CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO 10

Pil mensile, ICC e Prezzi

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 11 (13 dicembre 2024)

A un certo punto dell'anno, alle analisi economiche si deve giocoforza affiancare uno scrutinio delle evidenze quantitative mediante la semplice aritmetica. Nella metrica corretta per i giorni di calendario i primi nove mesi del 2024 segnano un tendenziale del PIL a più 0,4%. Non sarebbe dissimile, secondo le nostre stime, l'andamento dell'ultimo quarto, con un novembre in crescita congiunturale di un decimo di punto e un tendenziale a +0,5% (tab. 1). Aggiungendo, quindi, due decimi dovuti al maggior numero di giornate lavorative, la chiusura del 2024 si collocherebbe a +0,6%, lontano dall'obiettivo dell'1%, il cui raggiungimento sarebbe ormai condizionato a un'accelerazione finale scarsamente probabile, almeno stando alle serie storiche delle variazioni congiunturali degli ultimi venti anni.

Rispetto al mese scorso si confermano tutti i segnali di debolezza già individuati, con la conferma, secondo la stima provvisoria per settembre, di un arresto nella crescita dell'occupazione. Inoltre, la produzione industriale continua a stentare e le presenze turistiche, valutate anche in questo caso in formulazione provvisoria, sarebbero caratterizzate, a settembre, da una variazione moderatamente negativa rispetto allo stesso mese del 2023, con la componente italiana ancora in forte calo (circa -4%).

Non muta, altresì, il panorama dei consumi, l'anello debole di un frangente congiunturale che si protrae da troppi mesi. A ottobre stimiamo per l'ICC (Indicatore dei Consumi Confcommercio) una variazione negativa di mezzo punto nella metrica destagionalizzata e una modesta crescita (+0,4%) per il tendenziale grezzo, dopo una riduzione a settembre. Certo, non mancano spunti favorevoli: crescono acquisti e consumi di comunicazioni e cura della persona, attrattori strutturali della spesa delle famiglie. Bene, sempre a ottobre, la spesa per servizi ricreativi e culturali e l'elettronica di consumo, mentre la battuta d'arresto per i consumi fuori casa avvantaggia l'alimentazione domestica.

Ma, nel complesso, a partire dalla nuova riduzione della spesa per abbigliamento e calzature e dalle perduranti difficoltà dell'automotive, mancano impulsi significati di vivacità. Le aspettative per i consumi di dicembre restano ben orientate, ma solo sulla scorta di una residuale speranza che prima o poi i maggiori redditi reali si trasformino in maggiori consumi. I prossimi giorni, a cavallo del Black Friday, diranno se tali aspettative sono fondate.

La risalita, secondo le nostre stime, dell'inflazione su base annua a novembre (e presumibilmente dicembre) sopra l'1% è frutto di un effetto base, perfettamente in linea con le previsioni e non desta preoccupazione.

Tab. 1 – PIL mensile		
	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
IV trimestre '23	0,0	0,3
I trimestre '24	0,3	0,3
II trimestre	0,2	0,6
III trimestre	0,0	0,4
Lug. '24	0,0	0,6
Ago	-0,4	0,0
Set	0,2	0,4
Ott	-0,1	0,2
Nov	0,1	0,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A ottobre 2024 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)[1] ha mostrato una variazione dello 0,4% rispetto allo stesso mese del 2023 (tab. 2). Il dato è sintesi di una crescita sia della domanda per i beni (+0,4% nel confronto annuo) sia di quella relativa ai servizi (+0,3%). Il lieve miglioramento registrato su base annua non modifica il quadro d'insieme di una situazione in cui la domanda delle famiglie stenta a indirizzarsi in un percorso di vera crescita, contribuendo a mantenere basso il profilo di sviluppo dell'economia.

Le difficoltà sono certificate anche dal dato congiunturale che segnala una riduzione dello 0,5% su settembre.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Anche nel mese di ottobre 2024 le stime indicano, a livello di marco-funzioni di consumo, andamenti articolati in cui pur prevalendo la tendenza ad una moderata crescita nel confronto annuo gli spunti realmente favorevoli sono abbastanza limitati. Tra i diversi aggregati di spesa gli andamenti più favorevoli si rilevano per i beni e i servizi per la comunicazione (+2,8%) e i beni e i servizi per la cura della persona (2,3%).

