



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

10

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 11 (16 dicembre 2021)

La fine del 2021 si caratterizza per l'emergere di alcuni fattori che rischiano di rallentare la ripresa dell'economia. Oltre alla recrudescenza della pandemia, il consolidarsi delle tensioni inflazionistiche, oggettivamente di difficile soluzione nel breve termine, potrebbe rallentare il recupero della domanda delle famiglie con un ridimensionamento delle prospettive di crescita per il 2022.

Rispetto al resto dell'Europa, l'economia italiana, almeno per adesso, sembra evidenziare una condizione più favorevole.

Sul versante dei consumi anche a ottobre il recupero ha interessato principalmente i servizi che hanno beneficiato di un ulteriore passo in avanti verso la piena operatività, mentre per i beni si è tornati a un segno negativo. L'ICC indica, nel confronto annuo, una variazione del 3,4%, frutto di una crescita del 21,4% per i servizi ed un calo del 2,0% per i beni. Al di là di alcune situazioni particolari, per esempio le autovetture e l'elettronica di consumo, con segni, peraltro, opposti, l'andamento della domanda per i beni nel suo complesso conferma le difficoltà delle famiglie di passare dal recupero alla crescita vera e propria.

A novembre, dopo il rimbalzo registrato ad ottobre, il PIL, stando alle nostre stime, dovrebbe registrare una variazione dello 0,1% congiunturale, confermando l'ipotesi di un rallentamento nei mesi finali del 2021. Nel confronto annuo la crescita si dovrebbe attestare al 6,0%, dato determinato dal confronto con un mese in cui nel 2020 in molte regioni le attività del commercio e dei servizi erano praticamente sospese. Il dato di novembre conferma la nostra stima di una crescita del PIL nel 2021 del 6,2%.

Il processo di ripresa dell'inflazione, seppure abbia assunto nel nostro Paese una dimensione lievemente più contenuta rispetto ad altre realtà europee, rappresenta uno dei principali elementi di criticità.

Per il mese di novembre stimiamo un incremento dei prezzi al consumo dello 0,3% su base mensile e del 3,4% su base annua. I dati degli ultimi mesi confermano i timori del permanere dell'inflazione, pur in presenza di un attenuarsi delle tensioni a partire dalla tarda primavera del 2022, su valori abbondantemente superiori al 2% fino all'inizio del 2023.

PIL MENSILE

Anche a settembre 2021 la produzione industriale ha mostrato un'evoluzione meno dinamica rispetto a quanto rilevato nella prima parte dell'anno (+0,1% congiunturale), confermandosi comunque sui livelli pre-pandemici. Il confronto su base annua evidenzia una variazione del 4,5%. Nello stesso mese l'occupazione ha mostrato, dopo un bimestre negativo, un contenuto recupero (0,3%) che però continua a non coinvolgere la componente indipendente del mondo del lavoro. Criticità emergono anche se si guarda alle difficoltà di riportare parte degli inattivi sul mercato.

Le incertezze si sono riflesse sul *sentiment* degli imprenditori del commercio al dettaglio che segnala, anche a ottobre, un ridimensionamento (-1,2% su settembre), pur continuando ad attestarsi su livelli storicamente elevati.

Il PIL, dopo il ribalzo congiunturale di ottobre, si conferma a novembre in territorio debolmente positivo

(+0,1%), supportando l'idea di una parte finale del 2021 meno dinamica. Nel confronto annuo la variazione si attesterebbe al 6,0% (tab. 1). Consideriamo le eventualità di rivedere al ribasso le stime del PIL mensile di novembre e, quindi, dell'intero anno, prevalenti sulle possibilità di correggerle al rialzo.

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
IV trimestre 2020	-1,7	-6,6
I trimestre 2021	0,3	-0,7
II trimestre	2,7	17,0
III trimestre	2,6	3,8
Agosto 2021	0,4	3,7
Settembre	-0,7	0,3
Ottobre	0,6	5,1
Novembre	0,1	6,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A ottobre 2021¹ l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala un incremento, su base annua, del 3,4% (tab. 2), consolidando la tendenza al recupero in atto dalla primavera. In linea con quanto rilevato nei periodi più recenti e con l'ampliamento delle occasioni di fruizione del tempo libero (cinema, teatri, stadi, discoteche, viaggi, ecc.) la domanda delle famiglie si è orientata in misura più significativa verso i servizi (+21,4 nel confronto annuo). Segnali di difficoltà cominciano ad emergere per la

componente relativa ai beni, che sconta, su ottobre 2020, una riduzione del 2,0%. Gli importanti recuperi registrati da marzo, non hanno ancora permesso di tornare sui livelli del 2019, sia pure con significative differenze tra i diversi segmenti di consumo. Nel complesso dei dieci mesi del 2021 i consumi, nella metrica dell'ICC, sono ancora sotto dell'8,7% rispetto allo stesso periodo di due anni fa, sintesi di un divario dell'1,6% per i beni e del 24,5% per i servizi (ultima colonna di tab. 2).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

A ottobre si rilevano recuperi particolarmente significativi per i servizi ricreativi, la cui operatività è stata ampliata

nel mese, e per il turismo, che ha beneficiato del parziale ritorno degli stranieri (quasi esclusivamente europei)

¹ I dati dell'ultimo mese devono essere considerati come stime provvisorie in quanto ottenuti attraverso l'integrazione dei dati disponibili con uno specifico modello di previsione ARIMA applicato alle singole serie mensili che compongono l'ICC.

che rappresenta una quota importante delle presenze in questo periodo dell'anno.

