

CONSUMI&PREZZI

Congiuntura Confcommercio

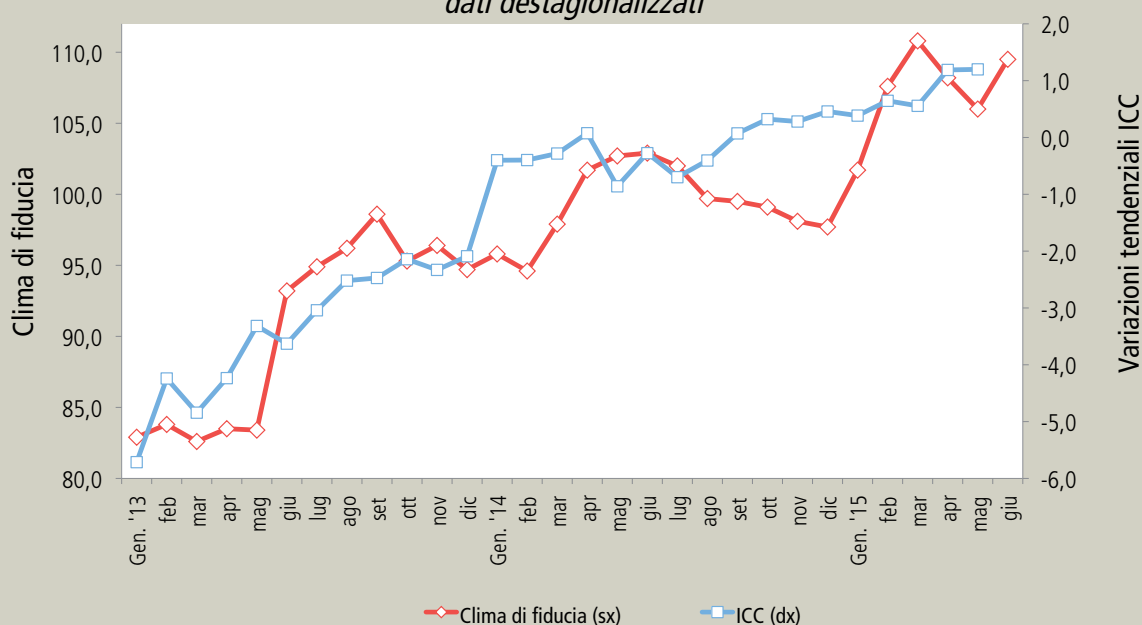
7

Prossima uscita: CONSUMI&PREZZI n. 8 (4 settembre 2015)

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra a maggio 2015 una diminuzione dello 0,3% rispetto ad aprile ed un incremento dell'1,2% tendenziale¹ (tabb. 1 e 2). Nonostante il dato negativo registrato nell'ultimo mese l'indicatore conferma, in termini di media mobile a tre mesi, la tendenza al progressivo miglioramento tornando sui valori di inizio 2013 (fig. 2).

Il dato dell'ultimo mese si inserisce in un contesto che, pur evidenziando segnali di un miglioramento complessivo, presenta elementi di fragilità derivanti da una ripresa che stenta ad assumere toni di un certo rilievo con effetti altalenanti sulle decisioni di spesa delle famiglie e sull'occupazione. Va anche sottolineato come in questa fase parte del recupero del reddito disponibile delle

