



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

5

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 6 (17 giugno 2022)

Anche nel secondo trimestre dell'anno il quadro congiunturale dell'economia italiana sarebbe caratterizzato da elevata incertezza, conseguenza delle difficoltà attraversate da diversi comparti della manifattura e dal perdurante vuoto di domanda per alcuni segmenti di consumo. Se il testimone della ripresa starebbe passando dall'industria ai servizi, in particolare quelli turistici, tale processo di transizione non è privo di intoppi. L'elevata inflazione al consumo ne depotenzia, comunque, la portata.

Allo stato attuale le famiglie confermano l'orientamento al recupero di livelli di consumo e di stili di vita precedenti alla pandemia, con una parte della spesa sostenuta dai risparmi accumulati nel 2020 e, in parte, nel 2021.

Nel confronto con aprile 2021, l'ICC registra una variazione del +13,1%, sintesi di una crescita del 68,3% per i servizi e dello 0,7% per i beni. Rispetto allo stesso mese del 2019 la domanda, nel complesso, è ancora mediamente inferiore del 10,4% in termini reali, con i servizi legati al turismo che, pur in graduale recupero, segnalano una distanza significativa rispetto ai livelli pre-crisi.

Anche i dati destagionalizzati confermano come, pur in presenza di positivi miglioramenti della domanda per i servizi, a livello complessivo i consumi delle famiglie, nella metrica dell'ICC, continuano a registrare un andamento non particolarmente espansivo.

Se le stime preliminari indicano un calo del PIL nel primo trimestre (-0,2% congiunturale) più contenuto rispetto alle attese, la stasi registrata dalla produzione industriale a marzo, dopo il rimbalzo di febbraio, e le prime indicazioni di un calo ad aprile, portano a guardare con una certa prudenza all'evoluzione nei mesi primaverili, nonostante i progressi registrati nel primo trimestre sul versante dell'occupazione.

In base alle nostre stime, anche a maggio il PIL avrebbe registrato un contenuto ridimensionamento (-0,4% su aprile), valore che comporterebbe una variazione su base annua del 3,7%.

L'inflazione, dopo il rallentamento registrato ad aprile, determinato in larga parte dall'adozione di misure fiscali di contenimento dei prezzi al consumo dei beni energetici, è attesa mostrare nel mese di maggio una nuova accelerazione. Rispetto ad aprile si stima un incremento dello 0,4%, con una variazione del 6,6% su base annua.

PIL MENSILE

A marzo 2022 la produzione industriale, dopo il recupero di febbraio, è risultata stazionaria. Il confronto su base annua registra un incremento del 2,9%. Nello stesso mese l'occupazione ha confermato la tendenza al recupero con una crescita dello 0,4% su febbraio e del 3,6% su base annua.

Ad aprile 2022 dopo un primo trimestre negativo il *sentiment* degli imprenditori del commercio al dettaglio ha mostrato segnali di recupero (+3,3% su marzo).

Anche a maggio il quadro congiunturale appare caratterizzato da un contesto non particolarmente dinamico, in cui il recupero della domanda di servizi non riesce a sopperire in pieno alle difficoltà dell'industria e alla scarsa espansione dei consumi di beni. Secondo le

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	0,7	6,2
I trimestre 2022	-0,2	5,8
Febbraio 2022	2,2	6,1
Marzo	0,4	7,0
Aprile	-0,3	4,9
Maggio	-0,4	3,7

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

nostre stime, il PIL dovrebbe registrare nel mese in corso una riduzione dello 0,4% su aprile. Nel confronto annuo la variazione si attesterebbe al 3,7% (tab. 1).

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

Ad aprile 2022¹ l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala un incremento, su base annua, del 13,1%, in moderato miglioramento rispetto alla variazione di marzo (tab. 2). Anche nell'ultimo mese il confronto ha risentito delle diverse condizioni in cui hanno operato le imprese nel 2021 e nel 2022, situazione che ha portato ad una variazione del 68,3% della domanda relativa ai servizi. Per quanto riguarda i beni il confronto con aprile 2021 indica un aumento dello 0,7%.

La dicotomia nel comportamento dei consumatori, al

momento orientati principalmente al recupero della domanda di servizi, è confermata anche dal dato destagionalizzato che registra ormai da alcuni mesi una tendenza al moderato ridimensionamento dei consumi di beni.

Nonostante i progressi registrati nel corso degli ultimi mesi la domanda, calcolata nella metrica dell'ICC, nel confronto con aprile 2019 risulta ancora inferiore del 10,4% (ultima colonna di tab. 2). Per i servizi il calo si attesta al 20,6%.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

In linea con quanto registrato nei periodi più recenti, anche nel mese di aprile 2022 i recuperi più significativi della domanda, nel confronto con il 2021, si sono registrati per i servizi legati al turismo e alla fruizione del tempo libero. Nonostante il progressivo ritorno del turismo straniero, soprattutto europeo, e l'eliminazione di alcune misure restrittive della mobilità e della socialità, il gap per questi

segmenti con i livelli pre-pandemia rimane elevato. Anche per l'abbigliamento e le calzature, nonostante il ritorno a consumi finalmente più dinamici, lo scarto con il 2019 rimane molto ampio.

