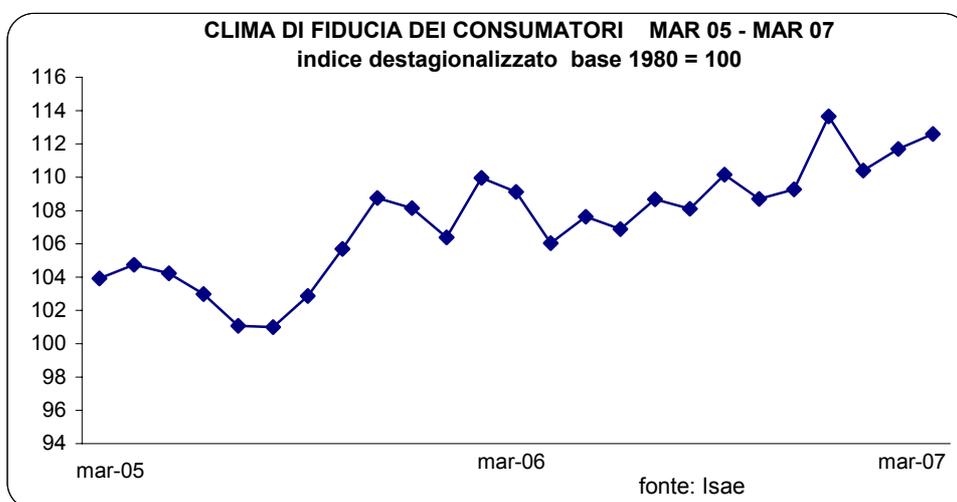


focus

settimanale del Servizio Studi BNL



Editoriale – Fiducia dei consumatori, fatturato e ordinativi delle imprese, nuovi occupati. I dati congiunturali confermano il buon momento dell'**economia italiana** e consentono di approfondire le caratteristiche del cambiamento in corso. La globalizzazione si declina nei settori più che tra i settori. La ripresa è alimentata da un input addizionale di lavoro concentrato sulle professioni tecniche, l'apporto degli immigrati, il contributo dell'esperienza. A fronte di un incremento complessivo di 333mila occupati, 377mila sono i nuovi lavoratori con età compresa tra i 35 e 54 anni. Un consolidamento strutturale della ripresa richiederà un più vasto coinvolgimento delle nuove generazioni.

Pag. 4 - Cresce l'importanza dell'**internet banking** in Italia. Nel segmento retail alla fine del 2005 i conti bancari abilitati erano 8,2 milioni di cui 5 milioni attivi. Nel segmento corporate sono 481mila le imprese che aderiscono al circuito CBI con una percentuale di uso intenso dei conti attivi che ha raggiunto il 72%. Complessivamente, per alcune grandi banche il numero delle operazioni disposte on line si avvicina o ha già superato quello delle operazioni off line. Indagini autorevoli dimostrano come i costi sensibilmente più bassi siano una motivazione essenziale del crescente ricorso all'internet banking.

11

2007

23 marzo 2007

Direttore responsabile:
Giovanni Ajassa
tel. 0647028414
giovanni.ajassa@bnlmail.com

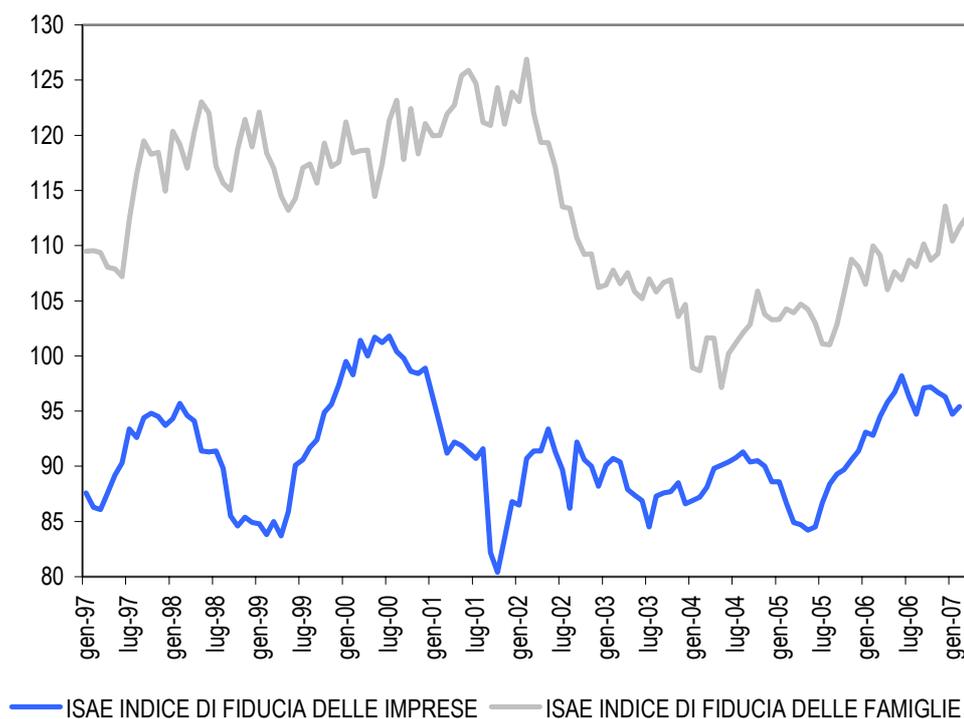
Banca Nazionale del Lavoro
Via Vittorio Veneto 119 - 00187 Roma
Autorizzazione del Tribunale di Roma n. 159/2002 del 9/4/2002

