CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

6

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 7 (12 luglio 2024)

Testimoniata dall'inusuale ampiezza delle oscillazioni congiunturali nelle principali variabili disponibili in alta frequenza, l'incertezza domina scelte di consumo e di investimento. Prova ne è la fiducia declinante delle imprese a maggio ed il modesto recupero del sentiment delle famiglie nello stesso mese. L'incertezza presso gli operatori deve indurre cautela nel giudizio dei previsori, evitando, da una parte, di rimanere troppo ancorati alle pregresse valutazioni e, dall'altra, di cambiare idea troppo repentinamente.

Tutto questo per dire che le ultime informazioni congiunturali sono meno buone delle attese. Il profilo declinante della produzione industriale evidenzia le difficoltà di una parte rilevante del nostro sistema imprenditoriale. A maggio si conferma anche la fragilità dei consumi con una variazione dell'ICC di -0,3% sia rispetto al mese precedente (stima destagionalizzata) sia rispetto a maggio 2023 (grezza). È successo semplicemente che il peggioramento nelle vendite di auto e una dinamica flettente delle presenze a partire da aprile (evidenze provvisorie) non è stato compensato da spunti favorevoli nel resto del paniere d'acquisto delle famiglie consumatrici. Insomma, come paventavamo qualche mese fa, i servizi e il turismo potrebbero non bastare a rimettere in carreggiata la spesa.

Tra gli aspetti positivi si conferma il miglioramento del mercato del lavoro che potrebbe, in assenza di dinamiche più toniche dell'economia, mostrare qualche segno di rallentamento nella parte finale dell'anno. L'inflazione si dimostra ampiamente sotto controllo: la nostra stima per giugno è di una variazione dello 0,2% congiunturale e dello 0,9% su base annua. Il taglio dei tassi di riferimento da parte della BCE è stato inferiore alle nostre attese. Pertanto le imprese, soprattutto quelle italiane, si confrontano, e sembra dovranno farlo per molto tempo, con tassi d'interesse reali particolarmente elevati.

Si deve puntare tutto, quindi, sulla stabilità o l'ulteriore ridimensionamento, dell'inflazione, profilo che rafforzerebbe il potere d'acquisto del reddito da lavoro e, in un contesto privo di shock rilevanti sull'occupazione, consolidare un percorso di crescita dei consumi, con conseguente sostegno al PIL.

Come si vede, col passare dei mesi, l'obiettivo di raggiungere una variazione del PIL all'1% o poco sopra richiede condizioni sempre più stringenti.

La stima per il secondo quarto dell'anno in corso per il PIL è moderatamente negativa in termini congiunturali (-0,1%) e ancora allo 0,7% la variazione tendenziale. Questo stop potrebbe essere superato grazie ai servizi e, ancora, al turismo in senso lato – trasporti, cultura, alloggio e ristorazione – a partire da luglio.

Tab. 1 – PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
III trimestre '23	0,4	0,6
IV trimestre	0,1	0,7
I trimestre '24	0,3	0,7
II trimestre	-0,1	0,7
Mar '24	-0,3	0,4
Apr	-0,1	0,8
Mag	0,1	0,6
Giu	0,1	0,7

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A maggio 2024[1] l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha evidenziato una riduzione dello 0,3% rispetto allo stesso mese del 2023 (tab. 2). La flessione dell'ultimo mese è sintesi del permanere di dinamiche negative sul versante della domanda per i beni (-0,6% nel confronto annuo) e di un modesto ripiegamento di quella relativa ai servizi (-0,2%). La fragilità della domanda di legge anche dalle dinamiche congiunturali che emergono dal dato destagionalizzato. Nel confronto con aprile si rileva, infatti una flessione dello 0,3% sintesi di cali dello 0,4% per i beni e dello 0,1% per i servizi.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Le stime per maggio 2024 mostrano una generalizzata tendenza al rallentamento. In questo contesto, i comportamenti delle famiglie sembrano indicare una situazione in cui avendo sostanzialmente completato il processo di ricomposizione del paniere di acquisti le dinamiche della domanda cominciano ad assumere toni meno emergenziali, peraltro indipendenti dalle festività variabili. Il settore dell'automotive è tornato, dopo il rimbalzo del mese precedente, a mostrare una netta flessione della domanda (-10,8%). Su tale andamento potrebbe aver pesato anche l'attesa per l'avvio degli incentivi. Si confermano, invece, in territorio positivo i trasporti aerei (+12,7%) e i beni e servizi per le comunicazioni (+5,7%).

