (-3,4%), quelli per i beni e servizi per la casa (-1,2%) e per l'alimentazione, le bevande ed i tabacchi (-2,3%), segmenti che da tempo vivono uno stato di difficoltà.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano, a febbraio, una riduzione dell'ICC dell'1,0% (tab. 3). Il dato, pur amplificato dagli effetti delle avverse condizioni meteorologiche che non possono essere eliminati con le

tecniche di destagionalizzazione, si inserisce in un contesto che registra da mesi un ridimensionamento dei volumi acquistati dalle famiglie. A febbraio i livelli di consumo, valutati in termini di media mobile destagionalizzata a tre

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

	2011										2012	
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	1,2	-1,3	-0,9	1,5	0,4	0,0	0,7	0,4	0,2	0,6	0,2	-0,5
BENI	-0,2	0,9	-0,3	0,2	0,4	0,2	-0,5	-0,6	-0,6	-0,2	-0,9	-1,2
di cui alimentari e bevande	-0,1	0,5	-1,0	-0,2	1,0	0,2	-0,4	-0,5	-0,9	-0,3	0,0	-0,6
TOTALE	0,2	0,4	-0,4	0,5	0,4	0,2	-0,2	-0,4	-0,4	0,0	-0,6	-1,0
Beni e servizi ricreativi	0,7	-0,1	0,7	1,0	0,5	0,3	-2,7	0,2	0,8	0,4	0,7	-0,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,8	-2,7	-2,2	1,4	0,6	-0,2	0,9	0,6	0,0	0,5	0,0	-1,0
Beni e servizi per la mobilità	-2,1	0,6	-1,3	-0,3	-1,2	2,5	-0,1	-1,2	-2,0	-0,6	-5,2	-7,5
Beni e servizi per le comunicazioni	1,6	2,8	0,7	2,9	1,6	-0,5	0,6	-0,1	-0,1	0,5	-1,6	1,1
Beni e servizi per la cura della persona	-1,0	1,2	0,7	-0,9	0,8	-0,2	-0,8	0,1	0,0	-0,1	0,5	-0,7
Abbigliamento e calzature	-0,5	0,4	-0,7	-0,6	-0,2	-0,6	-1,2	0,2	-0,4	-1,1	0,7	-0,5
Beni e servizi per la casa	-0,3	0,1	-0,3	-0,4	-0,3	0,3	0,0	-1,0	-0,5	-0,2	0,4	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,2	0,6	-0,7	-0,4	0,8	0,1	-0,1	-1,3	-0,9	-0,2	0,1	-0,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

mesi, sono tornati sui minimi già registrati a marzo del 2009 e giugno del 2010 (fig. 2).

Nel mese di febbraio il ridimensionamento dei consumi ha interessato sia i beni (-1,2%) che i servizi (-0,5), coinvolgendo quasi tutti i segmenti di consumo.

In particolare si registra un calo, rispetto a gennaio, del 7,5% dei volumi di beni e servizi per la mobilità. Il dato

riflette, oltre ai problemi che da tempo investono alcuni segmenti di consumo che lo compongono, gli effetti delle limitazioni alla circolazione determinate dalle eccezionali condizioni meteo che si sono registrate nel mese.

Al calo generalizzato dei consumi fanno eccezione solo i beni ed i servizi per le comunicazioni, in ripresa dopo la flessione di gennaio.

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 2012 si stima una variazione congiunturale dello 0,5% dell'indice dei prezzi

al consumo. Il dato porterebbe all'innalzamento del tasso tendenziale, stimato attestarsi al 3,4%, a fronte del 3,3% registrato a marzo.

Tab. 4 - Stima sull'inflazione - var. congiunturali e tendenziali

	INDICE GENERALE	Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	Trasporti	Servizi ricettivi e di ristorazione
VARIAZIONI CONGIUNTURALI					
Agosto	0,3	-0,1	0,1	1,6	-0,4
Settembre	0,1	0,3	0,1	-2,0	1,2
Ottobre	0,6	0,5	1,1	0,4	0,0
Novembre	-0,1	0,7	0,5	-0,4	-1,4
Dicembre	0,4	0,0	0,2	1,7	-0,3
Gennaio '12	0,3	0,3	1,9	0,7	0,1
Febbraio	0,4	0,8	0,4	0,9	-0,1
Marzo (*)	0,5 (0,4)	0,1 (0,2)	0,3 (0,8)	1,8 (0,7)	0,5 (0,2)
Aprile (**)	0,5	0,2	1,5	1,2	0,3
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Agosto	2,8	2,2	5,1	7,0	1,8
Settembre	3,1	2,3	5,2	6,7	2,9
Ottobre	3,4	2,5	6,2	7,2	2,2
Novembre	3,3	3,1	6,3	6,9	1,8
Dicembre	3,3	2,9	6,2	7,1	1,7
Gennaio '12	3,2	2,4	7,4	7,3	1,5
Febbraio	3,3	2,8	7,2	7,5	1,3
Marzo (*)	3,3 (3,2)	2,5 (2,7)	7,0 (7,6)	8,0 (6,8)	1,0 (0,7)
Aprile (**)	3,4	2,7	7,4	7,3	0,6

(*) Tra parentesi le forecast del mese precedente; il dato ISTAT di marzo 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
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
Foto-ottica e pellicole

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, ASSAEREOPORTI, 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 30 pari, nell'anno 2011, al 56,4% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel 2011, al 65,1%. Per i servizi l'incidenza è del 32,9%, dato che sale al 44,4% escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale. Per i beni l'incidenza è dell'81,2%. 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 2000. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC riportato a base 2000. Per l'abbigliamento e le calzature le serie elementari sono deflazionate con l'IPCA riportato a base 2000. 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, sezione Ufficio Studi](#)).