Le opinioni espresse non impegnano la responsabilità della banca.

 **BNL**
Gruppo BNP PARIBAS

Editoriale: interpretare il cambiamento

Clima di fiducia dei consumatori e delle imprese
(indice base 1980=100)



Fonte: ISAE

I dati diffusi dall'ISAE sull'andamento della fiducia dei consumatori confermano il buon momento dell'economia italiana. Per la seconda volta consecutiva, in marzo, l'indice è salito raggiungendo il valore di 112,6 che è poco sotto il picco stagionale dello scorso dicembre (113,6). Migliorano i giudizi sul quadro corrente, le attese a breve termine, le valutazioni sulla situazione economica generale del paese. Da parte dei consumatori c'è la percezione di un rallentamento della dinamica inflazionistica corrente anche se sale leggermente l'aspettativa di aumenti dei prezzi più consistenti nei prossimi mesi. Dal lato delle imprese, i dati ISTAT sul fatturato e sugli ordinativi dell'industria a gennaio indicano una flessione rispetto a dicembre che però lascia largamente positive le variazioni registrate su base annua. I dati annuali confermano come la ripresa si distribuisca su tutto il ventaglio delle attività manifatturiere. Tra gennaio 2006 e gennaio 2007 il fatturato è cresciuto del 17,6% per le imprese che producono macchine e apparecchi meccanici e del 18,8% per i produttori di mezzi di trasporto. A livello di ordini colpisce l'incremento di circa il 22% delle pelli e delle calzature, un comparto "tradizionale" che appare uscire dalla lunga crisi degli anni passati. Un terzo ordine di riscontri proviene dal mercato del lavoro. I dati del quarto trimestre 2006 registrano un incremento su base annua di 333.000 occupati. Si tratta di un netto miglioramento rispetto al 2005 quando il numero degli occupati aumentò solo di 55mila unità. Nell'ambito dei 333mila nuovi occupati registrati nei quattro trimestri del 2006, i nuovi

lavoratori dipendenti sono 242mila. Tra questi, 191mila sono i nuovi occupati dipendenti a carattere temporaneo e 51mila sono gli occupati a carattere permanente. Dei 333mila nuovi occupati del 2006, 158mila sono stranieri (il 47%). Di questi, 124mila sono i nuovi occupati stranieri dipendenti tra cui, a loro volta, sono 94mila i nuovi lavoratori a carattere permanente e 34mila gli occupati a carattere temporaneo. E' interessante osservare come nell'ultimo anno il numero degli occupati in "professioni tecniche" (dai meccanici agli agronomi, dagli infermieri agli informatici agli animatori turistici ...) sia cresciuto in Italia di ben 478mila unità contro un calo di 174mila "impiegati". Nel circa mezzo milione di nuovi tecnici, 27mila sono stranieri. Un ulteriore elemento di interesse deriva dalla distribuzione per classi di età dei nuovi occupati che aumentano soprattutto nel segmento tra i 35 e 54 anni (+377mila unità) dove verosimilmente è più forte il bagaglio di esperienza che si porta nel nuovo lavoro.

I dati sulla fiducia e, ancor di più, quelli sul fatturato e sulla nuova occupazione ci confermano l'immagine di un paese in movimento. C'è un recupero di fiducia dei consumatori utile per tonificare il contributo delle spese individuali alla futura crescita della domanda. Ci sono nuovi segni di quella trasformazione virtuosa dell'industria che vede gli effetti della globalizzazione declinarsi non tanto tra i settori quanto dentro i singoli comparti industriali. Intendiamo dire che all'interno di ciascun settore del "made in Italy" - anche in quelli considerati "maturi" o "tradizionali" - la globalizzazione ha fatto selezione. Le imprese che crescono diventano pivot di un'espansione internazionale, nella produzione, nelle vendite e nella finanza. Dopo anni di saldi negativi, il bilancio positivo tra chi cresce e chi esce comincia ad essere visibile, oltre che nei conti aziendali, anche nei numeri della macroeconomia.

