



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



# CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

# 10

Ufficio Studi

novembre 2011, numero 10

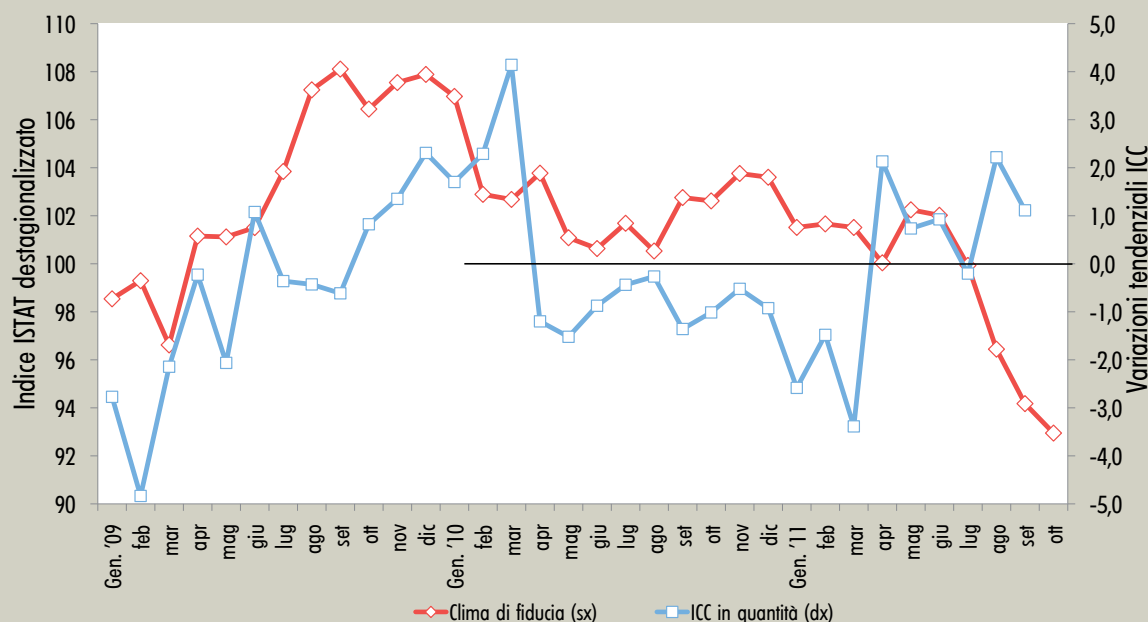
L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala a settembre 2011 un aumento dell'1,1% in termini tendenziali<sup>1</sup> e una contrazione dello 0,1% (tab. 3) rispetto ad agosto 2011. Le consistenti revisioni apportate alle variazioni congiunturali di luglio (al ribasso) e agosto (al rialzo) restituiscono un quadro meno negativo della dinamica recente dei consumi. Alla luce del generale peggioramento di tutti i principali indicatori economici quantitativi e qualitativi, la buona tenuta dei consumi delle famiglie appare destinata a modificarsi in senso peggiorativo, visto che i consumi reagiscono con inerzia agli impulsi che si generano tanto sul versante occupazionale quanto su quello del *sentiment*.

Stando alle stime di Confindustria la produzione industriale, dopo la forte crescita di agosto, dovrebbe aver registrato a settembre un ridimensionamento associato ad una contrazione degli ordini.

Questi dati sono in linea con l'ulteriore deterioramento del clima di fiducia delle imprese nel mese registrato ad ottobre. Elementi di difficoltà sembrano emergere anche sul versante del mercato del lavoro. Dopo alcuni mesi caratterizzati

dal graduale recupero dei livelli occupazionali e dal ridimensionamento del tasso di disoccupazione, a settembre si è registrato un peggioramento. Rispetto ad agosto, gli occupati sono diminuiti di 86mila unità a fronte di un aumento di 76 mila unità dei disoccupati. Queste dinamiche hanno portato il tasso di disoccupazione all'8,3% (8,0% ad agosto) con un deciso peggioramento per la componente giovanile: il tasso di disoccupazione per i giovani tra i 15 ed i 24 anni è salito dal 28% di agosto al 29,3% di settembre. Le difficoltà al momento sembrano interessare principalmente quei segmenti della forza lavoro che si affacciano per la prima volta sul mercato mentre chi è già inserito nel processo produttivo ne risente in misura più contenuta, come segnala l'ulteriore riduzione a settembre delle ore autorizzate di CIG, in tutte le sue componenti. Va comunque sottolineato come le ore complessivamente autorizzate tra gennaio e settembre 2011 siano ancora superiori a quelle dell'analogo periodo del 2009. La dinamica tendenziale dell'ICC di settembre riflette un aumento sia della domanda relativa ai servizi (+2,7%) sia della spesa per i beni (+0,5%).

