

CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

11

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 1 (16 gennaio 2019)

PIL MENSILE

Nel mese di ottobre la produzione industriale è migliorata dello 0,1% su base mensile, al netto dei fattori stagionali, e dell'1,0% su base annua. Nello stesso mese, l'occupazione non ha registrato variazioni di rilievo rispetto al mese precedente.

A novembre la fiducia ha mostrato andamenti decrescenti tra i consumatori e le imprese. Il clima di fiducia delle famiglie ha registrato un peggioramento dell'1,5% congiunturale, mentre il sentiment delle imprese, in linea con la stagnazione del quadro economico, si è ridotto per il quinto mese consecutivo (-1,4%).

Stante il permanere di una situazione di debolezza si stima, a dicembre, una variazione congiunturale nulla del Pil mensile, dato che porterebbe ad una crescita dello 0,3% rispetto allo stesso mese del 2017 (tab. 1).

Nel quarto trimestre 2018 si stima una crescita dello 0,1% del PIL in termini congiunturali, mentre il tasso di crescita tendenziale si attesterebbe allo 0,4%.

Nel complesso del 2018, la crescita dovrebbe attestarsi allo 0,9% (+1,0% tenendo conto dei diversi giorni lavorativi nel 2018 rispetto al 2017).

Tab. 1 - PIL mensile

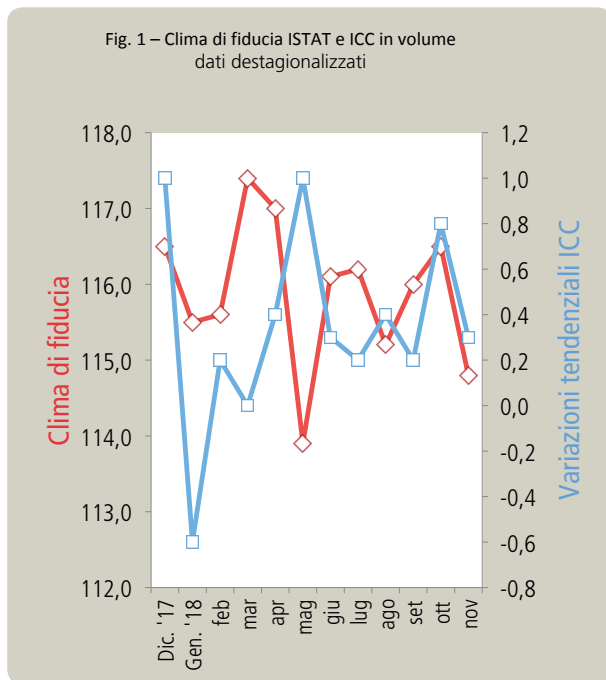
	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
I trimestre 2018	0,3	1,4
II trimestre 2018	0,2	1,2
III trimestre 2018	-0,1	0,7
IV trimestre 2018	0,1	0,4
Set	0,0	0,5
Ott	0,0	0,5
Nov	0,0	0,5
Dic	0,0	0,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

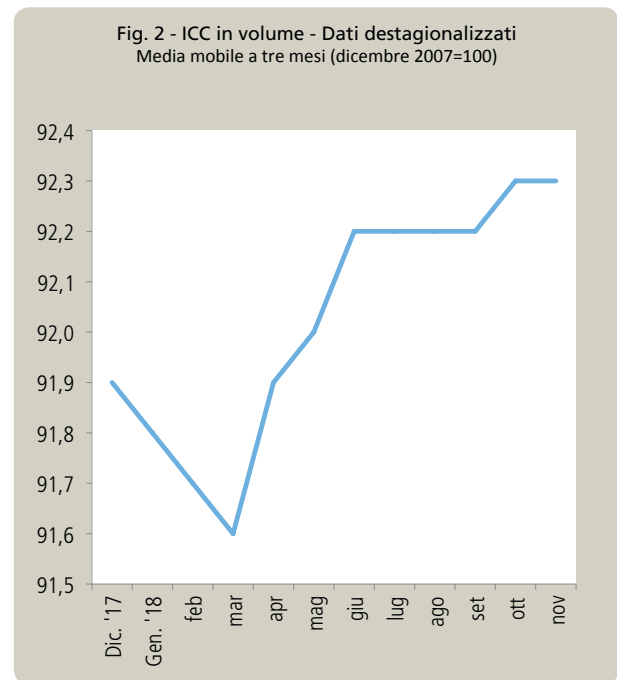
ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

Le contenute prospettive di crescita hanno continuato a determinare una situazione di difficoltà sul versante dei consumi delle famiglie. A novembre 2018¹ l'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha registrato un calo dello 0,2% in termini congiunturali ed un aumento dello 0,3% nel confronto con lo stesso mese del 2017

(tabb. 2 e 3). L'andamento dell'ultimo mese prosegue un percorso di alternanza tra dati lievemente positivi e leggeri ripiegamenti che ha caratterizzato gli ultimi mesi. La scarsa mobilità dei consumi si evince anche dall'andamento dell'ICC in termini di media mobile a tre mesi (fig. 2).



