

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 settembre 2008 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 Abbigliamento 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 | rn |
| Servizi sanitari e spese per la salute | 0,3 |
| rn | rn |
| Comunicazioni | - 4,4 |
| rn | rn |
| Indice generale | 3,8 |
| rn | 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 Nord | rn Centro | rn Sud e Isole | rn Totale campione sett. 08 |
|--|-------------------|---------------------|--------------------------|---|
| rn | rn | rn | rn | rn |
| Alimentari | 18,5 | 17,4 | 21,5 | 19,2 |
| rn | rn | rn | rn | rn |
| Trasporti | 13,4 | 17 | 15,5 | 14,7 |
| rn | rn | rn | rn | rn |
| Casa | 16,1 | 9,5 | 15,3 | 14,6 |
| rn | rn | rn | rn | rn |
| Auto, moto, motorini (manutenzione) | 13 | 14,5 | 14,9 | 13,9 |
| rn | rn | rn | rn | rn |
| Abbigliamento, calzature | 13,3 | 12,4 | 11,9 | 12,7 |
| rn | rn | rn | rn | rn |
| Tempo libero | 12,1 | 11,3 | 13,5 | 12,4 |
| rn | rn | rn | rn | rn |

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

rn

Fonte: Ipr Marketing

Tabella 3 - Un confronto...

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