



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

# 5

Ufficio Studi

maggio 2012, numero 5

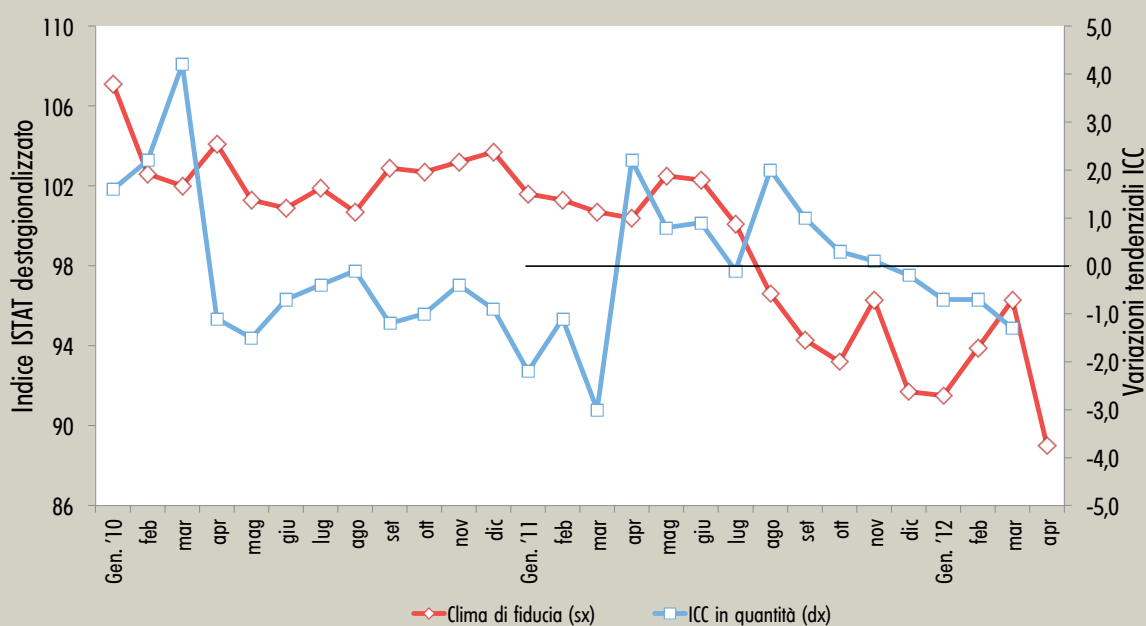
L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a marzo una riduzione dell'1,3% in termini tendenziali<sup>1</sup> ed un aumento dell'1,0% rispetto a febbraio (tabb. 2 e 3). Il dato congiunturale destagionalizzato, dovuto soprattutto all'incremento della spesa reale per la mobilità, va interpretato come un rimbalzo rispetto a febbraio, mese in cui l'andamento di alcune voci di consumo era stato condizionato da fattori eccezionali. Se si guarda alla media mobile a tre mesi, anche nel primo trimestre la tendenza è stata caratterizzata da una diminuzione dei volumi acquistati dalle famiglie (fig. 2). La tendenza al ridimensionamento, in atto dalla fine dell'estate del 2011, ha assunto peraltro toni molto accentuati portando, in pochi mesi, l'indicatore su livelli addirittura inferiori a quelli registrati nel 2009 e prossimi a quelli di inizio 2006. I dati sui consumi si inseriscono in un contesto che mostra segnali negativi per tutti gli indicatori congiunturali, quantitativi e qualitativi, ad indicare come la recessione in atto non abbia ancora raggiunto il picco negativo. Stando alle prime stime di Confindustria, ad aprile la produzione industriale ha registrato, dopo il modesto recupero di marzo (+0,4%), una diminuzione dello 0,6%

in termini congiunturali; in ulteriore ridimensionamento sono risultati, nello stesso mese, gli ordinativi.