Un correlato essenziale di questa trasformazione si coglie ora nei dati del mercato del lavoro. L'aumento dell'occupazione privilegia le professioni tecniche, il prezioso apporto degli immigrati, l'esperienza di chi ha già lavorato. Le caratteristiche congiunturali della domanda di lavoro sono coerenti con la necessità di alimentare oggi la ripresa in corso. Ma, nel quadro di questa ripresa, rimane ancora in ombra il contributo dei giovani. Dai giovani, invece, molto si attende per dare una prospettiva di lungo periodo al rilancio dell'economia italiana. Che fare? Due temi si impongono all'attenzione. In primo luogo, il disegno di un sistema di welfare che, nel rispetto dei vincoli di sostenibilità della finanza pubblica, aiuti la crescita agevolando l'approccio delle nuove generazioni alla nuova realtà del lavoro. Come è stato di recente autorevolmente ricordato "i sussidi di disoccupazione in Italia esistono solo per chi vive nel mondo dell'impiego a tempo indeterminato e perciò stesso escludono la gran parte dei giovani, che vivono nel mondo del lavoro intermittente"¹. In secondo luogo, va rinsaldato e aggiornato il legame tra produzione e istruzione. L'Italia dell'economia ritrova la via della crescita riqualificando la manifattura. Per l'Italia dell'istruzione è un segnale importante per non dimenticare il valore dell'educazione "tecnica" accanto a quella umanistica.

Giovanni Ajassa

¹ Tommaso Padoa-Schioppa, *Nota sulle prospettive economiche e finanziarie*, 15 marzo 2007, Ministero dell'Economia e delle Finanze.

L'internet banking in Italia: inizia una fase di più deciso sviluppo

S. Carletti ☎ 06-47028440 – silvano.carletti@bnlmail.com

L'internet banking in Italia sembra finalmente decollato: cresce il numero dei conti abilitati e ancor più quello dei conti attivi, e tra questi quelli utilizzati a fini dispositivi. Nel complesso, i dati sembrano indicare che all'attività promozionale delle banche si sta affiancando un crescente interesse della clientela.

Lo sviluppo dell'internet banking è stato favorito da due circostanze: l'adozione di un'ampia differenziazione nel *pricing* in funzione del modo con cui viene conclusa l'operazione; la migliorata dotazione tecnologica delle famiglie (diffusione della banda larga).

Studi recenti confermano il positivo impatto dell'internet banking sulla redditività bancaria e ne analizzano, più in dettaglio, il profilo temporale.

Famiglie e imprese cominciano ad apprezzare l'internet banking

L'internet banking in Italia sembra finalmente decollato. E' quanto attestano molti dati comunicati in questi ultimi mesi. Secondo l'ultimo rapporto in materia predisposto dall'ABI², alla fine del 2005 nel comparto famiglie i conti bancari abilitati ad operare sull'internet banking erano oltre 8,2 milioni; di essi il 61% (5 milioni di conti) poteva essere definito attivo, aveva effettuato cioè nel corso dell'ultimo anno un'operazione di tipo informativo o dispositivo. La notizia positiva è non solo che il numero dei conti abilitati è cresciuto notevolmente (+ 27% rispetto all'anno precedente) quanto piuttosto che il numero dei conti attivi è aumentato ancora di più (+40%, 1,4 mln di conti in più). Il rapporto conti attivi/conti abilitati ha così compiuto un rilevante balzo in avanti passando dal 55% al 61%. Tralasciando il trading on-line che ha una storia a sé (2,7 mln di conti abilitati di cui 1,6 mln attivi), le altre due modalità di operatività remota (il mobile banking e la banca telefonica) occupano una posizione molto più defilata, entrambe con poco più di un milione di conti attivi. La seconda notizia positiva è che nell'ambito dell'internet banking la crescita dei conti dispositivi è decisamente brillante, tanto che la loro incidenza sul totale dei conti attivi sale di quasi 12 punti percentuali (al 65,5%). Nel complesso questi dati sembrano indicare che all'attività promozionale delle banche si sta affiancando un crescente interesse della clientela.