Tra gli altri segmenti, gli incrementi più importanti si rilevano per gli elettrodomestici, le tv e gli altri apparecchi, la cui domanda è già superiore ai livelli registrati nel 2019. Anche ad ottobre la situazione per il settore automobilistico si conferma particolarmente difficile (-37% sullo stesso mese del 2020). Su questo andamento pesano la crisi dei microchip e l'assenza di una strategia d'incentivi di medio

periodo in grado di supportare la transizione verso una mobilità a più basso impatto ambientale.

Per quanto riguarda gli altri beni si confermano le difficoltà di recupero dell'abbigliamento e delle calzature, la cui domanda è ancora molto distante dai livelli pre-pandemia. Segnali di rallentamento si evidenziano per l'alimentazione domestica, in ragione dell'atteso recupero del fuori casa.

Tab. 2 - Variazioni tendenziali dell'ICC in quantità - dati grezzi

	2020		2021 su 2020					2021 su 2019			
	Anno	I trim	II trim	III trim	Ago	Set	Ott	Ago	Set	Ott	Gen-Ott
SERVIZI	-31,0	-31,0	45,0	12,2	10,8	8,2	21,4	-1,1	-8,2	-12,5	-24,5
BENI	-7,8	4,2	20,8	2,6	0,4	0,9	-2,0	1,4	4,2	0,1	-1,6
TOTALE	-14,8	-5,3	25,7	5,4	3,9	3,0	3,4	0,5	0,1	-3,6	-8,7
Beni e servizi ricreativi	-23,4	-5,6	36,3	10,3	9,5	9,0	9,8	-5,1	-2,5	-8,7	-14,3
- servizi ricreativi	-77,2	-98,9	303,1	113,5	83,3	169,5	385,8	-53,2	-37,3	-34,5	-74,0
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-14,9	2,7	39,5	4,2	1,2	4,7	2,3	5,2	-3,7	5,3	-4,0
Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa	-40,1	-50,6	87,0	14,3	11,9	8,9	34,5	1,1	-10,9	-16,6	-31,6
- alberghi	-50,3	-70,8	187,0	29,0	18,0	29,9	100,8	-6,5	-11,0	-12,3	-34,9
- pubblici esercizi	-36,8	-47,2	74,5	8,0	8,5	2,6	23,9	6,2	-10,9	-17,6	-30,5
Beni e servizi per la mobilità	-22,1	13,3	62,6	-3,1	-0,5	-8,6	-12,0	-0,3	-3,7	-16,7	-12,6
- automobili	-17,4	48,9	64,2	-28,6	-29,0	-34,6	-37,0	-7,7	-16,4	-28,1	-12,8
- carburanti	-18,9	0,9	53,1	8,9	9,3	8,6	5,0	4,9	8,4	-6,6	-6,3
- trasporti aerei	-61,4	-82,2	739,8	93,7	73,2	99,7	115,0	-10,6	-15,2	-24,0	-48,1
Beni e servizi per la comunicazione	4,4	9,8	8,4	2,2	1,7	3,2	-0,2	9,2	11,9	10,7	8,8
- servizi per le comunicazioni	-5,2	1,8	5,8	-1,3	-1,4	-0,5	-0,5	-5,1	-4,5	-6,4	-3,7
Beni e servizi per la cura della persona	-5,5	-4,2	15,7	4,4	1,6	5,1	3,3	0,2	6,8	7,9	-0,9
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-3,9	-5,4	10,1	6,3	1,2	8,6	5,8	-2,4	7,6	9,2	-0,3
Abbigliamento e calzature	-23,0	-15,3	61,8	9,6	-2,7	2,0	0,4	-1,2	0,7	-4,7	-13,3
Beni e servizi per la casa	-3,9	7,9	15,2	4,1	3,0	5,6	1,8	4,4	8,4	6,3	3,6
- energia elettrica	-1,5	-1,6	1,5	2,4	1,5	1,9	0,9	2,4	1,9	0,2	-1,0
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-12,6	11,2	63,4	-0,5	-2,5	-2,5	-1,0	1,4	3,8	3,0	1,6
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-6,0	30,4	22,8	23,7	25,1	30,7	9,5	20,7	33,4	29,6	15,8
Alimentari, bevande e tabacchi	1,9	0,5	1,1	1,8	0,4	1,4	-0,3	-0,4	3,5	3,1	2,6
- alimentari e bevande	2,2	0,5	1,4	2,0	0,4	1,5	-0,5	-0,3	3,9	3,5	3,1
- tabacchi	-0,4	0,2	-0,4	0,2	0,1	1,1	0,5	-1,5	0,0	0,9	-0,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

PREZZI AL CONSUMO: LE TENDENZE A BREVE TERMINE

Sulla base delle dinamiche registrate dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo² si stima per il mese di novembre 2021 una variazione dello 0,3% in termini congiunturali e del 3,4% su base annua, dato che non si registrava da ottobre 2011. Anche se la tendenza all'aumento continua a essere guidata dalla componente energetica, il permanere di tensioni sulle materie prime, non solo gas e petrolio, e le strozzature

nelle catene di produzione e distribuzione a livello globale consolidano le preoccupazioni di un significativo trasferimento a breve degli impulsi inflazionistici ad altre filiere.

