BENE COMUNE

Inflazione percepita e paure per il futuro

Archivio, Economia e Finanza



Nerea Filippelli | 3 Ottobre 2008

Il 30 settembre l'Istat ha diffuso gli indici provvisori dei prezzi al consumo. Dalla stima preliminare, l'indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC) ha segnato una crescita del 3,8% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, inferiore al 4% che gli economisti si aspettavano e, soprattutto, inferiore al livello record del 4,1% di luglio e agosto, il più alto dal 1996.

Su base mensile, invece, si è registrata la prima flessione dall'ottobre 2006, con un calo dello 0,3%. Sulla base dei dati pubblicati gli aumenti più significativi rispetto al corrispondente mese dell'anno precedente, si sono registrati alle voci "Abitazione, acqua, elettricità e combustibili" (+7,7%); "Trasporti" (+6,7%) e "Prodotti alimentari e bevande analcoliche" (+5,8%); mentre l'unica variazione tendenziale negativa corrisponde alla voce "Comunicazioni" (-4,4%).
Lo stesso giorno, il quotidiano Repubblica ha diffuso i risultati di un sondaggio affidato dal giornale a Ipr Marketing, che ribalta il parziale ottimismo che emerge dai dati diffusi dall'Istituto nazionale di statistica. Tra il 25 e il 28 settembre2008 sono stati intervistati 1.000 cittadini residenti in Italia, disaggregati per sesso, età ed area di residenza. Il "Price Monitor" di Ipr Marketing, ha fotografato una situazione drammatica per il 95% del campione intervistato, che percepisce un'inflazione alle stelle – ben al di sopra dei valori stimati dall'Istat – soprattutto per Alimentari (+19,2%); Trasporti (+14,7%); Spese per la casa (+14,6%). Tale differenza viene maggiormente esasperata se a rispondere sono i cittadini del Mezzogiorno d'Italia, i quali percepiscono tassi di inflazione anche di quattro punti superiori rispetto a quelli del Nord.
A suggello dei dati poco confortanti, vi sono anche le stime sull'occupazione diffuse il 29 settembre dall'Istat. Nel secondo trimestre di quest'anno, sono quasi trecentomila le persone in più in cerca di lavoro (pari al 20,6% in più rispetto al secondo trimestre 2007), con dati preoccupanti soprattutto al Sud, dove la disoccupazione sfiora il 12%, contro il 6,4% delle regioni del Centro e il 3,8% di quelle del Nord.

L'Italia, insomma, vive un momento difficilissimo su più fronti: la crisi finanziaria ed economica si riflette sul tessuto sociale generando malumore e pessimismo. Ma, come ha recentemente affermato il Cardinale Bagnasco, più che un "Paese da incubo il nostro è un Paese che ciclicamente conosce gli spasmi di un travaglio incompiuto, dove però i segmenti luminosi non mancano, e i punti di forza neppure. Tutti, credo, avvertiamo il bisogno di uscire dalle convulsioni di un certo ritardo sulla via della modernizzazione, ma lo si può fare se le libere intelligenze guardano costantemente al merito delle questioni, con autonomia e indipendenza".

Tabella 1 – Indice provvisorio dei prezzi al consumo – Settembre 2008

rn

rn **Istat – Indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC)** rn	rn **Variazione sett.08/sett.07** rn
rn Trasporti rn	rn 6,7 rn
rn Prodotti alimentari e bevande analcoliche rn	rn 5,8 rn
rn Abbigliameno e calzature rn	rn 5,2 rn
rn Mobili, articoli e servizi per la casa rn	rn 2,9 rn
rn Altri beni e servizi rn	rn 2,8 rn
rn Servizi ricettivi e di ristorazione rn	rn 2,6 rn
rn Istruzione rn	rn 2,2 rn
rn Abitazione, acqua, elettricità e combustibili rn	rn 1,7 rn
rn Ricreazioni, spettacoli e cultura rn	rn 0,4 rn

rn Servizi sanitari e spese per la salute rn	rn 0,3 rn
rn Comunicazioni rn	rn – 4,4 rn
rn **Indice generale** rn	rn **3,8** rn

rn

Fonte: Istat

rn**rn**

Tabella 2 – Inflazione percepita per categorie di prodotto nel corso degli ultimi 12 mesi

rn

rn **Ipr Marketing – Dipartimento Opinione – Inflazione percepita per categorie di prodotto nel corso degli ultimi 12 mesi** rn	rn **Nord** rn	rn **Centro** rn	rn **Sud e Isole** rn	rn **Totale campione sett. 08** rn
rn Alimentari rn	rn 18,5 rn	rn 17,4 rn	rn 21,5 rn	rn 19,2 rn
rn Trasporti rn	rn 13,4 rn	rn 17 rn	rn 15,5 rn	rn 14,7 rn
rn Casa rn	rn 16,1 rn	rn 9,5 rn	rn 15,3 rn	rn 14,6 rn
rn Auto, moto, motorini (manutenzione) rn	rn 13 rn	rn 14,5 rn	rn 14,9 rn	rn 13,9 rn
rn Abbigliamento, calzature rn	rn 13,3 rn	rn 12,4 rn	rn 11,9 rn	rn 12,7 rn
rn Tempo libero rn	rn 12,1 rn	rn 11,3 rn	rn 13,5 rn	rn 12,4 rn

rn Viaggi, vacanze rn	rn 13,3 rn	rn 13,3 rn	rn 9,5 rn	rn 12,1 rn
rn Mutui rn	rn 12,6 rn	rn 10,3 rn	rn 9,6 rn	rn 11,6 rn
rn Servizi e prodotti per la cura del corpo rn	rn 11 rn	rn 9,1 rn	rn 8 rn	rn 9,6 rn
rn Articoli per la casa rn	rn 10,5 rn	rn 8,3 rn	rn 8,2 rn	rn 9,3 rn
rn Servizi bancari e assicurativi rn	rn 7,1 rn	rn 7,5 rn	rn 10,6 rn	rn 8,2 rn
rn Comunicazione rn	rn 5,6 rn	rn 4,3 rn	rn 4,4 rn	rn 5 rn
rn Elettrodomestici per la casa rn	rn 4,8 rn	rn 3,2 rn	rn 2,6 rn	rn 3,8 rn
rn Prodotti di elettronica rn	rn 1,8 rn	rn 0,6 rn	rn -0,1 rn	rn 0,9 rn

rn

Fonte: Ipr Marketing

Tabella 3 – Un confronto…

rn

rn rn	rn **Ipr** rn	rn **Istat** rn	rn **Differenza Ipr / Istat** rn
rn Alimentari rn	rn 19,2 rn	rn 5,8 rn	rn 13,4 rn
rn Casa rn	rn 14,6 rn	rn 1,7 rn	rn 12,9 rn
rn Tempo libero rn	rn 12,4 rn	rn 0,4 rn	rn 12 rn

rn Comunicazione rn	rn 5 rn	rn – 4,4 rn	rn 9,4 rn
rn Trasporti rn	rn 14,7 rn	rn 6,7 rn	rn 8 rn
rn Abbigliamento, calzature rn	rn 12,7 rn	rn 5,2 rn	rn 7,5 rn

rn

Fonte: elaborazione propria

rn