Inoltre, il protrarsi di condizioni negative ha determinato un significativo peggioramento del mercato del lavoro. Nel mese di marzo, secondo le stime provvisorie dell'Istat, il tasso di disoccupazione è salito al 9,8% (35,9% per la fascia 15-24 anni). Come già segnalato nei mesi precedenti, il sensibile aumento dei disoccupati (circa mezzo milione in un anno) è solo in parte imputabile alla riduzione del numero di occupati, riflettendo essenzialmente una diminuzione degli inattivi. Il permanere di questa situazione, che segnala una maggiore attività nella ricerca nonostante le crescenti difficoltà nel trovare un'occupazione, sembra avvalorare l'ipotesi che, in presenza di una significativa riduzione del reddito disponibile delle famiglie, siano entrate nel mercato fasce di popolazione che fino ad alcuni mesi fa si erano mostrate meno disponibili. In particolare questa tendenza sembra interessare le donne, segmento che evidenzia anche una sia pur contenuta crescita dei livelli occupazionali.

In questo contesto si è registrato, nel mese di aprile, un peggioramento del sentiment delle famiglie e delle imprese

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

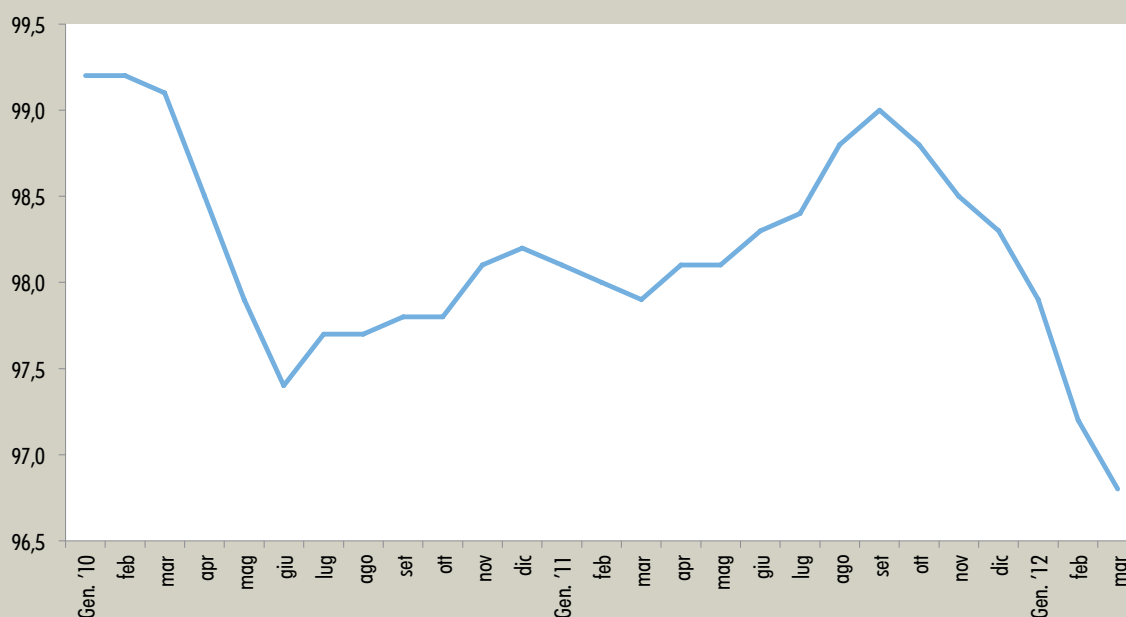


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<sup>1</sup> 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

a segnalare come la percezione di una uscita per nulla immediata dalla crisi stia permeando tutto il sistema.

La dinamica tendenziale dell'ICC di aprile riflette un aumento dello 0,6% della domanda relativa ai servizi ed una riduzione della spesa per i beni del 2,0%.

Anche a marzo il quadro d'insieme evidenzia un deterioramento della domanda per quasi tutte le macrofunzioni di spesa che compongono l'ICC, con una riduzione particolarmente accentuata per la mobilità (-16,3%). Il dato ha riflesso l'aggravarsi della situazione

del mercato delle autovetture ed il permanere di difficoltà nei consumi di carburanti. Per quest'ultimo segmento, la riduzione, seppure di minor rilievo rispetto a quanto registrato a febbraio, conferma come le famiglie di fronte a prezzi in continua ascesa (negli ultimi due anni benzina e gasolio hanno mostrato un incremento prossimo al 40%) abbiano reagito comprimendo la domanda.