Notizie ugualmente positive provengono dal mondo delle imprese nel cui ambito si può distinguere sia un internet banking "monobanca" sia un internet banking "multibanca". Quest'ultima modalità, la più importante, è riassumibile quasi esclusivamente nel circuito CBI (Corporate Banking Interbancario) che consente ad un'azienda di lavorare in rete con tutte le banche con cui intrattiene rapporti. Ad esso aderiscono 481mila imprese (+4,6% nel 2005). Il numero dei conti CBI è circa cinque volte maggiore considerato che in media ciascuna delle imprese collegate intrattiene rapporti con 4,7 banche diverse. L'apprezzamento per questa modalità operativa è segnalato sia dalla ridotta percentuale (appena l'8%) dei conti cosiddetti "dormienti" (abilitati ma non attivi) sia dall'intenso uso in modalità dispositivo (il 72% dei conti attivi).

Lo sviluppo del CBI sembra ancora lontano dall'aver raggiunto una piena diffusione. Secondo quanto accertato dalla Banca d'Italia³, infatti, appena il 38,8% delle imprese appartenenti ad un campione rappresentativo aderisce a questo circuito, percentuale che sale solo al 48,7% per le imprese di maggiore dimensione considerate nell'indagine (oltre 200 addetti).

L'indicazione di progresso fornita da questi dati trova un'importante conferma in quanto reso noto da una delle maggiori banche italiane che nel 2006 ha comunicato che il numero delle operazioni disposte online (in tutte le modalità) ha superato in più mesi il numero di quelle perfezionate allo sportello. Più precisamente, le rispettive quote sono risultate pari al 53% e

² Osservatorio e-committee (2006), *La multicanalità delle banche. Rilevazione al 31 dicembre 2005*.

³ Banca d'Italia (2006), *I progressi nella diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel sistema dei pagamenti*, Tematiche istituzionali.

al 47%. Solo due anni prima (nel luglio 2004) la quota delle operazioni online era al 37%, vale a dire 16 punti percentuali in meno. A rendere la notizia importante è la percezione che a questo traguardo siano arrivate o siano prossime anche altre banche.

L'utilizzo del canale online, tuttavia, varia fortemente in funzione della dimensione della banca: facendo riferimento alla sola esecuzione dei bonifici, il ricorso allo sportello è inferiore al 40% nel caso delle banche maggiori, si attesta al 54-55% per le banche grandi e medie, sale al 64 - 68% per le banche piccole e minori⁴.

I fattori che alimentano il successo dell'internet banking

Tra le molte circostanze che hanno reso possibile questa accelerazione dell'internet banking due meritano una particolare sottolineatura. La prima è quella del pricing. Da una analisi realizzata dalla Banca d'Italia, condotta su dati ricavati da PattiChiari e riferita al 2005 risulta che posta uguale a 100 la commissione mediamente richiesta per l'esecuzione via internet di un bonifico domestico si sale a 152 se l'operazione è eseguita tramite canale telefonico, a 234 se si tratta di un ordine ripetitivo, a 400 se si va allo sportello ed il regolamento è con addebito in conto, a 623 se svolta allo sportello e con regolamento per cassa. La seconda circostanza particolarmente favorevole allo sviluppo dell'internet banking è legata alla crescita della dotazione tecnologica delle famiglie⁵: se nel 2004 possedeva un PC il 52,5% delle famiglie italiane ma solo il 10% poteva usufruire della banda larga, nel 2006 la prima percentuale è salita di 4 pp mentre la seconda si è più che raddoppiata, arrivando al 23% e superando la quota delle famiglie che accedono ad internet utilizzando ancora la banda stretta (13%). L'internet via mobile (GPRS / UMTS) è solo residuale (2%).

Dal lato delle banche, lo sviluppo dell'operatività via internet mira soprattutto a conseguire due obiettivi: la diminuzione dell'operatività allo sportello e l'aumento del flusso dei ricavi (tramite ampliamento dell'offerta a clienti esistenti o ampliamento del portafoglio clienti attratti da prodotti innovativi). Quanto evidenziato sopra segnala che il primo dei due obiettivi, quello decisamente al vertice della lista, comincia a realizzarsi in misura sostanziale, aprendo nuove prospettive di sviluppo (riduzione del personale di back office e aumento del personale impegnato nelle operazioni commerciali).

	tramite internet	tramite telefono	ordine ripetitivo	allo sportello con addebito su c/c	allo sportello con pagamento per cassa
costo in euro	0,83	1,26	1,94	3,32	5,17
costo relativo	100	152	234	400	623

fonte: Banca d'Italia

⁴ CIPA - ABI (2006), *Rilevazione dello stato dell'automazione del sistema creditizio. Situazione al 31 dicembre 2005 e previsioni 2006*, ottobre.

⁵ Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici - ANIE (2007), *Rapporto e-family 2007. Tecnologie digitali e servizi innovativi nelle famiglie*, marzo.

