



PREZZI, LA PAURA FA NOVANTA MA QUANTO C'ENTRANO LE VERDURE?

Eric Stephani

Ufficio di statistica (Ustat)

Secondo l'indice nazionale dei prezzi al consumo (IPC) i prezzi in Svizzera sono già tornati ad aumentare in maniera relativamente moderata. Nonostante ciò, guardando l'ultima indagine sul clima di fiducia dei consumatori, la popolazione si suddivide sostanzialmente in due gruppi: da una parte chi avverte che i prezzi negli ultimi dodici mesi sono aumentati leggermente e dall'altra parte chi crede che i prezzi sono aumentati fortemente. Inoltre, sempre secondo i dati raccolti da questa indagine, sono cambiate sostanzialmente anche le percezioni rispetto ad altre grandezze, come quella relativa alla propria situazione finanziaria o quella inerente all'intenzione di fare un acquisto importante. Quindi, malgrado un rialzo sempre meno sostenuto dell'indice dei prezzi, l'indice sul clima di fiducia dei consumatori continua a rimanere su valori relativamente bassi.

L'obiettivo di questo articolo è allora quello di presentare una lettura incrociata di queste due fonti, studiare i risultati dell'indagine sul clima di fiducia dei consumatori conoscendo l'evoluzione dell'indice dei prezzi (e viceversa), per riuscire a caratterizzare meglio questa fase così particolare.

In prospettiva diventerà sempre più importante non solo seguire l'evoluzione del tasso di crescita dei prezzi, ma anche continuare a illustrare la differenza tra rincaro e inflazione o quella tra aumento dei prezzi energetici e aumento generale dei prezzi. In maniera simile diventerà sempre più rilevante tenere presente anche i risultati dell'indagine sul clima di fiducia dei consumatori. Attraverso questi indicatori complementari è possibile prima di tutto andare oltre all'analisi incentrata principalmente sul tasso di crescita dei prezzi e all'ormai nota soglia del 2,0% (obiettivo faro delle Banche centrali delle maggiori economie mondiali e anche della Banca nazionale svizzera) e, come scopriremo, permette anche di ritrovare una certa consonanza tra percezioni dei consumatori e evoluzione dei prezzi.

Prezzi: differenze tra evoluzione generale e evoluzione percepita

Attraverso la statistica pubblica è possibile seguire tanto l'evoluzione generale dei prezzi, tramite l'indice dei prezzi al consumo raccolto dall'Ufficio federale di statistica (UST), quanto

l'evoluzione del clima di fiducia dei consumatori, tramite un'indagine svolta dalla Segreteria di stato per l'economia (SECO). Proprio tramite questa indagine periodica della SECO viene raccolto ogni tre mesi anche il dato relativo all'evoluzione percepita dei prezzi. Fino a pochi mesi fa

T.1

Variazione dell'indice dei prezzi al consumo e percezione dell'evoluzione dei prezzi, in Svizzera, da gennaio 2021

	2021				2022				2023			
	Gen.	Apr.	Lug.	Ott.	Gen.	Apr.	Lug.	Ott.	Gen.	Apr.	Lug.	Ott.
Indice dei prezzi al consumo (UST)												
Variazione annua, in %	-0,5	0,3	0,7	1,2	1,6	2,5	3,4	3,0	3,3	2,6	1,6	...
Indagine sul clima di fiducia dei consumatori (SECO)												
Indice sull'evoluzione percepita dei prezzi, ultimi 12 mesi	18,0	29,7	58,7	69,8	82,8	103,5	127,4	130,7	132,7	135,2	140,0	...
Domanda: "come sono evoluti i prezzi, negli ultimi 12 mesi?"												
Risposta: "i prezzi sono aumentati fortemente", in %	3,7	4,9	9,8	13,1	14,8	20,7	36,0	37,7	38,9	41,2	46,1	...
Risposta: "i prezzi sono aumentati leggermente", in %	21,3	26,9	43,5	46,7	55,7	62,7	56,6	56,4	55,7	53,8	48,8	...
Risposta: "nessuna variazione dei prezzi o non so", in %	64,7	61,4	42,7	37,2	27,3	16,0	6,5	5,0	4,7	4,4	4,3	...

Fonti: Indice dei prezzi al consumo, UST; Indagine sul clima di fiducia dei consumatori, SECO

quando il tasso di crescita dei prezzi aumentava, cresceva anche l'indicatore soggettivo relativo all'evoluzione dei prezzi (Stephani, 2022).

Facendo un primo confronto, tra il mese di luglio 2021 e il mese di luglio 2022, si osserva come: da una parte il tasso di crescita dell'IPC è aumentato da +0,7% a +3,4%, dall'altra parte anche l'indice relativo all'evoluzione percepita dei prezzi rilevato dalla SECO è salito da 58,7 punti a 127,4 punti [T. 1]. Da lì in avanti questa corrispondenza è invece venuta meno. Da inizio 2023 il tasso di crescita dell'IPC sta rallentando, a luglio era infatti già all'1,6%¹, mentre l'ultimo dato relativo alle percezioni sui prezzi è rimasto saldamente oltre i 130 punti. Inoltre negli ultimi due anni la quota di persone che riscontrano un forte aumento dei prezzi è passata da una persona su dieci a una persona su due.

In questo articolo si cerca prima di tutto di approfondire meglio questa preoccupazione latente tra i consumatori svizzeri. Come mai le persone preoccupate sono sempre di più, nonostante l'inflazione in Svizzera non sia particolarmente alta (rispetto agli altri paesi o rispetto al passato)? In primo luogo, questa preoccupazione rispetto ai prezzi cosa comporta?

"Tuttavia, con un valore di -27 punti, l'indice del clima di fiducia dei consumatori rimane nettamente al di sotto della media pluriennale (-6 punti). I prezzi elevati continuano a pesare sui bilanci delle economie domestiche²."

Considerato che l'indice sul clima di fiducia dei consumatori è un indicatore sintetico, cioè la media di quattro sotto-indici principali, occorre capire come sono evoluti questi sotto-indici negli ultimi tre anni. E, in particolare, scoprire il legame tra ognuno di loro rispetto al sotto-indice relativo alla percezione sui prezzi (sotto-indice raccolto dalla stessa indagine, ma non incluso nell'indice sintetico).

In seguito si cerca di capire quali potrebbero essere le ragioni dietro a questa percezione sempre più diffusa di un forte aumento dei prezzi. Si tratta allora di caratterizzare meglio l'evoluzione dell'indice dei prezzi al consumo, proseguendo le riflessioni già fatte nei precedenti articoli. In particolare si ripropone l'idea di osservare nel tempo quali voci di spesa contribuiscono maggiormente al rincaro. Ad esempio, che tipo di beni sono quelli che contribuiscono di più? E quelli che contribuiscono meno? Un anno fa la situazione era la stessa?

In conclusione si presenta un indicatore inerente alla persistenza dell'inflazione. Questo indicatore, proposto recentemente dall'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE, 2023), è utile anche per avere un indicatore sintetico complementare all'indicatore relativo al tasso di crescita dei prezzi. L'idea di base di questo indicatore è quella di misurare l'ampiezza dell'inflazione, attraverso due parametri: uno inerente al tasso di crescita e uno alla sua durata.

¹ Nel frattempo sono usciti anche i dati dell'IPC di agosto e settembre, che segnalano un aumento dei prezzi su base annua dell'1,6% e, rispettivamente, dell'1,7%.