Continuano a fare eccezione alla generalizzata tendenza alla riduzione, i consumi per i beni e i servizi per le comunicazioni (+11,5), la cui domanda continua ad

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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

	2011			2012		
	Anno	I Sem.	II Sem.	Gen	Feb	Mar
<b>SERVIZI</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>	<b>2,7</b>	1,8	0,8	0,6
<b>BENI</b>	<b>-0,7</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,3</b>	-1,6	-1,2	-2,0
<b>TOTALE</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,5</b>	-0,7	-0,7	-1,3
Beni e servizi ricreativi	1,5	1,5	1,6	3,7	0,7	-1,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,1	-0,1	-0,1	-2,6	-1,7	-1,8
Beni e servizi per la mobilità	-4,9	-6,8	-2,6	-12,2	-19,2	-16,3
Beni e servizi per le comunicazioni	8,6	5,1	11,5	9,3	11,6	11,5
Beni e servizi per la cura della persona	0,3	1,0	-0,3	0,5	1,0	2,1
Abbigliamento e calzature	-3,6	-2,1	-5,0	-2,2	-0,3	-3,6
Beni e servizi per la casa	-2,1	-0,8	-3,3	-2,5	-1,3	-2,8
Alimentari, bevande e tabacchi	-2,2	-1,8	-2,6	-1,8	-0,8	-1,7

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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 per la cura della persona hanno mostrato, a marzo, una dinamica favorevole (+2,1%), evoluzione imputabile essenzialmente ai prodotti

farmaceutici e terapeutici. In ulteriore ridimensionamento sono risultati, a marzo 2012, i consumi di abbigliamento e calzature (-3,6%), quelli per i beni e servizi per la casa (-2,8%) e quelli per l'alimentazione, le bevande ed i tabacchi (-1,7%).

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano, a marzo, un aumento dell'ICC dell'1,0% (tab. 3). Il dato va letto con estrema cautela in quanto per alcuni segmenti di consumo si è trattato di un parziale recupero

rispetto alle consistenti riduzioni registrate a febbraio, che erano state indotte da fattori, come le pessime condizioni atmosferiche. Le tecniche di destagionalizzazione non riescono a cogliere completamente questi fenomeni. In

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

termini di media mobile a tre mesi l'indicatore segnala un'ulteriore flessione dei consumi (fig. 2), scesi a livelli inferiori rispetto al 2009 e tornati sui valori di inizio 2006. Nel mese di marzo il recupero della domanda ha interessato sia i beni (1,1%) che i servizi (1,0%), coinvolgendo quasi tutti i segmenti di consumo. In particolare l'aumento più

significativo si è riscontrato nel settore della mobilità (+5,1% rispetto a febbraio), segmento che aveva subito più di altri gli effetti negativi delle avverse condizioni meteorologiche. Fanno eccezione all'andamento generale l'abbigliamento e le calzature (-0,8%) ed i beni e servizi per la casa (-0,5%).

## LE TENDENZE A BREVE TERMINE DEI PREZZI AL CONSUMO

Sulla base delle dinamiche registrate dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo<sup>2</sup>, per il mese di maggio 2012 si stima una variazione congiunturale nulla dell'indice dei prezzi al consumo.

Il dato porterebbe ad una contenuta discesa del tasso tendenziale, stimato attestarsi al 3,2%, a fronte del 3,3% registrato ad aprile.

**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					
Settembre	0,0	0,3	0,1	-2,0	0,3
Ottobre	0,6	0,5	1,1	0,4	0,3
Novembre	-0,1	0,7	0,5	-0,4	0,2
Dicembre	0,4	0,0	0,2	1,7	0,1
Gennaio '12	0,3	0,3	1,9	0,7	0,1
Febbraio	0,4	0,8	0,4	0,9	0,2
Marzo	0,5	0,1	0,3	1,8	0,2
Aprile (*)	0,5 (0,5)	-0,1 (0,2)	1,1 (1,5)	1,3 (1,2)	1,7 (0,3)
Maggio (**)	0,0	0,1	0,5	-0,6	0,1
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Settembre	3,0	2,3	5,2	6,7	2,7
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	2,5	7,0	8,0	1,0
Aprile (*)	3,3 (3,4)	2,4 (2,7)	6,9 (7,4)	7,4 (7,3)	2,0 (0,6)
Maggio (**)	3,2	1,8	7,4	7,0	1,6

(\*) Tra parentesi le forecast del mese precedente; il dato ISTAT di aprile è provvisorio; (\*\*) previsioni.

Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<sup>2</sup> 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](#)).