Le incertezze e i ritardi nell'avvio di politiche d'incentivazione per il passaggio ad una mobilità più green hanno continuato a condizionare il mercato

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.

dell'*automotive*, con un calo, ad aprile 2022, della domanda di autovetture da parte delle famiglie del 40,1% rispetto allo stesso mese del 2021. Segnali

d'indebolimento della domanda si confermano per i beni alimentari, evoluzione determinata anche dal progressivo ritorno ai consumi 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	Mar	Apr	Anno	Mar	Apr
SERVIZI	13,1	-31,5	45,1	15,0	39,9	30,3	47,5	68,3	-22,0	-23,0	-20,6
BENI	7,6	4,2	20,7	2,6	5,2	2,7	1,8	0,7	-0,9	-0,9	-5,9
TOTALE	9,0	-5,4	25,7	6,3	12,2	8,1	9,9	13,1	-7,3	-7,3	-10,4
Beni e servizi ricreativi	13,1	-6,1	36,2	10,1	16,6	13,0	13,3	7,9	-13,3	-13,9	-18,7
- servizi ricreativi (*)	27,0	-98,3	334,4	86,0	-	-	-	-	-71,1	-53,0	-49,3
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	15,1	2,3	39,4	4,2	18,9	13,8	10,3	2,0	-2,1	-9,9	-16,7
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	20,4	-50,6	89,9	19,5	76,6	62,9	120,2	165,9	-27,9	-32,7	-23,3
- alberghi	34,4	-70,8	187,0	31,0	157,0	250,5	248,5	363,1	-33,1	-30,5	-29,4
- pubblici esercizi	16,8	-47,2	77,8	14,6	67,2	45,1	104,3	143,0	-26,2	-33,1	-21,8
Beni e servizi per la mobilità	14,1	14,3	62,5	-3,0	1,3	0,9	2,2	-6,8	-11,9	-11,6	-24,0
- automobili	4,2	48,9	64,3	-28,4	-31,3	-25,6	-29,7	-40,1	-13,9	-29,0	-43,7
- carburanti	18,8	2,7	52,6	8,9	20,2	18,6	24,8	8,8	-5,2	5,6	-10,2
- trasporti aerei	52,4	-82,2	739,8	93,7	283,7	403,7	517,0	431,5	-41,2	-0,2	-2,6
Beni e servizi per la comunicazione	3,3	6,2	5,0	0,4	2,3	5,4	4,8	0,3	7,7	15,6	2,0
- servizi per le comunicazioni	-1,2	-3,0	-0,1	-4,6	2,5	-0,3	-0,5	-1,3	-6,5	-7,7	-11,0
Beni e servizi per la cura della persona	6,4	-1,8	15,8	4,4	8,5	11,8	7,8	4,1	0,6	9,4	0,0
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,1	-1,7	10,2	6,3	10,0	15,5	8,9	5,0	2,0	16,1	5,7
Abbigliamento e calzature	15,6	-16,0	61,1	9,7	26,5	16,9	20,3	64,1	-10,9	-22,5	-19,4
Beni e servizi per la casa	8,1	7,1	15,2	4,3	6,8	3,5	5,8	0,5	3,8	5,5	2,0
- energia elettrica	1,6	-1,7	1,2	3,1	3,7	2,6	3,5	0,1	-0,5	3,2	-1,0
- mobili, tessili e arredamento per la casa	18,2	8,8	63,9	-0,5	16,0	7,1	14,7	-1,9	3,3	-2,6	6,0
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	19,4	26,8	22,9	23,7	10,0	7,7	16,2	5,0	12,3	19,0	-5,7
Alimentari, bevande e tabacchi	0,8	0,4	1,2	1,7	0,0	-2,7	-5,3	-1,9	2,7	2,1	1,1
- alimentari e bevande	0,9	0,4	1,4	2,0	0,0	-2,9	-5,7	-1,9	3,1	2,1	1,4
- tabacchi	0,0	0,2	-0,4	0,2	0,2	-1,4	-2,0	-1,6	-0,3	1,8	-1,4

(*) I valori omessi 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 maggio 2022 una variazione dello 0,4% in termini congiunturali e del 6,6% su base annua.

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.

Al permanere di dinamiche ancora espansive per i prezzi degli energetici non regolamentati, si associano in misura sempre più evidente le tensioni nel settore alimentare e in alcuni segmenti dei servizi. Stante le criticità che ancora

attraversano i mercati delle materie prime e le filiere di approvvigionamento è sempre più complicato individuare l'inizio di una fase di rientro di queste dinamiche.

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					
Giu. '21	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	1,0	0,9	0,9	3,9	0,6
Apr (*)	0,2 (0,1)	1,5 (1,3)	-0,1 (-2,0)	-1,4 (-1,5)	1,3 (2,3)
Mag (**)	0,4	1,0	0,0	0,2	0,8
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Giu. '21	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	6,5	5,8	28,3	11,0	4,7
Apr (*)	6,2 (6,3)	6,7 (6,5)	26,9 (24,4)	9,7 (10,7)	3,6 (4,6)
Mag (**)	6,6	7,4	26,4	9,7	4,9

(*) Il dato ISTAT di aprile è provvisorio. (**) Previsioni.
Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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](#)).