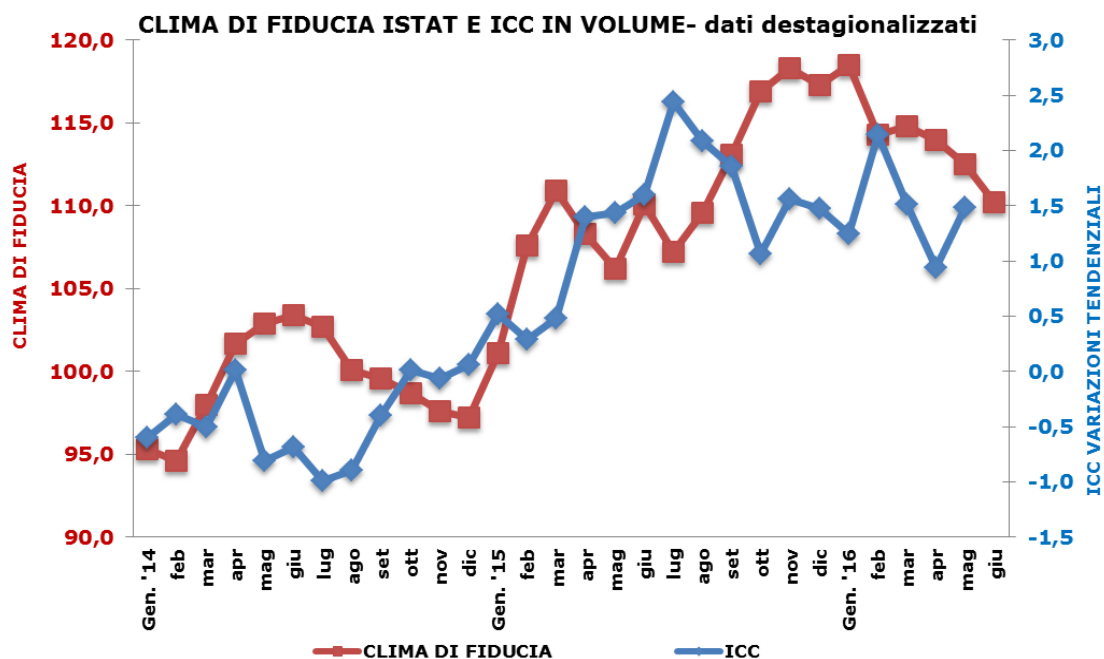
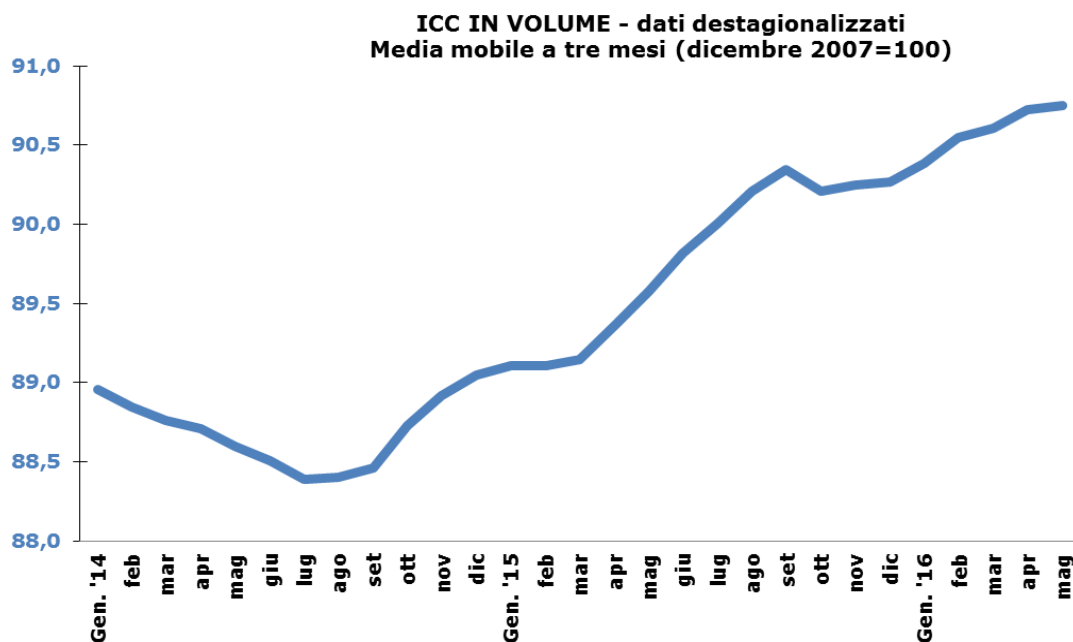


FIG. 1



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

FIG. 2



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

TAB. 1 - ICC IN QUANTITA' - VARIAZIONI CONGIUNTURALI (dati destagionalizzati)

	2015					2016						
	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG
SERVIZI	-0,3	0,0	0,0	0,7	-0,3	0,1	0,1	0,2	0,4	-0,6	0,5	0,1

