



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

4

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 5 (17 maggio 2022)

Il secondo trimestre del 2022 si è aperto all'insegna degli interrogativi sulla profondità e sulla durata che potrà assumere l'attuale fase di rallentamento dell'economia, atteso che nessuno dubita più sul fatto che il primo trimestre dell'anno in corso sarà archiviato con il segno negativo della variazione congiunturale del PIL.

Il conflitto in Ucraina ha esacerbato e reso più estesi nel tempo una serie di impulsi negativi preesistenti. Le tensioni inflazionistiche non sono più definite transitorie.

Ben prima del conflitto in Ucraina, si erano accumulate tensioni sulle materie prime, energetiche e non, il cui impatto sui prezzi al consumo e sui costi variabili delle imprese si avvertiva con inequivoca evidenza già nella parte finale dello scorso anno. D'altra parte, la ripresa, seppure abbastanza diffusa, non stava coinvolgendo nella stessa misura i diversi settori produttivi, trascurando le filiere del turismo, della socialità, della convivialità.

Nel confronto con marzo 2021, l'ICC registra una variazione del +4,8%, frutto di una crescita del 44,8% per i servizi e di un calo del 3,9% per i beni. Rispetto allo stesso mese del 2019 la domanda, nel complesso, è ancora mediamente inferiore dell'11,8%, con i citati servizi legati al turismo che pagano una distanza percentuale rispetto ai livelli pre-crisi di oltre il 30%. I tempi per il completo recupero si dilatano: il traguardo deve essere posticipato a fine 2023.

In generale, il rallentamento dei consumi, nella metrica dell'ICC, si evince anche dai dati destagionalizzati che nel primo trimestre segnalano un calo nel confronto dell'ultima parte del 2021.

Grazie al rimbalzo registrato in febbraio dalla produzione industriale e la buona crescita dell'occupazione le stime sul PIL del primo quarto del 2022 vengono riviste da -2,4% a -1,1% rispetto all'ultimo trimestre dello scorso anno. Sarebbe proseguita in aprile la tendenza al rallentamento, con una riduzione del PIL dello 0,5% rispetto a marzo.

Il calo dei prezzi dell'energia e del gas e le misure di contrasto adottate dal Governo, come la riduzione temporanea dell'accisa sui carburanti, dovrebbero comportare un ridimensionamento delle dinamiche inflazionistiche per il mese di aprile, quando la variazione congiunturale dei prezzi si fermerebbe allo 0,1% corrispondente a un incremento su base annua, del 6,3%. Il fenomeno resterebbe limitato nel tempo, mentre l'inflazione supererebbe il 7% tendenziale all'inizio dell'estate, mentre in autunno, nell'ipotesi di assenza di ulteriori shock negativi, comincerebbe la fase di rientro delle tensioni su prezzi e costi.

PIL MENSILE

A febbraio 2022 la produzione industriale, dopo le pesanti cadute di dicembre e gennaio, ha mostrato un significativo recupero in termini congiunturali (+4,0%). Il confronto su base annua registra un incremento del 3,2%. Nello stesso mese l'occupazione, dopo un bimestre di stasi, ha mostrato una crescita dello 0,4% su gennaio e del 3,5% su base annua.

Il rallentamento registrato dalla domanda delle famiglie, soprattutto per la componente relativa ai beni, l'aumento dei costi ed i timori innescati dall'inizio della guerra in Ucraina hanno determinato, a marzo 2022, un deterioramento del *sentiment* degli imprenditori del commercio al dettaglio (-4,4% su febbraio).