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

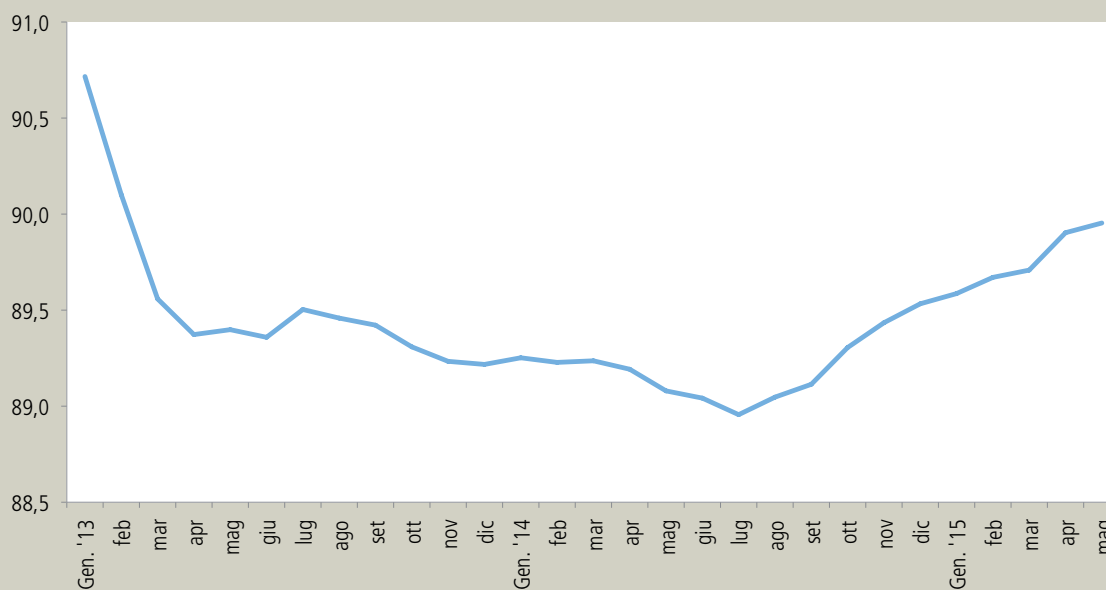


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

¹ Dati destagionalizzati. A partire dal numero di aprile 2015 la destagionalizzazione è effettuata sui dati grezzi in quantità e non più sulle serie a valore, poi deflazionate. 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

famiglie sia destinato a ricostituire i risparmi fortemente erosi negli ultimi anni.

A sostenere l'ipotesi di uno stop solo temporaneo nel percorso di ripresa dei consumi delle famiglie nel mese di giugno il clima di fiducia ha segnato, dopo un bimestre negativo, un deciso recupero tornando su livelli abbastanza elevati, andamento a cui hanno contribuito sia le componenti legate alla situazione personale, sia a quella del paese.

Anche sul versante delle imprese nel mese di giugno si è registrato un positivo miglioramento del sentiment complessivo, tornato sui livelli di giugno del 2008, sintesi di un recupero della fiducia tra tutti gli operatori dei principali settori di attività economica.

Il miglioramento della fiducia riflette il proseguimento della fase di graduale recupero dell'attività produttiva. Stando alle valutazioni di Confindustria la produzione industriale dovrebbe aver registrato a giugno una variazione congiunturale dello 0,2% (+0,3% a maggio). La tendenza al recupero, seppure non particolarmente accentuato, dovrebbe proseguire anche nei prossimi mesi in considerazione di un incremento, a giugno, degli ordini dello 0,9% rispetto a maggio.

A maggio il numero di occupati, valutati al netto dei fattori stagionali, ha mostrato, dopo il deciso aumento di aprile, una riduzione di 63mila unità nei confronti del mese precedente. Analizzando le dinamiche occupazionali in un arco temporale meno ristretto, si rileva comunque come la tendenza, al di là delle fluttuazioni che possono verificarsi in una fase di transizione tra una lunga crisi ed una moderata ripresa, sia improntata al contenuto recupero. Nel complesso dei primi cinque mesi dell'anno gli occupati sono, infatti, in aumento nei confronti di gennaio-maggio 2014 di 118mila unità. Nel mese di maggio 2015 le persone in cerca di occupazione sono rimaste sostanzialmente invariate rispetto ad aprile. Anche in questo caso, se si analizzano le dinamiche rilevate nei primi cinque mesi dell'anno emerge un miglioramento rispetto allo stesso periodo del 2014, con una riduzione di 50mila disoccupati. Il combinarsi di queste dinamiche ha lasciato, a maggio, il tasso di disoccupazione al 12,4%. A conferma di una situazione meno negativa rispetto al passato, si rileva come anche a maggio sia proseguita la tendenza alla riduzione, su base annua, delle ore di CIG (-29,0%). Il fenomeno continua ad interessare tutti gli istituti.