Si rafforzano, pertanto, i timori circa la durata e l'intensità del fenomeno, soprattutto in relazione alle possibili ripercussioni che ciò potrebbe avere, già nella parte finale del 2021, sui comportamenti di spesa delle famiglie.

Tab. 3 - STIMA DELLA VARIAZIONE DEI PREZZI AL CONSUMO - 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					
Dic. '20	0,2	-0,6	0,1	1,6	-0,5
Gen. '21	0,7	0,7	1,6	1,3	0,7
Feb.	0,1	-0,2	-0,1	0,9	0,1
Mar	0,3	0,0	0,2	2,0	0,0
Apr	0,4	0,7	1,1	-0,3	2,3
Mag	0,0	0,3	0,4	0,2	-0,5
Giu	0,1	-0,4	0,0	0,8	0,6
Lug	0,5	-0,6	2,4	1,4	0,7
Ago	0,4	0,4	0,7	1,6	0,6
Set	-0,2	0,1	0,1	-1,4	0,2
Ott (*)	0,7 (0,8)	0,3 (0,5)	4,4 (5,3)	0,9 (0,4)	-0,5 (-0,3)
Nov (**)	0,3	0,6	1,1	0,7	-0,6
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Dic. '20	-0,2	0,8	-2,0	-2,8	0,8
Gen. '21	0,4	0,7	-0,4	-1,8	1,2
Feb.	0,6	0,4	-0,4	0,0	1,2
Mar	0,8	0,2	-0,1	2,6	1,2
Apr	1,1	-0,5	5,0	2,9	0,8
Mag	1,3	-0,7	5,9	4,8	0,1
Giu	1,3	-0,6	5,9	4,5	1,5
Lug	1,9	0,1	9,1	5,2	2,1
Ago	2,0	0,8	9,6	5,3	2,3
Set	2,5	1,1	9,8	7,0	2,7
Ott (*)	3,0 (3,3)	1,1 (1,6)	11,4 (12,3)	8,7 (8,1)	2,5 (2,8)
Nov (**)	3,4	1,3	12,4	10,0	3,1

(*) Il dato ISTAT di ottobre è definitivo. (**) Previsioni.

Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

² Stima mensile sull'andamento dei prezzi nel mese in corso relativa al NIC (Numero indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività). Il dato è riferito ad un insieme più ampio di beni e servizi rispetto a quelli considerati nell'ICC.

CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO è uno strumento di analisi che Confcommercio mette a disposizione dei propri associati e di tutti coloro che sono interessati alla dinamica di breve periodo del PIL, della spesa reale delle famiglie e dei prezzi delle principali voci di consumo.

Il PIL mensile viene calcolato utilizzando la metodologia descritta nella nota tecnica sulla stima dell'ICC, del Pil mensile e dei prezzi al consumo pubblicata il 3 dicembre 2019. Si considerano 6 indicatori mensili (indice di produzione industriale, indicatore dei consumi Confcommercio (ICC), numero di occupati, clima di fiducia del commercio al dettaglio, indice dei nuovi ordinativi e indice dei sinistri denunciati con convenzione garanzia ponte dei dirigenti) e 2 indicatori trimestrali mensilizzati (deflatore del PIL e indice del fatturato delle imprese dei servizi). Le stime del PIL mensile rispettano l'identità contabile della contabilità nazionale che collega i livelli mensili a quelli trimestrali, quindi il PIL trimestrale pubblicato dall'ISTAT è dato dalla somma delle stime mensili nel trimestre.

I gruppi di prodotti e di servizi osservati dall'ICC sono attualmente 29, che complessivamente rappresentano, nell'anno 2020, il 55,0% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 27,3% e per i beni è dell'82,6%. Escludendo le spese relative ai fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 65,7% per il totale dei consumi e al 40,5% per i servizi.

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.

Le serie sono destagionalizzate con la procedura TRAMO-SEATS.

L'ICC SI COMPONE DEI SEGUENTI PRODOTTI E SERVIZI

Beni e servizi ricreativi

Cinema, sport e altri spettacoli
Concorsi e pronostici
Cartoleria, libri, giornali e riviste
Foto-ottica e pellicole, compact disc, cassette 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, ANCMA, ASSAEROPORTI, FEDERALBERGHI, FIPE, FIT, ISTAT, MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, SIAE, SITA, TERNA, UNRAE

Per ulteriori informazioni sulla metodologia di costruzione dell'ICC, del Pil mensile e della stima dei prezzi al consumo si rimanda alla nota pubblicata il 3 dicembre 2019 ([Sito Confcommercio](#) > [Ufficio Studi](#)).