La tendenza al rallentamento dell'economia si è confermata anche ad aprile. Secondo le nostre stime, il PIL dovrebbe registrare nel mese in corso una riduzione dello 0,5% su

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
II trimestre 2021	2,7	17,7
III trimestre 2021	2,5	3,9
IV trimestre 2021	0,6	6,2
I trimestre 2022	-1,1	4,7
Gennaio 2022	-1,5	4,6
Febbraio	0,8	5,3
Marzo	-0,9	4,3
Aprile	-0,5	2,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

marzo. Nel confronto annuo la variazione si attesterebbe al 2,9% (tab. 1). Il dato, che segue già un primo trimestre negativo, conferma i timori sulla difficoltà di raggiungere nel 2022 una crescita prossima al 3%.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A marzo 2022¹ l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala un incremento, su base annua, del 4,8%, confermando l'attenuarsi della tendenza al recupero (tab. 2). Il confronto continua a risentire delle diverse condizioni in cui hanno operato le imprese nel 2021 e nel 2022, situazione che ha portato ad una variazione del 44,8% della domanda relativa ai servizi. Per quanto riguarda i beni il confronto con marzo 2021 indica un calo del 3,9%.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Anche nel mese di marzo 2022 i recuperi più significativi della domanda, nel confronto con il 2021, si confermano per i servizi legati al turismo e alla fruizione del tempo libero. Questi andamenti, favoriti dal contenuto ritorno di parte del turismo straniero, hanno permesso solo una

La tendenza al ridimensionamento della domanda è confermata anche dai dati destagionalizzati, che segnalano, nel complesso del primo trimestre del 2022, una riduzione dello 0,9% rispetto all'ultimo quarto del '21.

Per una più attenta lettura dei dati è utile ricordare che nel confronto con marzo 2019 la domanda, calcolata nella metrica dell'ICC, risulta ancora inferiore dell'11,8% (ultima colonna di tab. 2). Per i servizi il calo si attesta al 24,4%.

limitata riduzione del gap ancora esistente con i livelli pre pandemia. Moderati segnali di miglioramento continuano ad interessare anche l'abbigliamento e le calzature, segmenti che mostrano comunque un'estrema difficoltà a tornare sui valori del 2019.

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.

Particolarmente difficile continua a risultare la situazione nel settore dell'*automotive*, con un calo, a marzo 2022, della domanda di autovetture da parte delle famiglie del 29,8% rispetto allo stesso mese del 2021. Tra gli altri

segmenti di consumo, la domanda per i beni alimentari conferma, anche a marzo, la tendenza alla riduzione, anche per effetto della sostituzione con l'alimentazione fuori casa.