² SECO, 2 agosto 2023. Timido miglioramento del clima di fiducia dei consumatori. Comunicato stampa, <https://www.seco.admin.ch/seco/it/home/wirtschaftslage---wirtschaftspolitik/Wirtschaftslage/Konsummentstimmung.html>

T.2

Indice sul clima di fiducia dei consumatori, indice sintetico, indici principali e indice relativo ai prezzi (ultimi 12 mesi), dal 2015

		Indagine sul clima di fiducia dei consumatori					
		Indice sintetico	Sotto-indici principali				Sotto-indice complementare
			(1) Evoluzione economica, ultimi 12 mesi	(2) Propria situazione finanziaria, ultimi 12 mesi	(3) Propria situazione finanziaria, prossimi 12 mesi	(4) Momento favorevole per grandi acquisti	
Pre-COVID	■ 2015-'19 media	-5,1	-2,1	-12,2	-2,6	-3,4	32,0
Crisi COVID	■ 2020 Gen.	-8,7	-5,2	-14,3	-7,6	-7,9	47,4
	■ Apr.	-39,0	-76,9	-7,1	-23,3	-48,6	29,4
	■ Lug.	-12,9	-19,3	-10,1	-4,8	-17,7	26,8
Post-COVID	■ Ott.	-13,0	-15,2	-14,8	-6,7	-15,3	23,2
	■ 2021 Gen.	-13,8	-16,5	-12,5	-7,0	-19,5	18,0
	■ Apr.	-6,4	5,6	-11,8	-6,0	-13,5	29,7
Inflazione (1)	■ Lug.	7,5	47,8	-7,9	2,6	-12,5	58,7
	■ Ott.	3,6	43,3	-10,1	-0,8	-17,9	69,8
	■ 2022 Gen.	-3,7	21,2	-9,6	-3,2	-23,1	82,8
	■ Apr.	-27,6	-31,0	-21,9	-24,9	-32,4	103,5
Inflazione (2)	■ Lug.	-41,8	-53,9	-35,1	-34,8	-43,3	127,4
	■ Ott.	-46,5	-57,4	-39,7	-46,9	-42,0	130,7
	■ 2023 Gen.	-30,1	-16,3	-39,2	-24,8	-40,1	132,7
	■ Apr.	-29,6	-17,7	-41,4	-23,5	-35,6	135,2
	■ Lug.	-27,1	-6,8	-38,2	-25,0	-38,5	140,0
	■ Ott.

Avvertenze: valori in evidenza: il risultato più positivo (in giallo), il risultato più negativo (in blu). Calcolo dell'indice sintetico per il mese di luglio 2023: $(-6,8 - 38,2 - 25,0 - 38,5) / 4 = -27,1$.

Fonte: Indagine sul clima di fiducia dei consumatori, SECO

Percezione sull'evoluzione dei prezzi e riflessi sull'indice sul clima di fiducia dei consumatori

La Segreteria di stato dell'economia (SECO) svolge a cadenza trimestrale l'indagine sul clima di fiducia dei consumatori. L'obiettivo principale di questa indagine è principalmente quello di monitorare il morale dei consumatori e, in particolare, la loro propensione agli acquisti. Secondariamente, i risultati dell'indagine sono anche dei validi indicatori congiunturali per tratteggiare l'andamento economico generale (Kemeny, 2022). Concretamente, l'indice sul clima di fiducia dei consumatori è la media aritmetica di quattro sotto-indici: 1) la valutazione della situazione economica (per i prossimi dodici mesi), 2-3) la valutazione della propria situazione finanziaria (negli ultimi dodici mesi, e per i prossimi dodici mesi) e 4) l'intenzione di fare dei grandi acquisti.

Dopo anni di relativa costanza, dall'indagine del mese di aprile 2020 in avanti, cioè con l'avvio della prima ondata COVID e delle relative misure di contenimento, l'indice ha disegnato diverse fasi di sviluppo. Questa nuova fase è stata caratterizzata da rapidi cali di fiducia, ma anche da dei buoni recuperi [T.2].

Per semplificare possiamo distinguere gli ultimi anni, quelli dal 2015 in avanti, in 4 fasi:

- la fase di pre-pandemia, 2015-2019: caratterizzata da un indice di fiducia relativamente alto;
- la fase di pandemia, gennaio 2020 – luglio 2020: caratterizzata da una rapida diminuzione del clima di fiducia, ma anche da una sua rapida ripresa;



- la fase post-pandemia, ottobre 2020 – luglio 2021: periodo in cui l'indicatore sintetico è tornato attorno ai valori pre-pandemia;
- prima fase di rincaro, ottobre 2021 – ottobre 2022: si nota una diminuzione del clima di fiducia dei consumatori e un peggioramento del sotto-indice relativo ai prezzi;
- seconda fase di rincaro, da gennaio 2023 – luglio 2023: leggero miglioramento dell'indice sintetico, ma sotto-indice relativo ai prezzi ancora in tendenza negativa e, inoltre, cresce la quota di persone che segnalano un forte aumento dei prezzi.



foto: IT Press / Pablo Gianinazzi

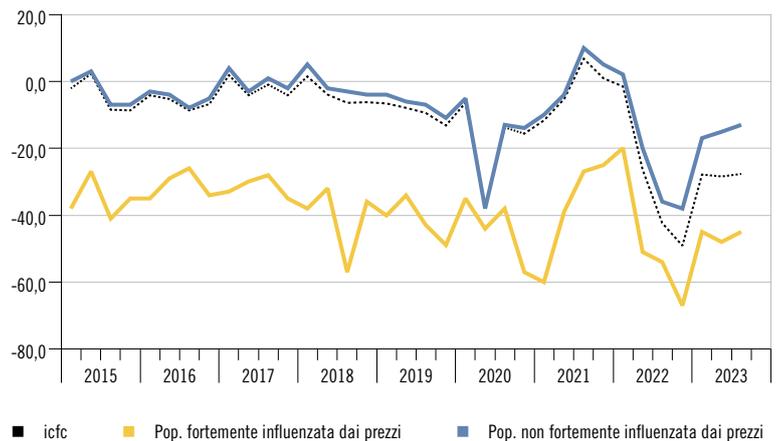
Osservando le differenze tra i risultati delle indagini di gennaio 2020 e aprile 2020, praticamente a cavallo della prima ondata pandemica, si nota come l'indice sintetico sul clima di fiducia dei consumatori era calato in soli tre mesi di oltre 30 punti (scivolando da -9 punti fino a -39 punti). Nelle indagini successive il valore indice aveva subito recuperato, ritrovando in breve tempo valori compresi tra -15 e -5 e scalando fino a 7 punti già nell'indagine del mese di luglio 2021.

Poi, come purtroppo sappiamo, le cose sono di nuovo peggiorate improvvisamente. A inizio 2022 la Russia invade l'Ucraina, e così le preoccupazioni geopolitiche diventano o si intrecciano rapidamente alle preoccupazioni quotidiane. Tra gennaio 2022 e aprile 2022 l'indice è sceso inizialmente da -3 a -27 punti. Inoltre, a differenza della prima crisi legata principalmente al COVID e alle misure di contenimento, il clima di fiducia è peggiorato ulteriormente nelle indagini successive. Così l'indice cala fino a -47 nel mese di ottobre 2022, per poi fare solo un parziale recupero nei mesi seguenti, visto che l'indice anche nell'ultima indagine disponibile di luglio è risultato ancora attorno ai -30 punti. Un'altra differenza rispetto alla crisi innescata dalla pandemia, quando a peggiorare era stato praticamente "solo" il sentimento verso l'evoluzione futura della situazione economica, questa volta tutti e quattro i sotto-indici principali hanno segnato dei valori molto bassi. Inoltre, guardando il sotto-indice relativo ai prezzi emerge che questo valore è passato da 70 a 130 punti tra l'indagine dell'ottobre 2021 e quella dell'ottobre 2022.

Prende allora piede l'ipotesi che la percezione sempre più negativa rispetto all'evoluzione dei prezzi potrebbe aver avuto delle ripercussioni sui sotto-indici principali e quindi anche sull'indice sintetico.