L'impatto dell'internet banking sulla redditività bancaria

Le analisi relative all'impatto dell'internet banking sulla redditività delle banche non sono molto numerose e in genere basate su dati riferiti ad anni relativamente lontani, un limite significativo se considerato alla luce dello sviluppo tumultuoso del fenomeno. Uno degli studi più recenti⁶, ad esempio, pubblicato lo scorso anno, fa riferimento ad un campione di 72 banche commerciali spagnole nel periodo 1994-2002. L'obiettivo è valutare quanto e come l'adozione dell'internet banking abbia influenzato la loro performance. La conclusione cui pervengono gli autori è che tale impatto è positivo ma richiede tempo per manifestarsi: nel caso delle spese diventa significativo dopo un anno e mezzo e raggiunge il massimo entro trenta mesi; tre anni sono, invece, il periodo necessario per vedere un impatto sul ROE (Return On Equity) e sul ROA (Return On Assets). In effetti, come emerge da analisi condotte in paesi ove è più diffuso⁷, l'internet banking rende il cliente più incline ai confronti su prezzi e condizioni, circostanza che determina pressioni al ribasso sui margini reddituali.

Lo studio dei ricercatori spagnoli prosegue la tendenza di questo tipo di analisi a fornire conclusioni gradualmente più rassicuranti. Una dei primi studi in materia⁸, arrivava, infatti, alla conclusione che la redditività delle *pure internet bank* è ampiamente inferiore a quella delle banche che utilizzano una struttura distributiva più tradizionale: per il canale internet, secondo questa analisi, ad un vantaggio solo limitato dal lato dei costi si contrappone una significativa difficoltà nello sviluppo del cross-selling.

Assumendo internet come canale complementare piuttosto che alternativo rispetto ai tradizionali sportelli, studi successivi hanno, invece, concluso che una relazione positiva tra internet banking e redditività esiste effettivamente. Il recente studio dei ricercatori della banca centrale spagnola, nel confermare questa conclusione, precisa in modo più dettagliato alcuni aspetti della relazione.

⁶ Hernando Ignacio; Nieto Maria J. (2006), "Is the Internet Delivery Channel Changing Banks' Performance? The case of Spanish Banks", Banco de Espana, *Documento de Trabajo n. 0624*.

⁷ Meyer, Thomas (2006), "Banking Online Boosts and Curbs Customer Loyalty", *Deutsche Bank Research*, Novembre.

⁸ De Young Robert (2001), "The financial performance of pure play Internet banks", *Economic Perspectives, Federal Reserve Bank of Chicago*, First Quarter.

Usciti in Italia: dati e fatti dell'economia italiana

A. Sagnotti ☎ 06-47028436 – antonio.sagnotti@bnlmail.com

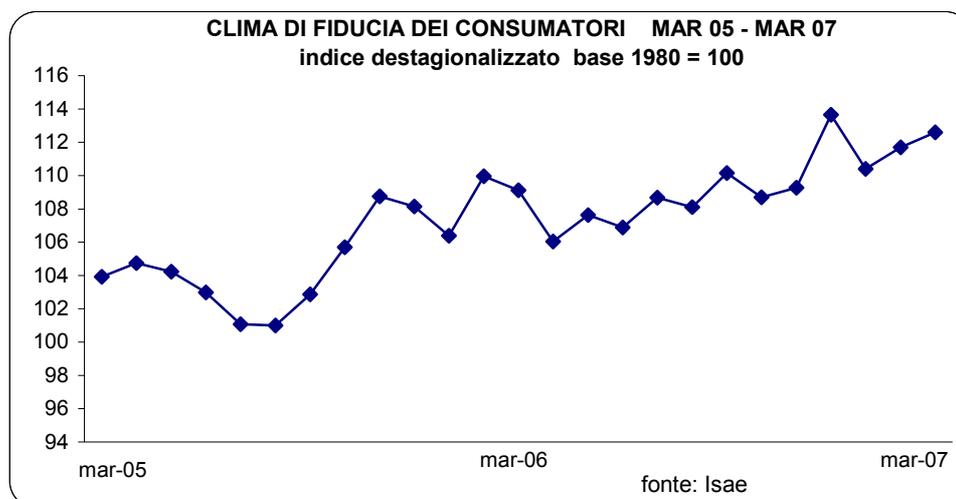
A marzo, il clima di fiducia dei consumatori è cresciuto per il secondo mese consecutivo, avvicinandosi ai livelli massimi di dicembre. Tornano a salire le valutazioni sul quadro economico generale del paese, mentre peggiorano lievemente quelle sulla situazione personale degli intervistati.