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. Le serie relative all'abbigliamento e calzature sono state corrette sulla base dell'impatto stimato dall'Istat sui prezzi dei prodotti stagionali derivante dalla modifica della rilevazione e del calcolo dell'indice dei prezzi introdotta da gennaio 2011.

**Fig. 2 - ICC in volume - Dati destagionalizzati**  
Media mobile a tre mesi (dicembre 2007=100)



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

In un contesto che ha mostrato, in termini tendenziali, una diminuzione per quasi tutti i segmenti di spesa, un'evoluzione particolarmente favorevole continua ad interessare il comparto relativo ai beni e servizi per le comunicazioni (+11,7% rispetto a settembre del 2010). Tale andamento è determinato quasi esclusivamente dalla componente relativa ai beni per l'ICT domestico, la cui domanda è favorita, oltre che dall'introduzione di nuovi prodotti, dalla sostenuta tendenza alla riduzione dei prezzi.

In significativo ridimensionamento è risultato l'andamento dei volumi acquistati dalle famiglie per i prodotti di abbigliamento e le calzature, beni per i quali, sulla base delle correzioni introdotte dal lato dei prezzi per attenuare le distorsioni derivanti dalla diversa modalità di rilevazione rispetto al 2010, il 2011 si profila come un anno particolarmente negativo.

Relativamente alla mobilità, dopo il miglioramento registrato ad agosto, a settembre è ripresa la fase di contrazione della domanda. Sul dato ha influito l'andamento negativo

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

	2010		2011		Giu	Lug	Ago	Set
	ANNO	I Trim.	II Trim.	III Trim.				
<b>SERVIZI</b>	3,4	3,6	5,1	4,5	6,2	4,6	3,8	5,3
<b>BENI</b>	-0,3	-3,2	1,3	0,4	-0,2	-2,1	2,3	1,4
<b>TOTALE</b>	0,8	-1,2	2,4	1,8	1,8	0,1	2,9	2,6
Beni e servizi ricreativi	2,7	2,1	4,1	4,1	4,6	2,7	5,6	4,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,6	4,3	4,0	2,7	4,7	2,5	2,0	3,8
Beni e servizi per la mobilità	-0,1	-12,1	6,6	7,3	4,5	1,2	13,1	9,2
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,9	-1,7	0,1	0,4	0,9	0,9	-0,3	0,7
Beni e servizi per la cura della persona	0,4	0,4	0,2	-0,5	-1,7	-1,6	-0,1	0,4
Abbigliamento e calzature	0,1	-1,2	0,7	-1,5	-1,8	-1,8	-2,6	-0,2
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,9	0,4	-0,1	-0,5	-2,0	0,7	1,2
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	-0,4	1,7	0,3	0,5	-2,1	2,7	0,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

degli acquisti di autovetture e motocicli da parte dei privati confermando i timori espressi il mese precedente sulla effettiva ripresa di questo importante segmento dei consumi. La domanda per beni e servizi ricreativi ha mostrato a settembre, dopo sette mesi di progressiva crescita, una diminuzione in termini tendenziali dell'1,3%. Sul dato

ha pesato la netta diminuzione della domanda di beni considerati nell'aggregato, attenuata solo in parte dal permanere di una dinamica particolarmente sostenuta della spesa per i giochi e le lotterie.

Situazioni di diffusa criticità continuano ad interessare anche i consumi alimentari.

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

	2010		2011					
	ANNO	I Trim.	II Trim.	III Trim.	Giu	Lug	Ago	Set
<b>SERVIZI</b>	<b>1,9</b>	<b>2,2</b>	<b>2,8</b>	<b>2,4</b>	3,4	2,2	2,2	2,7
<b>BENI</b>	<b>-0,7</b>	<b>-4,1</b>	<b>0,7</b>	<b>0,4</b>	0,0	-1,2	2,2	0,5
<b>TOTALE</b>	<b>-0,1</b>	<b>-2,5</b>	<b>1,3</b>	<b>1,0</b>	0,9	-0,2	2,2	1,1
<b>TOTALE NETTO AUTOVETTURE</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>1,5</b>	<b>1,2</b>	1,3	0,3	2,2	1,3
Beni e servizi ricreativi	0,2	-0,3	1,7	0,9	2,3	0,9	3,2	-1,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,9	2,3	1,5	0,6	1,9	0,3	0,5	1,1
Beni e servizi per la mobilità	-5,6	-18,2	-1,6	-2,9	-4,0	-8,2	2,2	-1,1
Beni e servizi per le comunicazioni	2,1	2,1	8,6	12,8	11,9	13,7	13,0	11,7
Beni e servizi per la cura della persona	1,3	0,7	0,8	0,6	-1,3	-0,7	1,1	1,5
Abbigliamento e calzature	-0,4	-3,4	-0,6	-2,7	-3,1	-1,7	-2,6	-3,9
Beni e servizi per la casa	0,6	-0,9	-0,9	-1,9	-1,9	-3,7	-1,0	-0,7
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,7	-2,6	-1,0	-2,3	-2,4	-4,5	-0,1	-2,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