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La diminuzione dello 0,2% registrata in termini congiunturali dall'ICC, nel mese di novembre, è sintesi di un aumento dello 0,1% della domanda relativa ai servizi e di una diminuzione dello 0,3% per i beni.

Per quanto concerne le singole macro-funzioni di spesa si segnala una generalizzata tendenza al ridimensionamento. Variazioni positive di modesta entità si sono registrate solo per i beni e i servizi ricreativi (+0,2%), per gli alberghi i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,1%) e

per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,1%). Per contro la diminuzione più significativa si è registrata per la domanda relativa ai beni e i servizi per la mobilità (-1,2%). Flessioni più contenute si sono rilevate per i beni e i servizi per la casa, per i beni ed i servizi per le comunicazioni (-0,3%) e per l'abbigliamento e le calzature (-0,2%). Il segmento relativo ad alimentari, bevande e tabacchi non ha mostrato variazioni.

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 % congiunturali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

	2017		2018									
	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV
SERVIZI	0,4	-0,9	0,4	-0,4	1,9	-0,7	0,0	-0,3	0,0	0,8	-0,1	0,1
BENI	-0,4	-0,4	0,4	0,1	-0,3	0,7	0,1	-0,2	0,4	-0,6	0,6	-0,3
di cui alimentari e bevande	-0,2	-0,7	1,0	-0,2	-1,0	0,9	-0,7	0,1	0,0	-0,2	0,2	-0,1
TOTALE	-0,2	-0,5	0,4	-0,1	0,4	0,3	0,0	-0,3	0,3	-0,2	0,4	-0,2
Beni e servizi ricreativi	0,4	-0,5	0,4	0,2	0,2	-0,1	0,5	-0,4	0,5	-0,2	0,2	0,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,5	-1,3	0,5	-0,4	2,3	-1,0	-0,5	-0,3	0,0	1,1	-0,1	0,1
Beni e servizi per la mobilità	-1,3	0,3	-0,6	0,5	1,9	1,2	1,0	-1,4	0,2	-1,2	2,0	-1,2
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,2	0,3	0,4	0,3	-0,3	1,2	0,6	0,1	0,6	0,1	1,7	-0,3
Beni e servizi per la cura della persona	0,1	0,0	0,2	-0,1	0,0	0,1	0,2	0,2	0,1	-0,1	0,3	0,1
Abbigliamento e calzature	-0,2	-0,8	0,1	-0,4	0,2	-0,2	-0,1	-0,5	0,5	-1,0	0,4	-0,2
Beni e servizi per la casa	-0,2	-0,8	0,8	0,0	-0,4	0,3	0,2	0,4	0,7	-0,4	-0,2	-0,3
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,4	-0,5	0,8	-0,2	-1,1	0,9	-0,6	0,0	0,0	-0,2	0,1	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

A novembre 2018 l'ICC è risultato, nel confronto su base annua, in aumento dello 0,3%. Il dato dell'ultimo mese è sintesi di un'evoluzione positiva della domanda relativa ai servizi (+1,2%) e di una flessione dello 0,1% della spesa per i beni.

Relativamente alle diverse funzioni di spesa, le dinamiche evidenziano, come nei mesi precedenti andamenti articolati. L'incremento più sensibile, rispetto ad

novembre del 2017, è stato quello relativo alla domanda di beni e di servizi per le comunicazioni (+4,6%), al cui interno la componente "beni" continua ad evidenziare una dinamica molto positiva. Più contenute sono risultate le variazioni relative ai beni e ai servizi ricreativi, ai beni e i servizi per la mobilità (+1,4%), ai beni e ai servizi per la cura della persona (+1,0%) e agli alberghi, pasti e consumazioni fuori casa (+0,8%). Sostanzialmente

Tab. 3 - Variazioni % tendenziali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

	2016	2017	2018				
	Anno	Anno	I sem	III trim.	Set	Ott	Nov
SERVIZI	1,6	3,2	1,7	1,3	1,8	1,2	1,2
BENI	0,5	0,6	-0,5	-0,2	-0,5	0,6	-0,1
TOTALE	0,8	1,4	0,2	0,3	0,2	0,8	0,3
Beni e servizi ricreativi	-2,0	2,6	1,5	1,2	0,9	1,4	1,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,3	2,6	1,5	1,3	1,8	1,0	0,8
Beni e servizi per la mobilità	6,6	1,6	-1,0	0,2	-0,2	1,4	1,4
Beni e servizi per le comunicazioni	1,0	4,6	2,1	2,8	2,7	6,3	4,6
Beni e servizi per la cura della persona	1,2	1,3	1,0	1,1	0,6	1,1	1,0
Abbigliamento e calzature	0,6	0,4	-1,7	-2,1	-3,1	-1,4	-2,1
Beni e servizi per la casa	-0,6	1,5	0,4	0,8	1,2	1,3	0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,3	-0,4	-0,7	-1,1	-1,3	-0,8	-1,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

stabile (+0,1%) ed in deciso ridimensionamento rispetto alla dinamica degli ultimi mesi è risultata la spesa per i beni e i servizi per la casa. Per contro, riduzioni di un

certo rilievo hanno continuato ad interessare la domanda relativa all'abbigliamento e alle calzature (-2,1%) e agli alimentari, le bevande e i tabacchi (-1,2%).