F.1

Indice sintetico sul clima di fiducia dei consumatori (icfc), calcolato secondo la percezione sull'evoluzione dei prezzi, da gennaio 2015

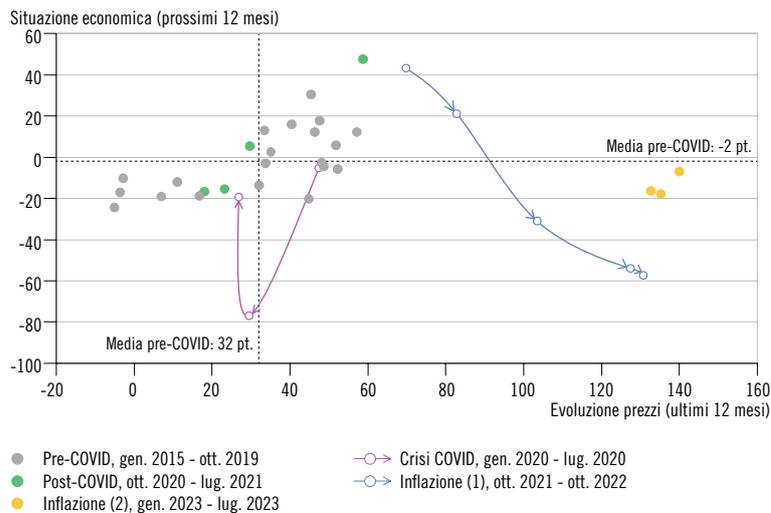


Fonte: Indagine sul clima di fiducia dei consumatori, SECO

Tramite la possibilità di usare i microdati raccolti dalla SECO è stato possibile calcolare l'indice sintetico sul clima di fiducia dei consumatori (icfc) per sottogruppi. Nel caso specifico, distinguendo la popolazione tra coloro i quali risentono un forte aumento dei prezzi rispetto agli altri.

Dai risultati dell'indagine emerge come tra la popolazione che raggruppa le persone che risentono di un forte aumento di prezzo si riscontra sempre un indice di fiducia più basso. Ad esempio, nelle indagini svolte nel 2023 l'indice sintetico tra coloro che reputavano fortemente in crescita i prezzi è rimasto stabile e compreso tra -45 e -50 punti, mentre tra chi reputa la crescita dei prezzi al massimo come leggera si evidenzia un indice sintetico più alto e in tenue ripresa, infatti nelle ultime indagini è risalito da -17 a -13 punti [F. 1].

F.2

Confronto tra valutazione dell'evoluzione dei prezzi (ultimi 12 mesi) e della situazione economica (prossimi 12 mesi), secondo la fase congiunturale, da gennaio 2015

Fonte: Indagine sul clima di fiducia dei consumatori, SECO

Da inizio 2022, da quando questo gruppo particolarmente sensibile al rialzo dei prezzi è diventato rilevante, il sentimento di questo gruppo influenza di conseguenza sempre di più l'andamento dell'indice sintetico.

Allora diventa interessante andare a rilevare tra i sotto-indici principali, quale o quali sono particolarmente sensibili alla preoccupazione sui prezzi, in particolare da fine 2021 a oggi.

Valutazione economica, prossimi 12 mesi

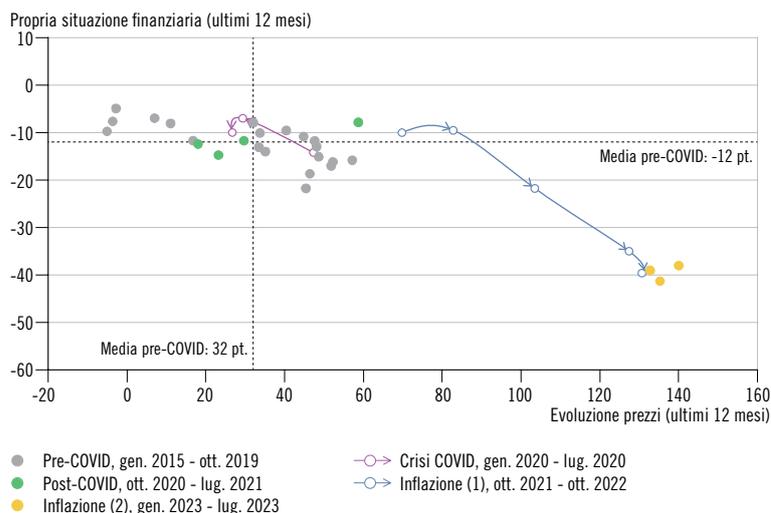
A prima vista l'indicatore più influente sembra quello relativo alla proiezione della situazione economica per i prossimi 12 mesi. Questo indicatore già durante il COVID aveva prima trascinato l'indice verso il basso, quando nell'indagine di aprile 2020 aveva toccato il suo minimo pari a -76,9 punti, mentre nelle indagini successive aveva contribuito a risollevare l'indice sintetico, risalendo fino a avvicinare quota 50 punti [T. 2].

In maniera simile, con l'avvio della guerra in Ucraina, il rinfocolarsi delle tensioni geopolitiche internazionali e il rallentamento della crescita in economie importanti come USA e Germania, i valori sono progressivamente scesi passando da +21 punti (gennaio 2022) a -31 (aprile 2022), fino a scendere nuovamente sotto i -50 punti nel secondo semestre 2022. I primi dati del 2023, compresi tra -20 e -5, sono tornati perlomeno ad essere simili ai valori antecedenti il 2019 [F. 2].

Valutazione della propria situazione finanziaria, ultimi 12 mesi

Il sotto-indice relativo alla propria situazione finanziaria (ultimi dodici mesi) era praticamente rimasto costante, compreso tra -15 e -10, fino a inizio 2022, per cui è stato l'unico indicatore a "resistere" ai cambiamenti indotti dalla crisi COVID [T. 2]. Da aprile 2022 anche il valore di questo indice è invece progressivamente peggiorato ma, a differenza del sotto-indice relativo alla proiezione della situazione economica, in questo caso non si vede ancora una ripresa. Di fatto l'indice è ancora attorno ai -40 punti e nettamente distante dalla situazione di riferimento 2015-2019 [F. 3].

F.3

Confronto tra valutazione dell'evoluzione dei prezzi (ultimi 12 mesi) e della propria situazione finanziaria (ultimi 12 mesi), secondo la fase congiunturale, da gennaio 2015

Fonte: Indagine sul clima di fiducia dei consumatori, SECO

Valutazione della propria situazione finanziaria, prossimi 12 mesi

Con la crisi COVID sembrava che le persone fossero più sensibili nell'immaginare la propria situazione futura: infatti nell'aprile 2020 questo indice era calato da -8 punti a -23 punti. Il periodo d'inflazione ci sta invece raccontando altro. Se durante il 2022 anche questo indice è calato molto, fino a toccare un record negativo pari a -46 punti nell'ottobre 2022, va anche rimarcato come i valori sono poi risaliti verso la soglia dei -20 punti nel 2023 [F. 4].

Secondo i dati raccolti dalla SECO, attualmente i consumatori sono relativamente più preoccupati rispetto alla loro situazione finanziaria attuale. Anche se, pure in questo caso, i valori indice attuali rimangono ben al di sotto della media 2015-2019.



foto: TI Press / Alessandro Ciniari

Prossimi grandi acquisti

Infine, anche l'indice relativo ai prossimi grandi acquisti segnala, in maniera analoga all'indice rispetto alla proiezione economica, un record negativo nella prima fase della crisi COVID. Però anche tra ottobre 2021 e ottobre 2022 emerge un calo importante: il valore indice scende da -18 a -42 punti in un anno e poi, durante il 2023, l'indice rimane compreso tra -35 e -40 punti (F. 5).