Tab. 1 - Variazioni % congiunturali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

	2014			2015								
	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag
SERVIZI	0,7	-1,0	0,6	0,2	0,0	0,3	0,4	-0,4	0,5	-0,6	0,6	-0,2
BENI	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,0	-0,1	0,2	0,1	0,2	0,5	-0,4
di cui alimentari e bevande	0,4	-0,3	-0,1	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,2	-0,3	-0,1	0,1	-0,1
TOTALE	0,3	-0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,2	-0,1	0,5	-0,3
Beni e servizi ricreativi	-0,5	0,2	-0,3	0,2	-0,2	0,0	0,1	0,1	0,1	-0,2	0,0	-0,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,3	-1,6	0,9	0,5	0,2	0,5	0,5	-0,8	0,8	-1,0	0,9	-0,3
Beni e servizi per la mobilità	-0,1	1,3	1,4	0,0	1,3	-0,3	0,0	0,3	0,9	0,7	2,4	-1,5
Beni e servizi per le comunicazioni	0,2	0,3	0,4	0,6	-0,6	0,4	0,4	0,9	0,0	0,3	0,8	0,4
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	-0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	-0,1	-0,2	0,1	0,3	-0,1
Abbigliamento e calzature	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Beni e servizi per la casa	0,2	-0,5	0,1	0,1	0,2	-0,1	-0,3	0,2	0,2	-0,1	0,1	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	0,2	-0,2	-0,1	0,1	0,1	0,1	-0,1	0,1	-0,5	0,1	0,0	-0,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La flessione dello 0,3% registrata dall'ICC a maggio, rispetto al mese precedente (tab. 1) deriva da un ridimensionamento della domanda sia di beni (-0,4%), sia di servizi (-0,2%), un risultato che vanifica solo in parte la crescita che si era registrata ad aprile.

Relativamente alle singole macro-funzioni di spesa, l'unico incremento ha riguardato l'acquisto di beni e i servizi per

le comunicazioni (+0,4%), mentre per l'abbigliamento e calzature non si è registrata alcuna variazione (0,0%).

Dopo il buon risultato conseguito ad aprile, si è ridotta in maniera significativa la domanda per i beni e i servizi per la mobilità (-1,5%), a causa di un rallentamento delle vendite di auto ai privati. La tendenza al ridimensionamento, seppur modesto, ha riguardato anche gli alberghi, i pasti

Tab. 2 - Variazioni % tendenziali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

	2014			2015			
	Anno	III trim	IV trim	I trim	Mar	Apr	Mag
SERVIZI	0,2	-0,2	0,4	0,4	-0,1	0,7	1,0
BENI	-0,4	-0,4	0,3	0,6	0,9	1,4	1,3
TOTALE	-0,2	-0,3	0,4	0,5	0,6	1,2	1,2
Beni e servizi ricreativi	-0,2	-0,8	-0,8	-0,2	-0,3	-0,2	-0,6
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,1	-0,8	0,9	0,7	-0,2	1,0	1,8
Beni e servizi per la mobilità	1,2	1,0	3,3	3,2	4,5	9,0	6,6
Beni e servizi per le comunicazioni	5,1	5,7	3,9	3,8	3,8	3,8	4,2
Beni e servizi per la cura della persona	-0,6	-0,7	0,0	-0,2	-0,2	0,4	0,3
Abbigliamento e calzature	-0,7	-0,6	-0,3	-0,1	-0,1	0,2	0,2
Beni e servizi per la casa	-1,4	-1,4	-0,8	-0,1	-0,3	0,1	0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-1,1	-1,1	-0,8	-0,6	-0,2	-1,3	-0,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

e i consumi fuori casa (-0,3%) e gli alimentari, bevande e tabacchi (-0,3%).