PREZZI: LE TENDENZE A BREVE TERMINE DEI PREZZI AL CONSUMO

Sulla base delle dinamiche registrate dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo², per il mese di dicembre 2018 si stima, rispetto a novembre, una variazione dello 0,2%. Nel confronto

con lo stesso mese del 2017 il tasso d'inflazione dovrebbe collocarsi al +1,5%, in moderato rallentamento rispetto a novembre (+1,7%).

Tab. 4 - Stima delle variazioni dell'indice dei prezzi al consumo - 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					
Gen. '18	0,3	1,1	1,9	-1,3	0,0
Feb.	0,0	-0,7	0,0	0,8	0,3
Mar	0,3	0,1	0,1	0,7	0,7
Apr.	0,1	0,3	-2,2	0,3	1,7
Mag	0,3	0,8	-0,1	0,8	0,9
Giu	0,2	-0,3	0,1	1,8	-0,1
Lug	0,3	-0,8	2,4	0,2	0,5
Ago	0,4	0,0	0,1	2,3	-0,2
Set	-0,5	-0,2	0,0	-2,4	0,4
Ott	0,0	0,0	2,4	-0,7	-0,9
Nov (*)	-0,1 (0,0)	0,7 (0,3)	0,1 (0,2)	-0,5 (-0,1)	-1,5 (-1,1)
Dic (**)	0,2	0,4	0,0	0,3	-0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Gen. '18	0,9	1,3	3,1	1,6	1,0
Feb.	0,5	-0,8	2,6	1,7	1,2
Mar	0,8	0,5	2,5	1,8	1,5
Apr.	0,5	1,2	0,0	0,4	1,2
Mag	1,0	1,9	-0,1	2,6	1,5
Giu	1,3	2,4	0,0	4,2	1,0
Lug	1,5	2,4	2,6	4,0	1,2
Ago	1,6	2,2	2,8	4,2	1,1
Set	1,4	1,5	2,7	4,1	1,3
Ott	1,6	0,7	4,8	3,9	1,2
Nov (*)	1,7 (1,8)	1,1 (1,0)	4,8 (4,4)	3,5 (3,9)	1,5 (2,0)
Dic (**)	1,5	1,4	4,8	2,3	1,5

(*) Il dato ISTAT di novembre 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 in Mariano, R. S., Y. Murasawa, (2003). A new coincident index of business cycles based on monthly and quarterly series, *Journal of Applied Econometrics*, 18(4), 427-443. Questa metodologia permette di gestire in modo ottimale indicatori economici osservati con diversa frequenza temporale e con diversa tempestività. Si considerano 5 indicatori mensili di fonte ISTAT (indice di produzione industriale, numero di occupati, clima di fiducia delle famiglie, delle imprese manifatturiere e del commercio al dettaglio e indice dei nuovi ordinativi), l'indicatore dei consumi Confcommercio (ICC), 1 indicatore sullo stato di salute dell'occupazione dirigenziale del terziario di mercato (A.Pastore) e 2 indicatori trimestrali di fonte ISTAT (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 2017, il 57% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 33,5% e per i beni è dell'83,5%. Escludendo le spese relative ai fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 66,4% per il totale dei consumi e al 45,7% per i servizi.

La banca dati utilizzata si basa su serie mensili (primo dato gennaio 2000) dei livelli di spesa in valore ed in quantità da cui si desumono gli indici di prezzo. Nel caso di informazioni trimestrali si è proceduto all'interpolazione dei dati mancanti.

La base per i livelli in volume è rappresentata dall'anno 2010. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC a base 2010. Per l'abbigliamento e le calzature le serie elementari sono deflazionate con l'IPCA riportato a base 2010.

Le serie sono destagionalizzate con la procedura TRAMO-SEATS.

Per ulteriori informazioni sulla metodologia di costruzione dell'ICC si rimanda alla nota pubblicata il 28 marzo 2011. Per la metodologia di stima dell'indice dei prezzi si rimanda alla nota pubblicata il 6 settembre 2011 ([Sito Confcommercio > Ufficio Studi](#)).

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 disk, supporti magnetici 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, ANCM, ASSAEROPORTI, FEDERALBERGHI, FIPE, FIT, ISTAT, MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, SIAE, SITA, TERNA, UNRAE