Più persone preoccupate da un forte aumento dei prezzi e clima di fiducia dei consumatori ai minimi

Dopo questo primo approfondimento abbiamo rilevato come: ormai quasi la metà delle persone percepiscono un forte aumento dei prezzi e, inoltre, abbiamo evidenziato un legame tra la percezione sull'andamento dei prezzi rispetto alla valutazione della propria situazione finanziaria e rispetto alle intenzioni di acquisto.

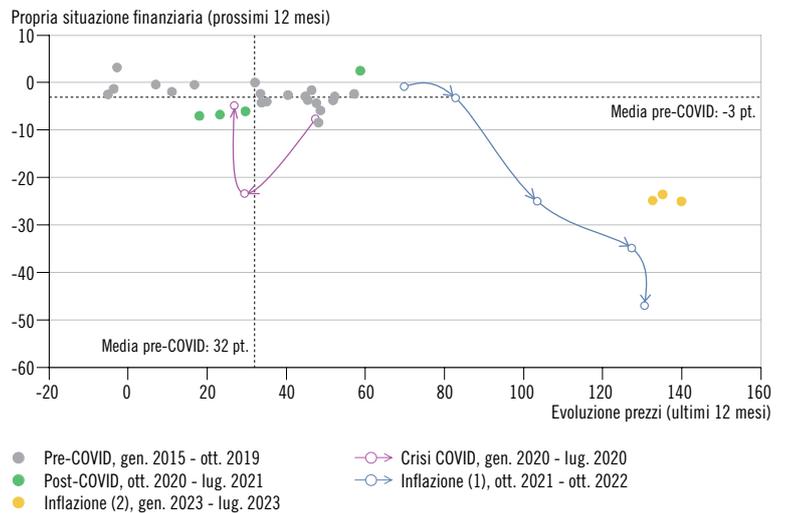
Questa evoluzione diventa ancora più strana se si pensa che negli ultimi mesi l'indice dei prezzi al consumo ha iniziato a rallentare il suo ritmo di crescita.

Fino a pochi mesi fa le percezioni sull'andamento dei prezzi e l'evoluzione dei prezzi erano grossomodo in linea e, di conseguenza, c'era anche una certa correlazione tra andamento dei prezzi e andamento dell'indice sul clima di fiducia dei consumatori. Negli ultimi mesi questa reciprocità è invece venuta meno: il clima di fiducia dei consumatori rimane relativamente basso e piuttosto distante dai valori medi di riferimento, nonostante un contesto economico in cui i prezzi sono tornati a aumentare in maniera moderata (F. 6).

Nella seconda parte dell'articolo si propone allora di approfondire l'analisi, spostando l'attenzione sull'IPC, il cui tasso di crescita è passato in un anno da +3,4% a +1,5% (confrontando il dato di luglio 2022 a quello di luglio 2023).

F. 4

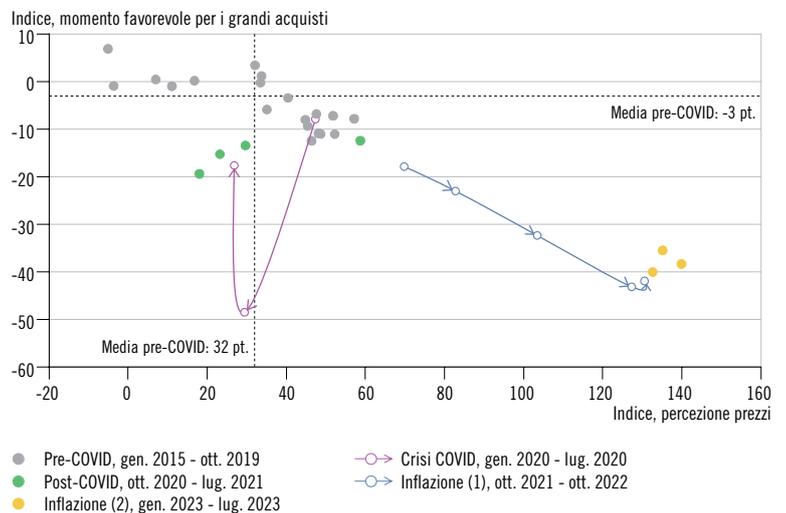
Confronto tra valutazione dell'evoluzione dei prezzi (ultimi 12 mesi) e della propria situazione finanziaria (prossimi 12 mesi), secondo la fase congiunturale, da gennaio 2015



Fonte: Indagine sul clima di fiducia dei consumatori, SECO

F. 5

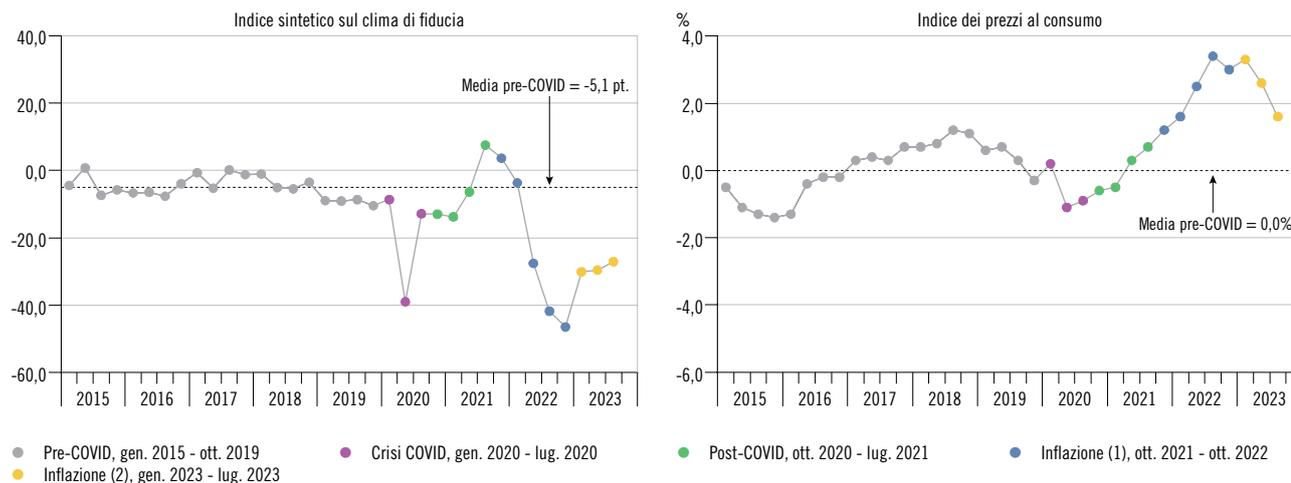
Confronto tra valutazione dell'evoluzione dei prezzi (ultimi 12 mesi) e propensione agli acquisti, secondo la fase congiunturale, da gennaio 2015



Fonte: Indagine sul clima di fiducia dei consumatori, SECO

F.6

Indice sintetico sul clima di fiducia e variazione dell'indice dei prezzi al consumo (in %), date delle indagini raggruppate per fase, da gennaio 2015



Fonti: Indagini sul clima di fiducia dei consumatori, SECO; indice dei prezzi al consumo, UST

Le domande a cui cercheremo di dare una risposta sono le seguenti: nei due periodi quali voci di spesa hanno sostenuto la crescita dei prezzi? Quale voci invece stanno contribuendo meno? Come sono cambiate le forze in campo?

Come sta cambiando l'inflazione?

A luglio 2022 il tasso di inflazione in Svizzera aveva raggiunto la soglia del 3,4%, valore appena sotto alla punta di 3,5% registrato poi nel mese successivo. Dodici mesi dopo, a luglio 2023, il tasso di inflazione è sceso al +1,6%, dando così continuità al rallentamento che si osserva già da inizio anno e che ha riportato il tasso di crescita dei prezzi sotto la soglia del 2,0%.