I dati destagionalizzati e corretti per i valori erratici mostrano a settembre una diminuzione dell'ICC dello

0,1%, evidenziando una tendenza al progressivo indebolimento della domanda (tab. 3). Questa tendenza,

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

	2010			2011								
	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set
<b>SERVIZI</b>	<b>0,9</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,8</b>	<b>-1,2</b>	<b>1,6</b>	<b>-0,5</b>	<b>-1,0</b>	<b>1,1</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,5</b>
<b>BENI</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>1,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,3</b>
di cui alimentari e bevande	-0,3	0,1	-0,2	-1,0	-0,2	-0,5	0,5	-1,1	0,0	0,4	0,6	-0,4
<b>TOTALE</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,1</b>
Beni e servizi ricreativi	-1,3	-0,6	-0,3	0,4	0,7	0,8	0,0	0,5	-0,2	0,6	0,6	-2,6
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,2	0,3	-0,1	1,3	-2,0	2,4	-1,5	-2,3	1,4	0,6	-0,4	0,6
Beni e servizi per la mobilità	-0,8	3,2	-1,0	-2,6	0,0	-1,9	1,7	-1,4	-0,3	-1,2	2,7	-0,2
Beni e servizi per le comunicazioni	2,1	-2,2	-0,7	1,3	0,3	1,8	3,1	0,6	3,0	1,6	-0,1	0,7
Beni e servizi per la cura della persona	0,3	-0,8	0,9	-0,6	-0,2	-0,7	1,2	0,7	-0,8	0,9	-0,2	0,1
Abbigliamento e calzature	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2
Beni e servizi per la casa	0,3	-0,1	0,6	-0,7	0,0	-0,3	0,0	-0,3	-0,5	-0,3	0,2	0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,4	0,2	-0,3	-0,8	-0,1	-0,4	0,6	-0,9	-0,2	0,3	0,4	-0,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

se confermata nei prossimi mesi, potrebbe ad individuare nei mesi estivi del 2011 il picco della fase di recupero dei consumi delle famiglie. Tale evoluzione non ha comunque permesso di tornare sui livelli raggiunti nei mesi finali del 2007 (fig. 2).

In particolare, nel mese di settembre si registra una diminuzione della domanda per i beni (-0,3%) e un miglioramento dei consumi di servizi.

Tra i diversi aggregati si segnala l'ulteriore regresso, in termini congiunturali, della domanda per i beni e servizi per la mobilità, elemento che porta a ritenere come il dato di agosto abbia rappresentato un episodio e non un'inversione della tendenza al contenimento della domanda che ormai da tempo caratterizza questo segmento.

Sulla base delle stime provvisorie, la diminuzione più significativa, in termini congiunturali, ha interessato i beni ed i servizi ricreativi.

## 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 novembre si stima una variazione congiunturale dello 0,1% dell'indice dei prezzi al consumo, dato che porterebbe ad una stabilizzazione del tasso d'inflazione

tendenziale sul valore del 3,4% raggiunto in ottobre. Gli aumenti dei prezzi registrati ad ottobre, derivanti anche dall'esplicitarsi degli effetti derivanti dall'aumento dell'IVA, hanno determinato una contenuta revisione della stima per il 2011 dal 2,7% al 2,8%.

**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					
Giugno	0,1	0,1	0	0,1	0,3
Luglio	0,3	-0,8	1,1	1,4	0,1
Agosto	0,3	-0,1	0,1	1,6	-0,4
Settembre	0,1	0,3	0,1	-2	1,2
Ottobre (*)	0,6 (0,4)	0,5 (0,1)	0,8 (0,9)	0,3 (-0,1)	0,1 (0,2)
Novembre (**)	0,1	0,0	0,2	0,0	-0,1
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Giugno	2,7	3	4,7	6,1	2,7
Luglio	2,7	2,3	5	6,4	2,2
Agosto	2,8	2,2	5,1	7	1,8
Settembre	3,1	2,3	5,2	6,7	2,9
Ottobre (*)	3,4 (3,2)	2,5 (2,1)	5,9 (6,0)	7,1 (6,7)	2,3 (2,6)
Novembre (**)	3,4	2,4	5,7	7,2	3,2

(\*) Tra parentesi le forecast 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  
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 2010, al 58,2% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Escludendo le spese relative ai fitti imputati la rappresentatività sale, sempre nel 2010 al 67,1%. Per i servizi l'incidenza è del 34,0%, dato che sale al 46,0% escludendo i fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale. Per i beni l'incidenza è dell'83,5%.

Tra il 2000 e il 2010 la variazione in quantità registrata dal paniere di beni e servizi utilizzati in **CONSUMI&PREZZI** è del 6,5% a fronte del 3,2% rilevato sulla base dei consumi sul territorio di Contabilità nazionale. Nell'ultimo biennio le variazioni sono risultate pari rispettivamente a -0,6% ed a -1,0%.

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](#)).