A gennaio, gli ordini all'industria hanno segnato una flessione rispetto al mese precedente intorno a due punti percentuali. Rispetto a gennaio 2006, gli ordinativi hanno registrato un incremento di poco superiore all'8%. Anche il fatturato ha subito una flessione congiunturale del 2,4%, mentre su base annua ha mostrato una variazione positiva dell'11%. I migliori risultati sono stati ottenuti dal comparto dei beni strumentali e da quello dei prodotti intermedi.

Nel 2006, migliora la situazione del mercato del lavoro italiano. L'offerta di lavoro ha registrato un aumento dello 0,9%, (poco più di 200 mila unità rispetto al 2005). L'occupazione è aumentata dell'1,9% (+425 mila unità). Il tasso di disoccupazione è sceso al 6,8%, dal 7,7% dell'anno prima.

Cresce a marzo la fiducia dei consumatori

A marzo, la fiducia dei consumatori è in crescita. L'indice destagionalizzato si è posizionato a 112,6 da 111,7 registrato il mese prima, riportandosi vicino ai massimi di dicembre 2006.



Tornano a salire le valutazioni sulla situazione economica generale del paese (l'indice passa da 99,1 a 101,9). Migliorano sia i giudizi sul quadro corrente, sia le attese a breve termine, mentre peggiorano lievemente quelli sulla situazione personale (da 117,8 a 117,5). Coerentemente, diminuisce la possibilità futura di effettuare risparmi. I consumatori si mantengono infine prudenti circa la convenienza attuale all'acquisto di beni durevoli.

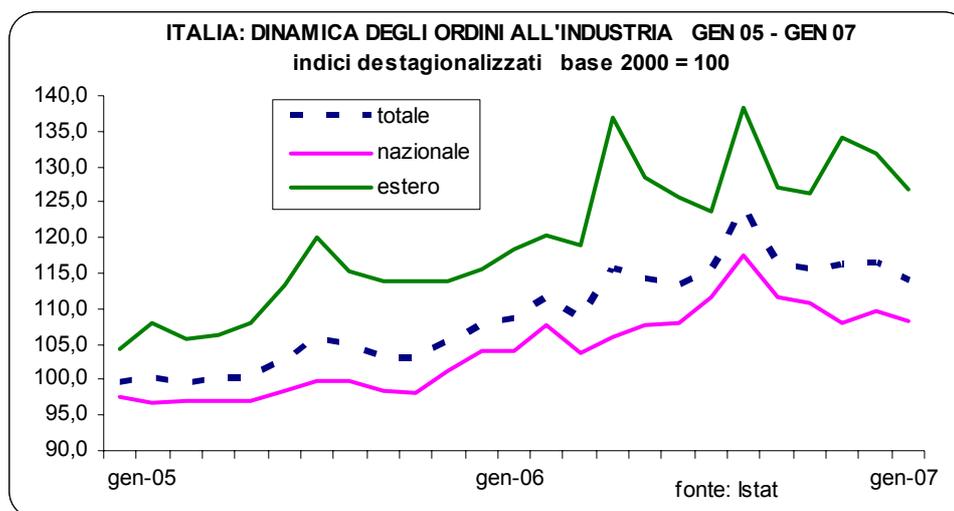
Relativamente ai prezzi, gli intervistati confermano i giudizi di un rallentamento della dinamica inflazionistica, anche se aumentano leggermente quanti si attendono aumenti più consistenti per i prossimi 12 mesi.

Il recupero della fiducia si diffonde in modo eterogeneo nel territorio nazionale. In particolare, nel Centro-Sud si osserva un generale miglioramento di tutte le variabili rilevate

nell'indagine mentre nel Nord si evidenzia un peggioramento delle valutazioni sulla situazione personale e una sostanziale stabilità sul quadro economico generale.

A gennaio calano fatturato e ordini all'industria

A gennaio 2007, l'indice generale destagionalizzato degli ordinativi all'industria ha mostrato una flessione su base mensile del 2,1%, riportandosi ai livelli di metà 2006. La diminuzione maggiore è stata registrata dagli ordini esteri (-3,8%), mentre le commesse interne hanno evidenziato un calo dell'1,3%. Rispetto allo stesso mese del 2006, gli ordini interni hanno segnato un incremento dell'8,3%, derivante da una crescita del 7,3% sul mercato interno e del 10% su quello estero.



Il recente trend degli ordinativi all'industria ha toccato il punto di massimo ad agosto 2006, per poi ripiegare. Il calo è risultato costante e graduale per le commesse provenienti dall'interno, mentre una maggiore variabilità si è registrata sul fronte estero. Negli ultimi due anni, il livello degli ordini totali è aumentato del 14,4%: sintesi di un incremento dell'11% degli ordini interni e del 21,7% di quelli esteri.