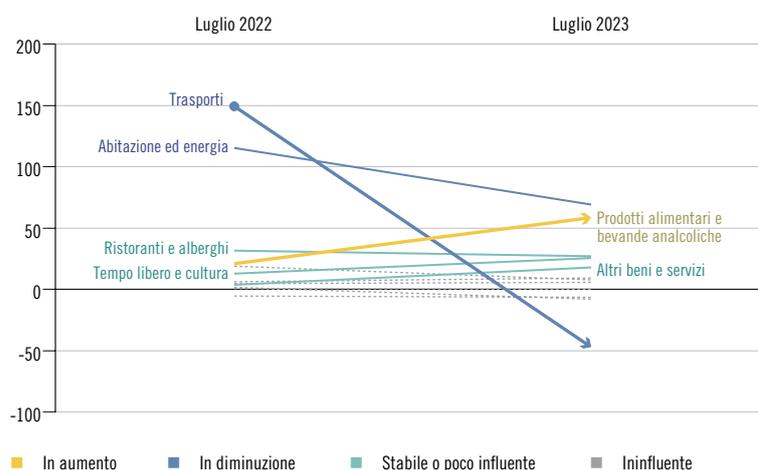
Ma, al di là del tasso di crescita dell'inflazione, come sta cambiando l'inflazione? Per rispondere a questa domanda si ripropone di considerare il contributo alla crescita delle diverse voci di spesa che compongono il paniere di riferimento (Stephani, 2022).

Il contributo alla spesa può essere letto come la variazione di prezzo di un determinato bene o servizio moltiplicata per il suo peso. Ad esempio a luglio 2022 i prezzi dalla voce Affitto sono cresciuti su base annua dell'1,4%; visto che questa voce ha un peso del 14,9%, si ottiene che il suo contributo alla spesa è pari a 21 punti (per facilitare la lettura si propone di esprimere il contributo alla spesa moltiplicando i punti percentuali per 1.000 e di arrotondarli all'unità).

Partendo dalla suddivisione più generale, il paniere di riferimento può essere suddiviso in 12 gruppi principali: 1) Prodotti alimentari e bevande analcoliche, 2) Bevande alcoliche e tabacchi, 3) Indumenti e calzature, 4) Abitazione ed energia, 5) Articoli e servizi per la casa, 6) Sanità, 7) Trasporti, 8) Comunicazioni, 9) Tempo libero e cultura, 10) Insegnamento, 11) Ristoranti e alberghi, 12) Altri beni e servizi.

F.7

Contributo alla crescita dell'IPC, secondo il gruppo di spesa, confronto tra luglio 2022 e luglio 2023



Fonte: Indice dei prezzi al consumo, UST

Nel luglio 2022 il gruppo che più contribuiva alla crescita dell'inflazione era la voce Trasporti (150 pt.) seguita dal gruppo Abitazione e energia (115 pt.). Più distanziate le voci Ristoranti e alberghi e Prodotti alimentari.

Dodici mesi dopo, nel luglio 2023, il contributo alla crescita della voce Trasporti è diventato addirittura negativo (-50 pt.), quello della voce Abitazione e energia si è anche ridimensionato ma, nonostante ciò, è diventata la voce più influente (70 pt.). Relativamente stabile il contributo della voce Ristoranti e alberghi, che rimane vicino ai 30 punti. Sul fronte delle voci i cui prezzi hanno iniziato a fare aumentare l'indice complessivo, si evidenzia invece la voce Prodotti alimentari, il cui contributo alla crescita dell'inflazione è passato in dodici mesi da 20 a 60 punti. Infine, anche se risultano un po' meno rilevanti, sono in aumento anche i contributi alla crescita di alcune altre voci, tra cui: Tempo libero e cultura e Altri beni e servizi [F. 7].

A differenza di un anno fa il rincaro attuale implica maggiormente i beni alimentari, una voce di spesa con la quale siamo confrontati più frequentemente. Già questo primo sguardo sulla struttura dell'inflazione rende un po' più comprensibile la crescita delle persone che avvertono un forte aumento dei prezzi.

Il passo seguente è approfondire l'analisi, andando a vedere nel dettaglio le voci che sottostanno ai gruppi principali, iniziando proprio dalla voce che fino a un anno fa aveva trascinato al rialzo l'inflazione: la voce Trasporti.

Prezzi che sembrano diminuire, la voce Trasporti

Nel 2023 il tasso di crescita di tutte le voci del gruppo Trasporti sono stati in costante diminuzione. Ad esempio nel caso dei carburanti il tasso di crescita è diventato addirittura negativo, a luglio 2023 il prezzo della benzina segnava un calo del -19,9%, il diesel del -20,4% e così il loro contributo alla crescita è sceso a -30 punti e, rispettivamente, -15 punti [F. 8].

La differenza è notevole rispetto a un anno fa quando il loro contributo alla crescita era di 47 punti per la benzina e di 24 punti per il diesel. Come mai la diminuzione dei prezzi dei carburanti non è stata colta dai consumatori? Una prima ragione potrebbe essere che un anno fa erano in crescita "solamente" i prezzi di carburanti, per cui i consumatori forse tendevano a relativizzare questa crescita. Una seconda ragione è legata al fatto che i prezzi dei carburanti sono ancora alti, nonostante il calo su base annua. Infatti, prendendo come punto di riferimento il mese di dicembre 2020, si scopre come i prezzi dei carburanti segnano ancora una differenza positiva del 25%. Non si può quindi escludere che i consumatori, nel caso dei carburanti, continuino a confrontarsi rispetto a ai prezzi del 2020 e non rispetto ai prezzi di un anno fa.

Un'altra voce interessante è quella dei Trasporti aerei, prima di tutto nell'annotare come nonostante un peso relativamente basso (0,52%) nel luglio 2022 segnava un contributo alla crescita notevole di 44 punti a causa del forte incre-

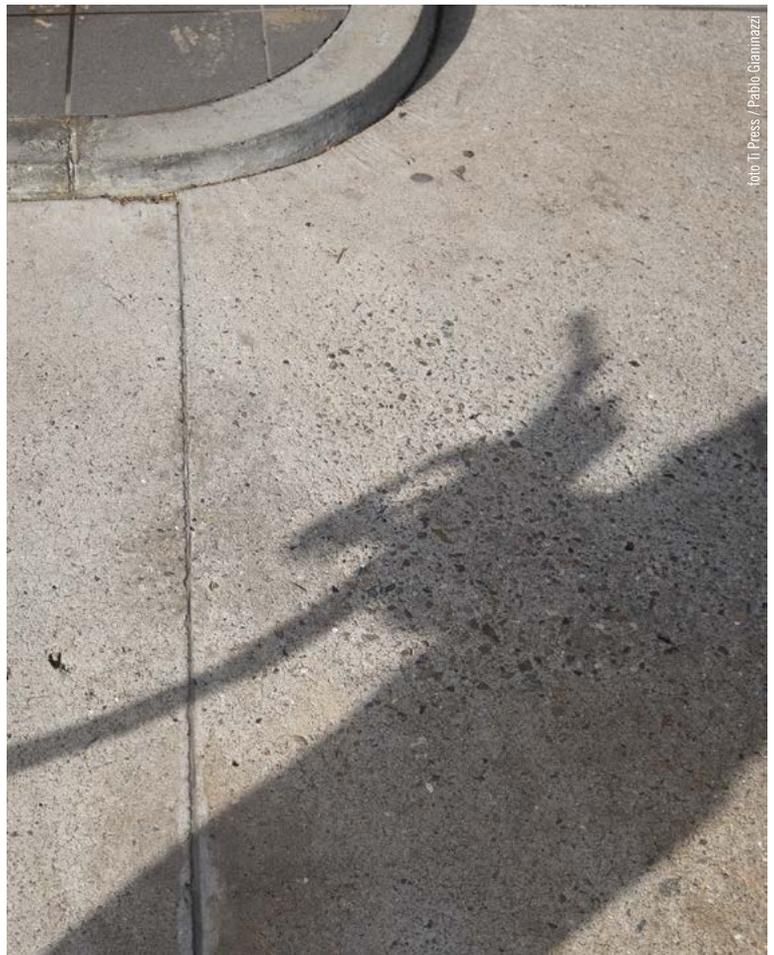
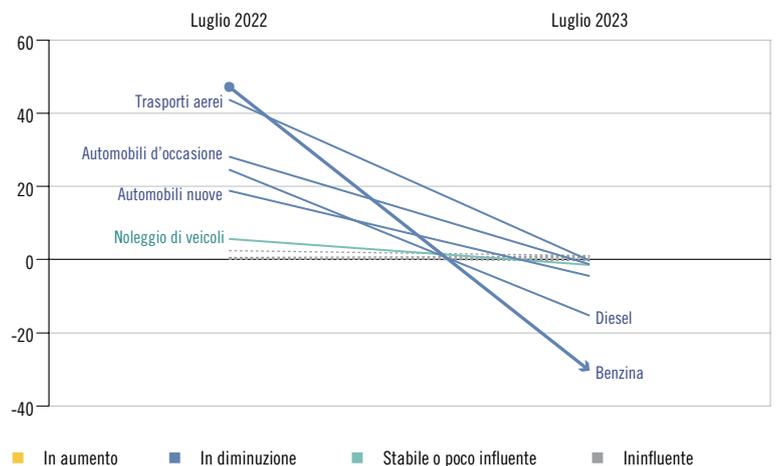