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

	Var.% su base annua								Var.% su 2019		
	2021				2022				2021	2022	
	Anno	I trim	II trim	III trim	IV trim	I trim	Feb	Mar	Anno	Feb	Mar
SERVIZI	13,0	-31,5	45,1	15,0	39,4	28,6	22,0	44,8	-22,1	-26,1	-24,4
BENI	7,6	4,1	20,7	2,6	5,2	0,7	0,7	-3,9	-0,9	-1,9	-6,7
TOTALE	8,9	-5,5	25,7	6,3	12,1	6,1	5,1	4,8	-7,4	-9,1	-11,8
Beni e servizi ricreativi	13,2	-6,1	36,2	10,0	17,0	10,4	9,9	5,7	-13,3	-9,2	-19,7
- servizi ricreativi (*)	32,9	-98,8	312,4	78,7	-	-	-	-	-69,8	-61,5	-64,9
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	15,1	2,3	39,4	4,2	18,9	10,5	7,6	0,0	-2,1	4,2	-18,3
Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa	20,1	-50,6	89,9	19,5	74,8	61,0	41,2	119,7	-28,1	-40,7	-32,8
- alberghi	33,0	-70,8	187,0	31,0	140,8	223,0	190,4	226,4	-33,9	-30,6	-34,9
- pubblici esercizi	16,8	-47,2	77,8	14,6	67,1	45,6	27,6	106,5	-26,2	-42,5	-32,4
Beni e servizi per la mobilità	13,9	13,8	62,5	-3,0	1,3	-4,3	-2,4	-11,2	-12,0	-15,3	-24,2
- automobili	4,2	48,9	64,3	-28,4	-31,3	-25,6	-25,8	-29,7	-13,9	-31,3	-29,0
- carburanti	18,5	1,7	52,6	8,9	20,2	9,8	12,8	0,0	-5,4	1,0	-17,8
- trasporti aerei	52,4	-82,2	739,8	93,7	283,7	361,3	415,7	395,7	-41,2	-12,1	-19,8
Beni e servizi per la comunicazione	3,3	6,2	5,0	0,4	2,3	4,3	4,5	1,8	7,7	9,1	12,2
- servizi per le comunicazioni	-1,2	-3,0	-0,1	-4,6	2,5	-0,6	-0,5	-1,1	-6,5	-7,6	-8,2
Beni e servizi per la cura della persona	6,4	-1,8	15,8	4,4	8,5	8,6	6,9	-0,8	0,6	5,0	0,6
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,1	-1,7	10,2	6,3	10,0	11,4	8,9	-1,7	2,0	7,4	4,8
Abbigliamento e calzature	15,6	-16,0	61,1	9,7	26,5	13,4	6,9	6,6	-10,9	-10,6	-31,3
Beni e servizi per la casa	8,1	7,1	15,2	4,3	6,8	1,8	1,6	0,5	3,8	4,7	0,3
- energia elettrica	1,6	-1,7	1,2	3,1	3,7	2,7	2,8	3,8	-0,5	0,1	3,5
- mobili, tessili e arredamento per la casa	18,2	8,8	63,9	-0,5	16,0	1,2	-1,7	-3,4	3,3	-1,2	-17,9
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	19,4	26,8	22,9	23,7	10,0	4,6	5,3	5,1	12,3	26,6	7,6
Alimentari, bevande e tabacchi	0,8	0,4	1,2	1,7	0,0	-2,4	-1,5	-4,2	2,7	0,5	3,2
- alimentari e bevande	0,9	0,4	1,4	2,0	0,0	-2,5	-1,4	-4,5	3,1	0,7	3,4
- tabacchi	0,0	0,2	-0,4	0,2	0,2	-1,4	-2,0	-2,0	-0,3	-0,9	1,8

(*) I valori omissi nella tabella presentano variazioni % superiori al 1.000%.
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 aprile 2022 una variazione dello 0,1% in termini congiunturali e del 6,3% su base annua. Il moderato rallentamento atteso per il mese in corso, che segue il deciso incremento di marzo, è frutto degli interventi sugli energetici regolamentati e non (diminuzione dei

prezzi dell'energia e del gas e temporanea riduzione sull'accisa dei carburanti). Il permanere di tensioni sui mercati delle materie prime, associati ai primi segnali di diffusione delle tensioni a settori diversi dall'energetico, porta a ritenere l'andamento di aprile come un dato episodico e non come l'inizio di una fase di rientro.

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					
Mag. '21	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	0,3	4,4	0,9	-0,5
Nov	0,6	0,8	2,7	1,2	-1,0
Dic	0,4	0,7	0,3	0,7	0,3
Gen.'22	1,6	1,4	9,0	-0,4	1,5
Feb	0,9	1,0	3,7	2,0	-0,2
Mar (*)	1,2 (0,6)	0,9 (0,8)	0,9 (0,4)	4,5 (2,5)	0,5 (0,1)
Apr (**)	0,1	1,3	-2,0	-1,5	2,3
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mag. '21	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	1,1	11,4	8,7	2,5
Nov	3,7	1,5	14,1	10,5	2,7
Dic	3,9	2,9	14,4	9,6	3,5
Gen.'22	4,8	3,6	22,7	7,8	4,3
Feb	5,7	4,8	27,4	9,0	4,0
Mar (*)	6,7 (6,1)	5,8 (5,7)	28,3 (27,7)	12,1 (9,5)	4,6 (4,1)
Apr (**)	6,3	6,5	24,4	10,7	4,6

(*) Il dato ISTAT di marzo è provvisorio. (**) 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](#)).