Tra gli altri segmenti di consumo dinamiche positive si riscontrano per gli elettrodomestici (+3,1%) e i carburanti (+1,7%). I modestissimi miglioramenti che si registrano, nel confronto annuo per l'alimentare (+0,2) e l'abbigliamento e le calzature (+0,1%) seppure non attenuino lo stato di difficoltà della domanda potrebbero rappresentare l'inizio di una fase meno turbolenta. Situazione che non sembra ancora interessare gli acquisti di mobili e articoli di arredamento che evidenziano, anche nell'ultimo mese, una decisa tendenza al ridimensionamento (-2,1%).

Relativamente ai servizi per la fruizione del tempo libero, quelli su cui le famiglie avevano concentrato negli ultimi anni i loro sforzi per tornare ai livelli del 2019, la tendenza al rallentamento, emersa nei periodi più recenti, sembra confermata anche a maggio.

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.

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

	Var. % su base annua						Var. % su 2019		
	2022	2023	2024				2023	2024	
	Anno	Anno	IV trim	I trim	Apr	Mag	Anno	apr	mag
SERVIZI	**4,9**	**-0,3**	**-0,6**	**1,2**	**0,0**	**-0,2**	**-3,2**	**-8,3**	**-0,8**
BENI	**-0,6**	**-1,8**	**-1,6**	**0,4**	**-0,5**	**-0,6**	**-3,9**	**-9,9**	**-2,8**
TOTALE	**4,9**	**-0,3**	**-0,6**	**1,3**	**-0,2**	**-0,3**	**-3,2**	**-8,5**	**-0,9**
Beni e servizi ricreativi	**10,2**	**-1,6**	**-0,6**	**-0,8**	**-2,7**	**-1,7**	**-2,5**	**-16,9**	**-10,3**
- servizi ricreativi	169,9	24,7	11,1	5,1	-5,4	-0,7	1,9	18,5	26,0
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	3,3	-1,0	-1,5	-0,7	-2,0	-0,4	-0,5	-10,4	-0,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	**29,5**	**4,9**	**2,2**	**4,8**	**0,4**	**0,0**	**-3,1**	**-1,2**	**8,6**
- alberghi	44,4	7,7	3,4	4,6	-4,2	-1,2	-5,9	-4,8	10,8
- pubblici esercizi	25,7	4,1	2,0	4,8	1,6	0,3	-2,2	-0,3	8,1
Beni e servizi per la mobilità	**-2,1**	**5,9**	**5,2**	**4,8**	**9,1**	**-2,4**	**-13,8**	**-17,0**	**-16,8**
- automobili	-16,7	13,4	17,9	7,0	13,9	-10,8	-14,6	-22,2	-27,2
- carburanti	7,4	-0,7	-4,1	2,3	6,4	1,7	-13,3	-15,3	-11,1
- trasporti aerei	33,6	19,3	14,0	12,3	11,9	12,7	-34,1	-26,9	-24,5
Beni e servizi per la comunicazione	**5,0**	**-2,4**	**-1,6**	**6,2**	**6,0**	**5,7**	**11,0**	**14,2**	**20,6**
- servizi per le comunicazioni	1,0	1,2	-0,7	4,7	0,3	1,1	-6,8	-10,4	-3,5
Beni e servizi per la cura della persona	**5,5**	**-0,8**	**-1,4**	**-0,2**	**2,4**	**-0,5**	**5,2**	**0,5**	**2,9**
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,4	-2,2	-3,4	-1,6	3,0	-1,1	6,1	6,3	4,0
Abbigliamento e calzature	**5,5**	**-2,5**	**-3,1**	**-0,3**	**-1,8**	**0,1**	**-8,2**	**-41,8**	**11,1**
Beni e servizi per la casa	**-0,4**	**-2,3**	**-1,9**	**-1,3**	**0,6**	**-0,5**	**1,7**	**4,8**	**2,5**
- energia elettrica	-3,6	-2,8	1,9	0,7	1,1	-1,1	-3,9	-2,6	-6,3
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-0,9	-3,3	-5,3	-4,3	-1,4	-2,1	-1,2	6,9	-5,1
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-1,1	-3,0	0,2	3,4	8,8	3,1	7,3	23,8	14,1
Alimentari, bevande e tabacchi	**-3,6**	**-3,3**	**-2,5**	**0,1**	**-6,4**	**0,1**	**-4,8**	**-9,4**	**-4,6**
- alimentari e bevande	-3,9	-3,6	-2,5	0,2	-7,3	0,2	-4,4	-9,7	-3,8
- tabacchi	-0,8	-1,0	-1,9	-0,6	0,3	-1,0	-7,3	-6,8	-10,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Per il comparto degli alberghi e pubblici esercizi il confronto con lo stesso mese del 2023 segnala, nel complesso, una stabilizzazione dei consumi.