A gennaio 2007, le variazioni tendenziali di crescita più significative degli ordinativi si sono manifestate nelle industrie delle pelli e delle calzature (+21,7%), dei metalli e prodotti in metallo (+19,4%), e nella produzione di macchine e apparecchi meccanici (+16,3%); le diminuzioni maggiori si sono registrate nelle industrie tessili e dell'abbigliamento (-11,3%) e nella produzione di mobili (-2,8%).

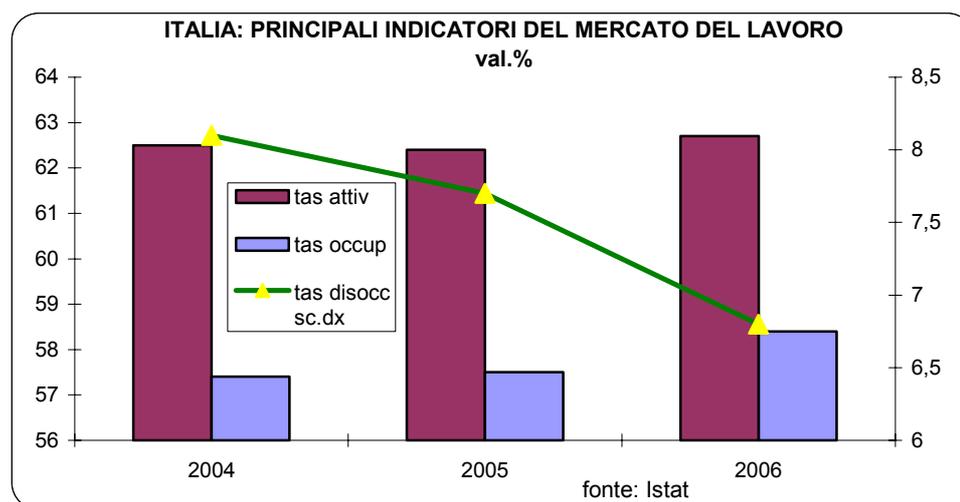
La dinamica degli ordinativi alle imprese è in linea con quella del fatturato di gennaio, il cui indice destagionalizzato ha segnato una flessione del 2,4% (- 2,5% il mercato nazionale e - 1,7% quello estero). Su base annua, l'incremento del fatturato dell'industria è risultato pari all'11,1% (+9,4% le vendite sul mercato nazionale e +15,7% su quello estero). Rispetto a gennaio 2006, i maggiori aumenti si sono avuti per i beni strumentali (+18,2%) e quelli intermedi (+15%). I beni di consumo e quelli energetici hanno segnato rispettivamente un incremento del 7,9% e una diminuzione dell'8,4%.

Nel 2006, migliorano gli indicatori del mercato del lavoro

Nel quarto trimestre del 2006, l'offerta di lavoro ha registrato un incremento dello 0,2% rispetto allo stesso periodo del 2005 ed è rimasta pressoché invariata sul trimestre precedente. Il numero degli occupati è risultato pari a poco più di 23 milioni di unità, con un incremento su base annua dell'1,5% (+333 mila unità). Un contributo rilevante è stato ancora una volta fornito dalla componente a tempo determinato (190 mila unità) e dagli stranieri.

Il tasso di attività, con riferimento alla popolazione 15-64 anni, è stato pari al 62,9% (69,2% al Nord, 65,9% al Centro e 53,1% al Sud). Il tasso di occupazione, sempre per la stessa fascia di età, si è attestato al 58,5% (66,4% al Nord, 61,7% al Centro e 46,6% al Sud). Il tasso di occupazione maschile si è portato al 70,3% (con una punta del 75,7% al Nord); quello femminile, pur essendo aumentato di un punto percentuale rispetto al quarto trimestre del 2005, si è fermato al 46,7% (31,5% nel Mezzogiorno).

Il numero delle persone in cerca di occupazione è risultato pari a poco più di un milione e 700 mila unità, in calo rispetto allo stesso periodo del 2005 del 13,7% (-272 mila). Il tasso di disoccupazione si è posizionato al 6,9% (8% nel quarto trimestre 2005).



Nella media del 2006, l'offerta di lavoro ha registrato un aumento dello 0,9%, pari a 210 mila unità in più rispetto al 2005. Il tasso di attività 15-64 anni è stato del 62,7%, contro il 62,4% del 2005. L'occupazione è aumentata dell'1,9% (+425 mila unità). Il tasso di occupazione si è attestato al 58,4% (57,5% nel 2005). L'occupazione a tempo pieno ha segnato una crescita dell'1,4% rispetto al 2005 (+268 mila unità); quella a tempo parziale un progresso del 5,4% (+157 mila).