Di lieve entità è stata la riduzione della spesa per beni e servizi ricreativi (-0,1%), per i beni e i servizi per la cura

della persona (-0,1%) e per i beni e servizi per la casa (-0,1%).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Nel confronto con il mese di maggio del 2014, la dinamica dell'ICC registra una crescita dell'1,2%, in linea con quanto rilevato nel mese precedente. Questa variazione riflette l'andamento positivo sia della domanda relativa ai beni (+1,3%), sia di quella per i servizi (+1,0%).

A maggio si sono riscontrati aumenti significativi, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, per i beni e servizi per la mobilità (+6,6%), per i beni e i servizi per le comunicazioni (+4,2%) e, in misura più contenuta, per la spesa per gli alberghi, i pasti e i consumi fuori casa (+1,8%).

In moderato miglioramento, ed in linea con i risultati del mese precedente, è risultata la domanda per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,3%), per l'abbigliamento e le calzature (+0,2%) e per i beni e i servizi per la casa (+0,1%).

Una riduzione dei consumi su base annua, si è registrata sia per i beni e i servizi ricreativi (-0,6%), accentuando l'andamento negativo già evidenziato dall'inizio dell'anno, sia per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-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 consumo², per il mese di luglio 2015 si stima, rispetto a giugno, una variazione nulla dei prezzi. Nel confronto con

luglio 2014 la variazione del NIC dovrebbe attestarsi allo 0,2%, la terza variazione positiva dopo un quadrimestre di deflazione.

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.

Tab. 3 - 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					
Ago. '14	0,2	-0,1	-0,1	2,1	-0,5
Set	-0,4	0,2	0,0	-3,0	0,6
Ott	0,1	0,0	1,1	-0,6	0,1
Nov	-0,2	0,7	0,1	-1,4	-1,1
Dic	0,0	0,0	-0,2	0,4	-0,5
Gen.'15	-0,4	0,6	-0,4	-3,3	-0,1
Feb.	0,4	0,6	0,1	0,7	0,1
Mar.	0,1	-0,2	0,2	1,3	0,3
Apr	0,2	-0,1	-0,9	0,5	1,5
Mag	0,1	0,1	0,0	0,5	0,8
Giu. (*)	0,1 (0,1)	0,1 (0,1)	0,0 (-0,1)	0,2 (0,5)	0,3 (0,2)
Lug. (**)	0,0	-0,5	-0,3	0,5	0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Ago. '14	-0,1	-0,5	-1,2	0,8	0,7
Set	-0,2	-0,1	-1,2	0,3	0,1
Ott	0,1	0,1	0,0	0,3	0,7
Nov	0,2	0,5	0,1	-0,3	1,0
Dic	0,0	-0,2	-0,4	-0,9	1,0
Gen.'15	-0,6	0,1	-1,2	-4,2	0,9
Feb.	-0,1	1,0	-1,4	-3,1	1,0
Mar.	-0,1	1,1	-1,3	-2,1	0,8
Apr	-0,1	1,0	-1,5	-2,7	0,9
Mag	0,1	1,0	-1,4	-1,2	1,1
Giu. (*)	0,1 (0,2)	1,0 (1,1)	-1,3 (-1,4)	-1,6 (-1,3)	1,6 (1,5)
Lug. (**)	0,2	1,5	-0,4	-2,2	1,7

(*) Il dato ISTAT di Giugno è provvisorio. Tra parentesi le previsioni del mese precedente. (**) Previsioni.

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

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 2013, al 55% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 35,5% e per i beni è del 72,9%. Escludendo le spese relative i fitti figurativi dal totale dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 64,5% per il totale dei consumi e al 51,2% 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](#)).