foto: T. Press / Pablo Giaminazzi

F. 8

Contributo alla crescita dell'IPC della voce Trasporti, secondo le varie voci di spesa, confronto tra luglio 2022 e luglio 2023



Fonte: Indice dei prezzi al consumo, UST

mento dei prezzi: +77,6%. Attualmente il contributo alla crescita è praticamente nullo, visto che i prezzi a luglio 2023 sono rimasti sugli stessi livelli dell'anno scorso. Ancora una volta sorge la domanda: come mai la quota di persone che percepiscono un forte aumento dei prezzi non era già cresciuto già un anno fa? Rispetto ai carburanti, di cui conosciamo grossomodo i prezzi di tre anni fa, coi prezzi del biglietto aereo il confronto è più difficile, basti pensare che anche in questo caso la cadenza di questo consumo è

decisamente più bassa. Un'altra ipotesi, nell'ottica del consumatore-turista, potrebbe collegarsi al fatto che la nostra valutazione è meno oggettiva e potrebbe allora capitare che si finisca per confrontare servizi molto diversi, come ad esempio un volo a corto raggio a un volo a lungo raggio. Inoltre, dopo due anni di pandemia, in tanti avevano accumulato un piccolo risparmio grazie all'impossibilità di spendere per i viaggi a scopo turistico. L'esistenza di questi risparmi potrebbe allora aver "facilitato", almeno inizialmente, i consumatori ad accettare i prezzi più alti. Seguendo queste ipotesi, i consumatori potrebbero anche essere stati persuasi a accettare questi aumenti dei prezzi per il fatto che erano relativamente facili da spiegare, visto il forte aumento della domanda contro un'offerta non ancora a regime.

Proseguiamo ora l'analisi andando a osservare la voce che più è stata in crescita in questo periodo: quella dei Prodotti alimentari.

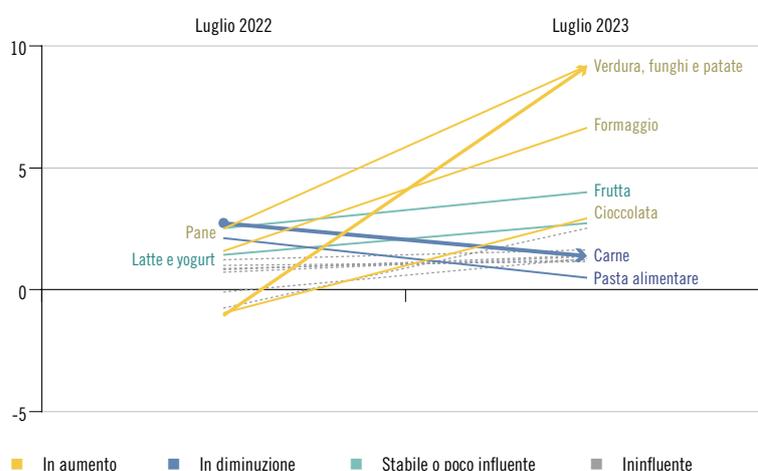
Prezzi che crescono, la voce Prodotti alimentari

Il contributo alla crescita dei Prodotti alimentari non sta solo aumentando, ma è in controtendenza rispetto all'andamento generale. Guardando nel dettaglio si nota che la crescita di questa voce è determinata dall'aumento di tre categorie di prodotti relativamente importanti come: Verdura, funghi e patate, Pane e Formaggio [F. 9]. Il contributo della Frutta è rimasto relativamente stabile, ma continua a essere rilevante.

La voce prodotti alimentari potrebbe essere, come abbiamo subito indicato, una delle ragioni che ha spinto molte persone a segnalare un forte aumento di spesa non solo per l'aumento in termini di tasso di crescita ma anche per l'ampiezza dell'aumento dei prezzi, che nel 2023 è andato praticamente a coinvolgere tutte le voci del gruppo Prodotti alimentari. In pratica tra i prodotti alimentari solo due voci di spesa hanno visto contrarsi il loro contributo alla crescita dell'IPC: Carne e Pasta alimentare.

Per continuare l'approfondimento andiamo verso una voce apparentemente in contrazione: la voce Abitazione e energia.

F. 9
Contributo alla crescita dell'IPC della voce Prodotti alimentari, secondo le varie voci di spesa, confronto tra luglio 2022 e luglio 2023



Fonte: Indice dei prezzi al consumo, UST

Prezzi in apparente diminuzione, la voce Abitazione e energia

Nonostante una certa diminuzione, la voce Abitazione e energia è diventata la voce che dà il contributo più forte alla crescita dell'inflazione. Però, anche in questo caso, la struttura del contributo alla crescita è notevolmente cambiata.

Un anno fa erano i prezzi delle fonti di energia fossile a dare il maggior contributo alla crescita dei prezzi di questo gruppo. Nel corso dell'anno tanto i prezzi dell'olio da riscaldamento quanto quelli del Gas hanno perlomeno rallentato la crescita. Nel caso dell'Olio da riscaldamento, come nel caso dei carburanti, i prezzi hanno iniziato a diminuire: -29,8% su base annua a luglio, però il livello dei prezzi rimane ancora nettamente superiore rispetto a dicembre 2020 (+53,2%). Chi invece si rifornisce col Gas continua a vedere una crescita dei costi in bolletta, ma questa crescita inizia se non altro a attenuarsi. Da inizio 2023 sono entrate in vigore le nuove tariffe elettriche, che in media sono aumentate del 25,5% secondo l'IPC, questo aumento è andato così a toccare anche chi era uscito relativamente indenne dagli aumenti dei combustibili fossili nel 2022.



foto: TI Press / Pablo Giannazzi

A differenza dell'aumento delle fonti di energia fossili, che ha interessato i consumatori in maniera diversa, in funzione ad esempio della fonte di approvvigionamento, delle riserve a disposizione o dei livelli di consumo; l'aumento del prezzo dell'energia elettrica, legato anche solo all'uso della luce e dei propri elettrodomestici, ha invece coinvolto praticamente tutti.