Il tasso di disoccupazione è sceso, sempre nella media del 2006, al 6,8%, dal 7,7% dell'anno prima. Al Nord le persone in cerca di occupazione rappresentano il 3,8% della forza lavoro, al Centro il 6,1%, al Sud il 12,2%.

Le previsioni sui prezzi

PREZZI AL CONSUMO													
EURO 12 (indice MUICP - EUROSTAT) base 2005=100													
	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	media
2005	98,3	98,6	99,4	99,8	100	100,1	100	100,2	100,7	101	100,8	101,1	100,0
2006	100,7	100,9	101,5	102,2	102,5	102,6	102,4	102,5	102,5	102,6	102,7	103,1	102,2
2007	102,5	102,7	103,3	103,9	104,3	104,5	104,3	104,5	104,6	104,7	104,6	104,9	104,0
variazioni congiunturali													
	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	media
2005	-0,6	0,3	0,8	0,4	0,2	0,2	-0,2	0,3	0,5	0,3	-0,2	0,3	0,2
2006	-0,5	0,3	0,6	0,7	0,3	0,1	-0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,4	0,2
2007	-0,6	0,2	0,6	0,6	0,3	0,2	-0,2	0,2	0,1	0,1	-0,1	0,3	0,1
variazioni tendenziali													
	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	media
2005	1,9	2,1	2,1	2,1	2,0	2,1	2,2	2,2	2,6	2,5	2,3	2,2	2,2
2006	2,4	2,3	2,2	2,5	2,5	2,5	2,4	2,3	1,7	1,6	1,9	1,9	2,2
2007	1,8	1,8	1,8	1,7	1,7	1,8	1,8	1,9	2,0	2,0	1,8	1,7	1,8
ITALIA (indice armonizzato IPCA - ISTAT) base 2005=100													
	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	media
2005	98,1	98,0	99,2	100,0	100,3	100,3	100,1	99,9	100,5	101,2	101,2	101,2	100,0
2006	100,3	100,2	101,4	102,3	102,6	102,7	102,4	102,2	102,9	103,1	103,2	103,3	102,2
2007	102,2	102,3	103,4	104,2	104,4	104,4	104,2	103,9	104,5	105,0	105,1	105,1	104,1
variazioni congiunturali													
	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	media
2005	-1,0	-0,1	1,2	0,8	0,3	0,0	-0,2	-0,2	0,6	0,7	0,0	0,0	0,2
2006	-0,9	-0,1	1,2	0,9	0,3	0,1	-0,3	-0,2	0,7	0,2	0,1	0,1	0,2
2007	-1,1	0,1	1,1	0,8	0,2	0,0	-0,2	-0,3	0,6	0,4	0,1	0,0	0,2
variazioni tendenziali													
	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	media
2005	2,0	2,0	2,2	2,1	2,3	2,1	2,1	2,1	2,2	2,6	2,4	2,1	2,2
2006	2,2	2,2	2,2	2,3	2,3	2,4	2,3	2,3	2,4	1,9	2,0	2,1	2,2
2007	1,9	2,1	2,0	1,9	1,8	1,7	1,8	1,7	1,6	1,8	1,8	1,7	1,8
ITALIA: prezzi al consumo per l'intera collettività (indice NIC incluso i tabacchi) base 1995=100													
	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	media
2005	125,6	126	126,4	126,6	127	127	127,5	127,7	127,7	128	128,1	128,1	127,1
2006	128,4	128,7	129	129,4	129,8	129,9	130,3	130,5	130,4	130,2	130,4	130,5	129,8
2007	130,6	131,0	131,3	131,7	132,1	132,2	132,7	133,0	133,0	133,1	133,3	133,4	132,3
variazioni congiunturali													
	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	media
2005	0,0	0,3	0,3	0,2	0,3	0,0	0,4	0,2	0,0	0,2	0,1	0,0	0,2
2006	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,1	0,3	0,2	-0,1	-0,1	0,1	0,1	0,1
2007	0,1	0,3	0,2	0,3	0,3	0,1	0,4	0,2	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2
variazioni tendenziali													
	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	media
2005	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	2,1	2,0	2,0	2,2	2,2	2,0	1,9
2006	2,2	2,1	2,1	2,2	2,2	2,3	2,2	2,2	2,1	1,8	1,8	1,9	2,1
2007	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9	2,0	2,2	2,2	2,2	1,9

Fonte EUROSTAT, ISTAT e ns previsioni