A livello di singole funzioni di consumo permane la tendenza al recupero della domanda per i trasporti aerei (+10,2%), gli elettrodomestici (+4,4%) e i servizi ricreativi (1,7%). In moderato miglioramento risultano anche i carburanti (+1,1%), i mobili e gli articoli d'arredamento (+0,7%) e gli alimentari (+0,6%). Per questi ultimi due segmenti il dato di ottobre non modifica una situazione difficile che trova origine non solo nella complicata fase congiunturale, ma presenta caratteristiche strutturali difficilmente risolvibili nel breve periodo.

Particolarmente complessa si conferma la situazione dell'*automotive* che anche ad ottobre segnala, su base annua, un calo della domanda da parte delle persone fisiche (-0,7%). Il dato si inserisce in un contesto più ampio in cui le difficoltà del settore hanno assunto carattere globale con riflessi negativi su tutta la filiera.

Anche per l'abbigliamento e le calzature si conferma la tendenza al rallentamento della domanda, tornata in negativo ad ottobre (-0,7% nel confronto annuo), confermando l'ipotesi che il recupero di settembre

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.

derivasse più da un anticipo degli acquisti che da un'inversione di tendenza nei comportamenti delle famiglie. I segnali di rallentamento, che erano già emersi negli ultimi mesi, della domanda relativa ai servizi legati al turismo sembrano confermati a ottobre. La nostra stima è di una variazione su base annua lievemente negativa (-0,1%) per il comparto degli alberghi e pubblici esercizi. Le indicazioni provvisorie, relative ai primi nove mesi del 2024, confermano persistenti difficoltà sul versante della componente interna della domanda che a stento viene compensata dal turismo straniero.

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

	Var. % su base annua						Var. % su 2019	
	2022	2023	2024				2023	2024
	Anno	Anno	II trim	III trim	Set	Ott	Anno	Gen-ott
SERVIZI	**18,2**	**4,2**	**0,8**	**0,0**	**-0,2**	**0,3**	**-0,7**	**0,3**
BENI	**0,2**	**-0,9**	**-0,3**	**0,8**	**-0,1**	**0,4**	**-1,1**	**-1,0**
TOTALE	**5,4**	**0,8**	**0,1**	**0,4**	**-0,1**	**0,4**	**-0,9**	**-0,5**
Beni e servizi ricreativi	**10,2**	**-1,6**	**-2,0**	**-1,2**	**-1,6**	**-1,0**	**-2,5**	**-3,6**
- servizi ricreativi	169,9	24,7	-6,3	-0,7	1,1	1,7	1,9	2,8
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	3,3	-1,0	-1,2	-0,3	0,9	-0,4	-0,5	-1,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	**29,4**	**6,7**	**0,5**	**-0,8**	**-0,7**	**-0,1**	**-0,8**	**0,3**
- alberghi	42,8	10,3	-1,7	-1,2	-1,1	-0,5	-1,4	-2,7
- pubblici esercizi	25,9	5,6	1,2	-0,7	-0,6	0,0	-0,6	1,3
Beni e servizi per la mobilità (*)	**2,5**	**9,7**	**4,3**	**1,2**	**-2,8**	**0,5**	**-2,6**	**-0,6**
- automobili	-14,6	23,4	8,9	1,0	-4,0	-0,7	-4,8	-2,3
- carburanti	12,3	1,7	0,8	0,8	-3,4	1,1	3,9	4,9
- trasporti aerei	37,8	1,7	11,9	10,5	10,5	10,2	-46,2	-40,1
Beni e servizi per la comunicazione	**2,4**	**-1,1**	**6,6**	**6,9**	**6,3**	**2,8**	**9,9**	**14,9**
- servizi per le comunicazioni	-3,4	3,6	2,0	-1,6	-0,6	0,1	-6,2	-6,8
Beni e servizi per la cura della persona	**5,3**	**-0,8**	**1,0**	**2,1**	**0,6**	**2,3**	**5,0**	**6,0**
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,4	-2,2	0,8	1,4	-0,3	1,9	6,1	6,5
Abbigliamento e calzature	**5,5**	**-2,5**	**-2,2**	**-1,1**	**3,2**	**-0,7**	**-8,2**	**-9,4**
Beni e servizi per la casa	**-0,3**	**-1,7**	**-0,7**	**1,3**	**0,6**	**0,5**	**2,2**	**2,1**
- energia elettrica	-3,6	-2,8	1,5	3,8	-1,3	0,0	-3,9	-2,2
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-0,9	-3,3	-3,7	-1,1	-1,0	0,7	-1,2	-5,0
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-1,1	-3,0	3,4	9,2	10,0	4,4	7,3	15,2
Alimentari, bevande e tabacchi	**-3,1**	**-2,8**	**-2,7**	**0,0**	**-0,4**	**0,6**	**-3,1**	**-3,8**
- alimentari e bevande	-3,9	-3,6	-3,1	0,0	-0,6	0,6	-4,4	-5,2
- tabacchi	2,4	2,5	-0,4	0,0	1,0	0,6	7,0	6,6