Vista la diminuzione dei prezzi dell'energia fossile, dal 2023 la seconda voce per contributo alla crescita si trova ora la voce Affitto dell'abitazione. Questa voce, come abbiamo già visto annota un contributo importante più per il suo peso: 14,9%, che per la crescita dei prezzi degli affitti: 1,4%. In questo caso il tasso di crescita dei prezzi è relativamente nelle norma, sorge però una domanda: la crescita degli affitti riflette, come in passato, la differenza tra crescita della domanda e dell'offerta o inizia invece a riflettere l'aumento dei tassi d'interesse sulle ipoteche³ (saliti negli ultimi mesi da 1,25% a 1,50%)?

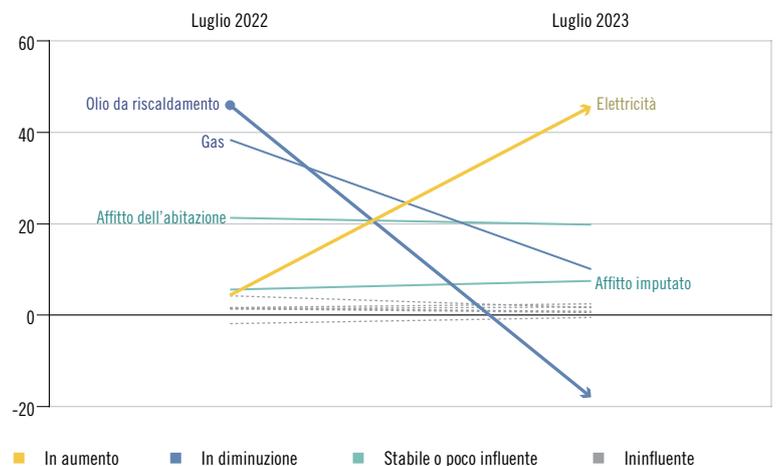
Chiudiamo questa analisi andando a guardare tre voci: Alberghi e ristoranti, Attività ricreative e Altri servizi che, seppure in maniera meno rilevante, stanno contribuendo a far crescere i prezzi. Anche in questo caso andiamo a identificare le voci particolarmente sensibili.

Prezzi ancora relativamente stabili, le voci Alberghi e ristoranti, Attività e ricreative e Altri servizi

Finora abbiamo visto che se nel 2023 sono rimaste tante le persone che giudicano i prezzi in forte crescita, ciò potrebbe essere da correlare

F. 10

Contributo alla crescita dell'IPC della voce Abitazione e energia, secondo le varie voci di spesa, confronto tra luglio 2022 e luglio 2023



Fonte: Indice dei prezzi al consumo, UST

all'aumento dei prezzi dei beni alimentari e ai costi dell'elettricità. Mentre la diminuzione dei carburanti e dell'energia fossile ha avuto un impatto minimo, visto che i costi sono comunque nettamente superiori al 2020.

In maniera simile guardando alcuni voci di spesa importanti come quelle per ristoranti, alberghi e i viaggi si nota come il contributo della voce Viaggi e quella Settore alberghiero sono in forte diminuzione ma, un po' come già riscontrato per le voci di spesa correlate alle energie fossili, si tratta di un rallentamento del tasso di crescita. Infatti entrambe queste voci erano au-

³ Ufficio federale delle abitazioni, comunicato stampa. *Il tasso ipotecario di riferimento nei contratti di locazione rimane all'1,5% (settembre 2023).* Berna. <https://www.bwo.admin.ch/bwo/it/home/das-bwo/informationen/medienmitteilungen.msg-id-97506.html>

mentante in maniera considerevole già nel 2022 (+23,6% per i Viaggi forfettari internazionali e +8,1 Settore alberghiero). Ancora una volta basta fare il confronto rispetto al 2020, +40% in tre anni e, rispettivamente +20%, per accorgersi che anche queste voci di spesa apparentemente in forte rallentamento, potrebbero invece supportare la percezione di un forte aumento dei prezzi.

Grazie all'analisi per voce di spesa dell'indicatore relativo al contributo alla crescita dell'inflazione abbiamo evidenziato come dietro al rallentamento dell'inflazione ci sono tendenze molto diverse tra loro.

Una nuova preoccupazione: la persistenza dell'inflazione

Abbiamo iniziato l'analisi partendo dall'apparente dissonanza tra le percezioni dei consumatori e l'andamento dei prezzi. Andiamo ora a concludere questa analisi, osservando come stanno monitorando l'analisi i maggiori istituti internazionali: il Fondo monetario internazionale (FMI) e l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE). Entrambi questi istituti nei loro ultimi bollettini paventano la possibilità che l'inflazione durerà più a lungo del previsto e iniziano a parlare di persistenza dell'inflazione (FMI, 2023; OCSE, 2023).

«La période prolongée de forte inflation a déjà débouché sur une augmentation de la part des produits du panier de consommation caractérisés par des augmentations annuelles de prix supérieures à 5 % au cours des 12 derniers mois»
(OCSE, 2023)

L'OCSE già nel suo bollettino di giugno ha introdotto nelle sue analisi degli indicatori sulla persistenza dell'inflazione. L'idea alla base di questo indicatore è di misurare il peso delle voci di spesa che da almeno dodici mesi consecutivi stanno aumentando con un tasso di crescita superiore al 5%.

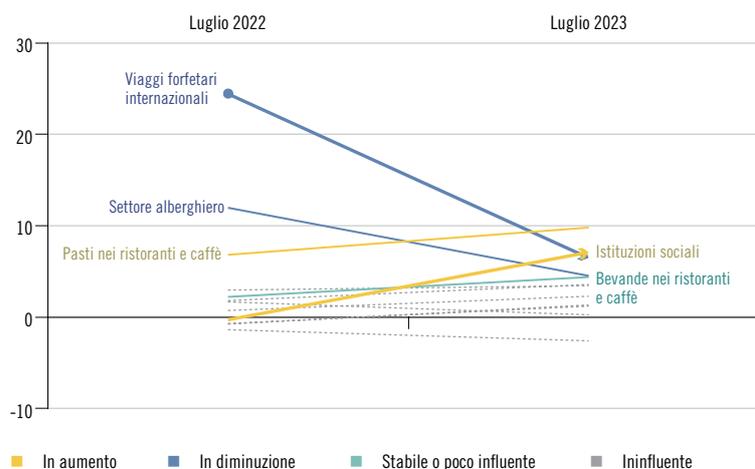
Considerato che in generale il tasso di crescita dei prezzi in Svizzera è relativamente molto



foto: Il Press / Francesca Agosta

F 11

Contributo alla crescita dell'IPC delle voci Alberghi e ristoranti, Tempo libero e Altri servizi, secondo le varie voci di spesa, confronto tra luglio 2022 e luglio 2023

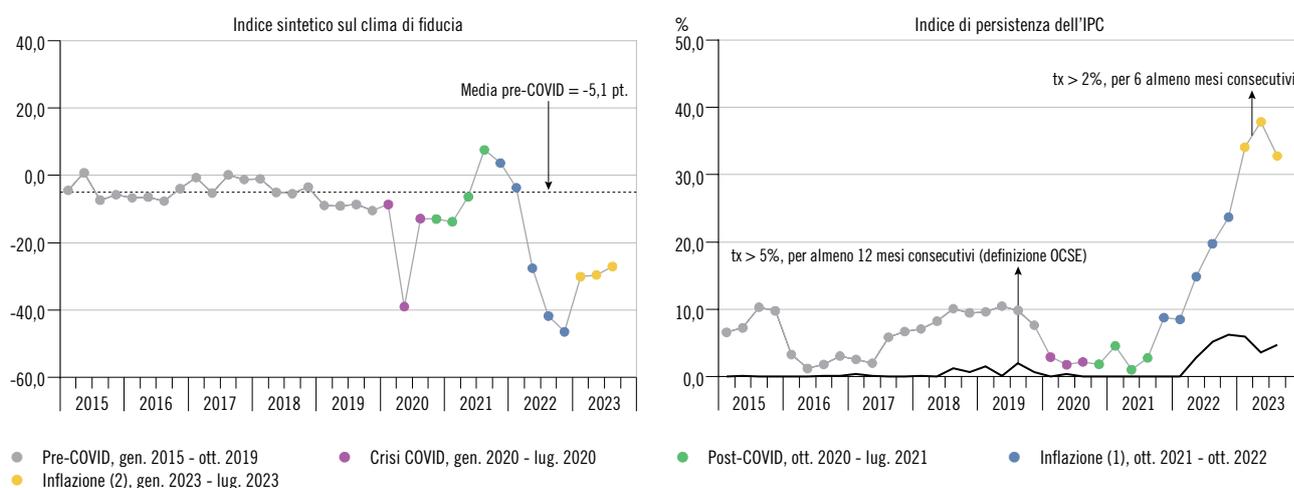


Fonte: Indice dei prezzi al consumo, UST

basso rispetto a quello misurato negli altri Paesi, come Ufficio di statistica abbiamo calcolato questo indicatore cambiando i parametri: riducendo i mesi di crescita consecutivi da dodici a sei e abbassando il tasso di crescita al 2%. Secondo i