Relativamente alla domanda per i servizi ricreativi si conferma anche a maggio la tendenza alla riduzione su base annua (-0,7%). Su questo andamento continua a pesare il crollo dei consumi per gli spettacoli cinematografici dato che nei periodi precedenti era stato più che compensato dalla netta crescita della domanda per altre forme d'intrattenimento.

PREZZI AL CONSUMO: LE TENDENZE A BREVE TERMINE

Sulla base delle dinamiche registrate dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo[2] si stima per il mese di giugno 2024 una variazione dello 0,2% in termini congiunturali e una crescita dello 0,9% su base annua. Prosegue il processo di rientro dell'inflazione sui beni alimentari, segmento che influenza in modo significativo la percezione dell'inflazione da parte delle famiglie, con un tasso di variazione dei prezzi su base annua che a giugno dovrebbe attestarsi al 2,1%.

L'inflazione italiana si conferma ampiamente sotto controllo con dinamiche che appaiono sostanzialmente in linea con quelle rilevate nella prima parte degli anni 2000. Si consolida pertanto l'ipotesi di una variazione dei prezzi al consumo, nella media del 2024, prossima all'1%. Il permanere di tassi di variazione dei prezzi contenuti potrebbe favorire un miglioramento, nella seconda parte dell'anno, della domanda delle famiglie rendendo meno complicato il raggiungimento di una crescita dell'economia prossima all'1%.

Tab. 3 – STIMA DELLA VARIAZIONE DEI PREZZI AL CONSUMO

	INDICE GENERALE	di cui			
		Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	Trasporti	Servizi ricettivi e di ristorazione
			VARIAZIONI CONGIUNTURALI		
Lug '23	0,0	0,0	-1,4	0,5	0,4
Ago	0,3	0,2	-0,5	2,1	-0,4
Set	0,2	-0,1	0,3	0,0	1,1
Ott	-0,2	0,0	0,5	-0,3	-1,0
Nov	-0,5	0,4	-0,7	-1,7	-1,8
Dic	0,2	0,3	-0,2	-0,3	0,0
Gen. '24	0,3	0,8	1,6	-0,8	0,2
Feb	0,1	-0,2	-2,0	1,4	0,5
Mar	0,0	-0,2	-1,5	0,8	0,6
Apr	0,1	0,0	-2,8	0,6	2,1
Mag (*)	*0,2 (0,1)*	*0,7 (0,2)*	*-0,1 (-0,5)*	*-0,5 (0,2)*	*1,4 (0,4)*
Giu (**)	*0,2*	*0,2*	*0,0*	*-0,1*	*0,7*
			VARIAZIONI TENDENZIALI		
Lug '23	5,9	10,7	9,0	-1,0	8,0
Ago	5,4	9,9	2,1	2,9	6,8
Set	5,3	8,5	1,9	5,1	6,4
Ott	1,7	6,5	-17,5	5,2	6,2
Nov	0,7	5,9	-19,9	3,4	5,1
Dic	0,6	5,9	-19,3	2,9	4,6
Gen. '24	0,8	5,8	-13,8	1,3	4,1
Feb	0,8	3,9	-11,8	1,6	4,0
Mar	1,2	2,9	-6,9	2,4	4,0
Apr	0,8	2,5	-9,0	2,0	4,4
Mag (*)	*0,8 (0,7)*	*2,3 (2,0)*	*-9,6 (-9,8)*	*2,5 (3,3)*	*4,5 (3,4)*
Giu (**)	*0,9*	*2,1*	*-6,7*	*1,7*	*3,9*

(*) Il dato ISTAT di maggio è provvisorio; tra parentesi le previsioni del mese precedente. (**) 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 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).

Informazioni: **Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia** · **Livia Patrignani,** tel. 06.5866294 · e-mail l.patrignani@confcommercio.it