(*) Nella voce beni e servizi per la mobilità è stata inclusa la spesa per servizi postali e di corriere precedentemente inclusa nelle comunicazioni
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 consumo [2], si stima per il mese di novembre 2024 una variazione nulla dell'indice in termini congiunturali e una crescita dell'1,4% su base annua. La tendenza al rialzo, su base annua, è in linea con le attese, in quanto frutto sostanzialmente di un effetto base, e consolida la stima di una crescita dei prezzi al consumo prossima all'1% nella media del 2024.

Il permanere dell'inflazione su valori storicamente bassi, le variazioni congiunturali sono da quasi un biennio molto contenute, non sembra aver attenuato i timori e la prudenza delle famiglie. Gli aumenti del reddito reale delle famiglie, derivanti anche dalla progressiva crescita dell'occupazione e dai rinnovi contrattuali, non hanno al momento determinato quella ripresa dei consumi necessaria a innescare impulsi positivi allo sviluppo del Paese.

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			
Dic. '23	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	0,5	-0,1	-0,5	1,4
Giu	0,1	-0,2	0,4	-0,2	1,0
Lug	0,4	-0,5	2,9	0,5	0,5
Ago	0,2	0,2	0,3	0,4	-0,3
Set	-0,2	0,2	0,4	-2,2	0,8
Ott (*)	*0,0 (0,0)*	*1,3 (0,1)*	*0,0 (0,4)*	*-0,4 (-0,3)*	*-1,5 (-0,5)*
Nov (**)	*0,0*	*0,4*	*0,5*	*-0,1*	*-1,0*
		VARIAZIONI TENDENZIALI			
Dic. '23	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	2,0	-9,5	2,5	4,5
Giu	0,8	1,4	-6,2	1,6	4,2
Lug	1,3	0,9	-2,2	1,5	4,3
Ago	1,1	0,9	-1,4	-0,2	4,4
Set	0,7	1,2	-1,3	-2,3	4,0
Ott (*)	*0,9 (0,9)*	*2,6 (1,4)*	*-1,8 (-1,4)*	*-2,4 (-2,3)*	*3,5 (4,5)*
Nov(**)	*1,4*	*2,6*	*-0,6*	*-0,8*	*4,3*

(*) Il dato ISTAT di ottobre 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 sinistri denunciati con convenzione garanzia ponte dei dirigenti e indice del fatturato delle imprese dei servizi) e 1 indicatore trimestrali mensilizzato (deflatore del PIL). 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 2023, il 60,9% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 34,9% e per i beni è dell'88,7%. Escludendo le spese relative ai fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 70,6% per il totale dei consumi e al 47,5% 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
- Servizi postalie di corriere
- Motocicli
- Automobili
- Carburanti
- Pedaggi
- Trasporti aerei

Beni e servizi per la comunicazione
- Telecomunicazioni, telefonia e dotazioni per l'informatica
- 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, ASSOCIAZIONE ANTONIO PASTORE, 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