F. 12

Indice sintetico sul clima di fiducia e indice di persistenza dell'IPC (totale pesi in %), date delle indagini raggruppate per fase, da gennaio 2015



Fonti: Indagine sul clima di fiducia dei consumatori, SECO; indice dei prezzi al consumo, UST

dati IPC del mese di luglio 2023, le voci di spesa che stanno crescendo in maniera relativamente intensa hanno un peso complessivo del 32,8% e che il picco è stato raggiunto a marzo 2023, quando la quota dell'indicatore di persistenza era pari al 38,5%⁴ [F. 12].

Guardando quali sono le voci di spesa che sono cresciute almeno del 2% negli ultimi sei mesi troviamo: Pasti nei ristoranti e caffè (che ha un peso del 3,5%), Servizi ospedalieri stazionari (3,2%), Settore alberghiero (1,5%) e Servizi e lavori di riparazione per veicoli motorizzati (1,1%).

Cercando invece le voci più persistenti, e quindi applicando la definizione dell'OCSE, scopriamo che a luglio 2023 erano venti le voci di spesa che hanno avuto una crescita superiore al 5% per almeno dodici mesi consecutivi, con un peso complessivo pari al 4,8% del paniere di riferimento. Tra queste spese, quelle con i pesi più corposi sono: Viaggi forfettari internazionali (1,0%), Istituzioni sociali (0,7%), Gas (0,7%) e Trasporti aerei (0,5%).

L'indicatore relativo alla persistenza dell'inflazione viene strettamente monitorato dagli economisti, perché è un indicatore che permette di valutare il tenore del rallentamento dell'infla-

zione. Facendo nuovamente riferimento all'ultimo bollettino dell'OCSE, si fa notare il rischio che la persistenza dell'inflazione potrebbe portare l'economia privata ad anticipare un nuovo aumento dei costi e, quindi, a sua volta dei prezzi di vendita. La proiezione di un'inflazione più alta allungherà ulteriormente la persistenza della stessa.

«Si le reflux de l'inflation se faisait attendre, cela entraînerait probablement une nouvelle hausse de cette part, aggravant les difficultés soulevées par la réduction de l'inflation, accentuant les risques que les anticipations d'inflation des marchés et du secteur privé s'établissent à des niveaux nettement supérieurs aux objectifs d'inflation, et entraînant éventuellement aussi une tendance au renforcement de l'indexation des contrats et des actifs financiers. Dans ces cas de figure, l'inflation se révélerait probablement plus persistante que prévu.» (OCSE, 2023)

Se riprendiamo le voci di spesa che finora sono state toccate da una crescita persistente dell'inflazione in Svizzera, ritroviamo sia setto-

⁴ L'indicatore di persistenza calcolato coi parametri OCSE ha invece raggiunto un punto massimo di 7,4% nel marzo 2023, da aprile in avanti si situa tra il 4% e il 5%.



foto TI Press / Pablo Giaminazzi

ri specifici dell'economia privata, come quello dei viaggi, sia comparti economici in cui ha un ruolo importante anche il settore pubblico. Tra queste voci ce ne sono alcune sotto la categoria Energia, se pensiamo alla voce Gas o altre sotto il cappello del Socio-sanitario, come ad esempio le voci: Servizi ospedalieri o Istituzioni sociali.

La fase in cui ci troviamo, in cui da una parte il tasso dell'IPC rallenta, ma dall'altra parte si osserva la crescita persistente di alcuni beni è certamente una fase delicata. Negli Stati Uniti già nei primi mesi del 2023 i media hanno iniziato a parlare apertamente di *excuseflation* (Bryant, 2023) o di *greedflation*. Con questi termini i media specializzati hanno iniziato a descrivere il fenomeno tale per cui nonostante il rallentamento generale dell'aumento dei prezzi si nota la correzione al rialzo dei prezzi di alcune voci di spesa. Quasi in parallelo, in Europa la direttrice della BCE, Christine Lagarde, ha esortato il mondo politico ad adottare degli strumenti per accompagnare le misure di politica monetaria introdotte dalla Banca centrale europea (BCE, 2023).

Infine, un altro aspetto da tenere presente è quello di riuscire a distinguere i cambiamenti di prezzo momentanei da quelli strutturali. In altri termini si tratta di riuscire a legger i dati con una prospettiva di lungo termine e facendo riferimento ad alcune macro-tendenze. Le macro-tendenze che probabilmente influenzeranno i prezzi anche nei prossimi anni sono essenzialmente tre: la de-globalizzazione, la transizione ecologica e l'invecchiamento della popolazione (Feltri, 2023).

In generale in questo articolo siamo riusciti a formulare diverse ipotesi, che chiariscono come mai le preoccupazioni dei consumatori rispetto ai prezzi stanno crescendo, nonostante il calo del tasso di crescita dell'IPC.

Bibliografia

BCE, European Central Bank. (2023). The risks of stubborn inflation. *Speech by Isabel Schnabel, at the Euro50 Group conference on: "New challenges for the Economic and Monetary Union in the post-crisis environment"*.

Bryant, C., Felsted, A. (2023). *We've All Been Way Too Accepting of Inflation*. www.bloomberg.com/opinion

FMI, Fondo monetario internazionale (2023). *Résilience à court terme, difficultés persistantes*. *Mis à jour des perspectives de l'économie mondiale*, Washington D.C.

Feltri, S. (2023). *Inflazione. Cos'è, da dove viene e come ne usciremo*. Edizioni UTET, Milano.

Kemeny, F. e Widmer S. (2022). *Pour ses 50 ans, l'indice du climat de consommation fait peau neuve. La vie économique*, Segreteria di stato dell'economia, SECO, Berna.

OCSE, Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico. (2023). *L'inflation pourrait être plus persistante que prévu avec des taux d'intérêt plus élevés pendant plus longtemps*. pp. 41-42 In: «*Perspectives économiques de l'OCDE, Volume 2023 Numéro 1*», Parigi.

Stephani, E. (2022). *Core inflation e percezioni*. *Dati, 2*, Ufficio di statistica, Bellinzona.

Il tema prezzi rimarrà probabilmente centrale anche nei prossimi anni, per questo motivo andremo a introdurre una scheda specifica su questo tema nel nostro prodotto di Monitoraggio congiunturale⁵. In questa nuova scheda non seguiremo solo l'evoluzione del tasso di crescita dell'inflazione, ma monitoreremo anche l'evoluzione del contributo all'inflazione di alcuni beni e dell'indicatore di persistenza e, ovviamente, seguiremo anche l'indice sul clima di fiducia dei consumatori, in particolare l'indice inerente all'evoluzione percepita dei prezzi.

⁵ URL breve: www.ti.ch/ustat-schede-congiuntura