BENI	0,5	0,9	-0,3	-0,3	-0,3	0,5	-0,1	-0,1	0,7	-0,3	0,1	0,4
di cui alimentari e bevande	0,3	0,4	0,0	-0,2	-0,4	0,3	0,2	0,0	0,4	-0,3	0,0	0,8
TOTALE	0,3	0,6	-0,2	0,0	-0,3	0,4	0,0	0,0	0,6	-0,4	0,2	0,3
Beni e servizi ricreativi	0,2	-0,3	0,4	1,2	-1,5	-0,1	0,1	0,2	0,3	-0,8	0,3	-0,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,5	0,1	0,2	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3	0,3	-0,4	0,6	0,2
Beni e servizi per la mobilità	1,9	0,8	0,0	-0,4	0,0	2,0	-0,2	0,2	2,7	-1,2	0,2	0,8
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,2	0,1	-0,6	-0,3	0,0	-0,2	-0,4	-0,5	0,7	-0,1	0,3	-0,2
Beni e servizi per la cura della persona	0,2	0,1	0,0	-0,1	0,4	0,0	-0,1	-0,2	0,5	0,1	0,0	0,2
Abbigliamento e calzature	0,1	0,3	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	-0,2	0,3	-0,1	0,0	0,3
Beni e servizi per la casa	0,0	2,2	-1,0	-0,5	-0,4	-0,1	-0,2	0,0	-0,1	-0,3	0,1	0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	0,3	0,5	-0,3	0,1	-0,6	0,6	0,1	-0,2	0,3	-0,2	0,0	0,5

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

TAB. 2 - ICC IN QUANTITA' - VARIAZIONI TENDENZIALI (dati destagionalizzati)

	2014	2015	2016				
	Anno	Anno	IV trim	I trim	Mar	Apr	Mag
SERVIZI	0,7	1,1	1,1	1,6	1,5	1,2	1,0
BENI	-0,9	1,4	1,5	1,6	1,5	0,8	1,7
TOTALE	-0,4	1,4	1,4	1,6	1,5	0,9	1,5
Beni e servizi ricreativi	2,2	0,8	0,1	0,6	0,0	-0,3	-0,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,4	0,8	1,0	2,0	2,2	2,1	1,5
Beni e servizi per la mobilità	-0,1	6,8	7,6	9,0	8,6	4,8	7,0
Beni e servizi per le comunicazioni	0,2	2,3	1,1	-0,9	-0,8	-1,8	-1,5
Beni e servizi per la cura della persona	-0,3	0,6	0,9	0,8	1,2	0,8	1,2
Abbigliamento e calzature	-0,8	0,7	1,0	0,5	0,5	0,5	0,9
Beni e servizi per la casa	-1,7	0,4	0,2	-0,4	-0,7	-0,5	-0,2
Alimentari, bevande e tabacchi	-1,1	0,0	0,0	0,3	0,2	0,2	1,2

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

TAB. 3 - STIMA SULL'INFLAZIONE (VARIAZIONI 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. '15	0,2	0,0	0,0	0,9	-0,3
Set	-0,4	0,7	0,0	-3,4	0,5
Ott	0,2	0,4	0,9	-0,6	0,6
Nov	-0,4	0,3	0,1	-0,9	-2,2
Dic	0,0	-0,3	0,0	-0,1	-0,3
Gen. '16	-0,2	-0,2	-0,6	-1,1	-0,3
Feb	-0,2	-0,1	0,0	-0,9	0,1
Mar	0,2	-0,2	0,0	0,8	0,3
Apr	-0,1	0,2	-2,5	0,7	1,4
Mag	0,3	0,4	0,0	0,5	0,5
Giu (*)	0,1 (0,2)	0,1 (0,2)	0,0 (0,1)	0,8 (0,9)	0,2 (0,3)
Lug (**)	0,2	-0,6	1,0	0,8	0,3
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Ago. '15	0,2	0,9	-0,2	-2,9	1,6

Set	0,2	1,5	-0,2	-3,3	1,5
Ott	0,3	1,9	-0,4	-3,3	2,1
Nov	0,1	1,5	-0,4	-2,8	0,9
Dic	0,1	1,2	-0,3	-3,3	1,1
Gen. '16	0,3	0,4	-0,5	-1,1	1,0
Feb	-0,3	-0,4	-0,5	-2,7	1,0
Mar	-0,2	-0,4	-0,7	-3,1	1,0
Apr	-0,5	-0,1	-2,4	-2,9	0,9
Mag	-0,3	0,2	-2,4	-2,9	0,6
Giu (*)	-0,4 (-0,2)	0,2 (0,3)	-2,4 (-2,2)	-2,3 (-2,2)	0,5 (0,5)
Lug (**)	-0,1	0,7	-1,2	-2,5	0,8

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

(**) Previsioni.

Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio

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, ANCM, 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, che complessivamente rappresentano, nell'anno 2014, il 54,5% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 32,0% e per i beni è del 79,5%. Escludendo le spese relative i fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 63,8% per il totale dei consumi e al 44,2% 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 2015. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC a base 2015. Per l'abbigliamento e le calzature le serie elementari sono deflazionate con l'IPCA (base 2015).

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)