

CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

3

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 4 (13 aprile 2018)

PIL MENSILE

La produzione industriale a gennaio ha registrato una diminuzione dell'1,9% su base mensile e un aumento del 4% su base annuale. L'occupazione presenta, nello stesso mese, una lieve crescita congiunturale dello 0,1% (m/m). Migliora a febbraio il *sentiment* delle famiglie (+0,1% m/m) e delle imprese manifatturiere (+0,6% m/m), mentre quello delle imprese del commercio al dettaglio ha registrato una flessione del 2,6%. In linea con queste indicazioni, si stima, per marzo 2018, una crescita congiunturale nulla del PIL mensile e una variazione tendenziale dell'1,2%, in rallentamento rispetto al mese di febbraio 2018.

Nel primo trimestre 2018 il PIL è previsto crescere dello 0,2% in termini congiunturali, mentre il tasso di crescita tendenziale si attesterebbe all'1,4%.

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
Apr '17	0,1	1,5
Mag	0,1	1,6
Giu	0,1	1,7
Lug	0,1	1,7
Ago	0,1	1,8
Set	0,1	1,7
Ott	0,0	1,6
Nov	0,1	1,6
Dic	0,2	1,7
Gen. '18	0,0	1,5
Feb	0,0	1,4
Mar	0,0	1,2
Il trimestre 2017	0,4	1,6
III trimestre 2017	0,4	1,7
IV trimestre 2017	0,3	1,6
I trimestre 2018	0,2	1,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

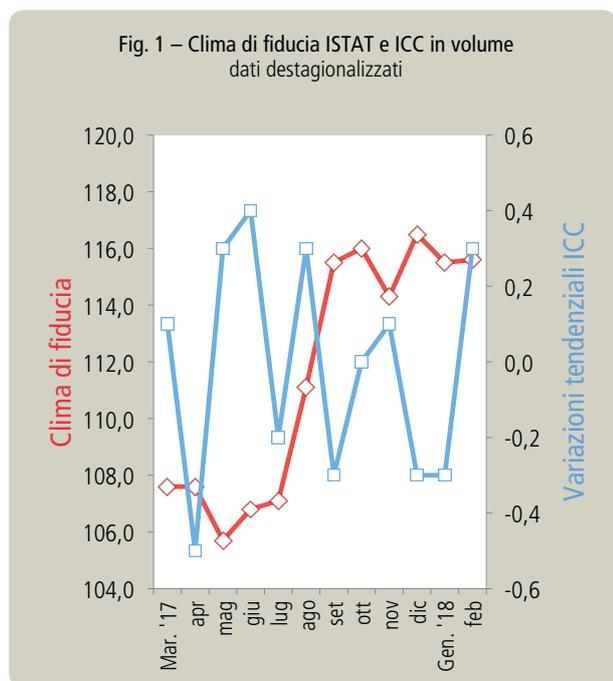
Il modesto recupero (+0,3%) registrato a febbraio 2018¹ rispetto a gennaio dall'indicatore dei Consumi

Confcommercio (ICC) si inserisce in un contesto in cui l'alternarsi di dati positivi e negativi, associati a

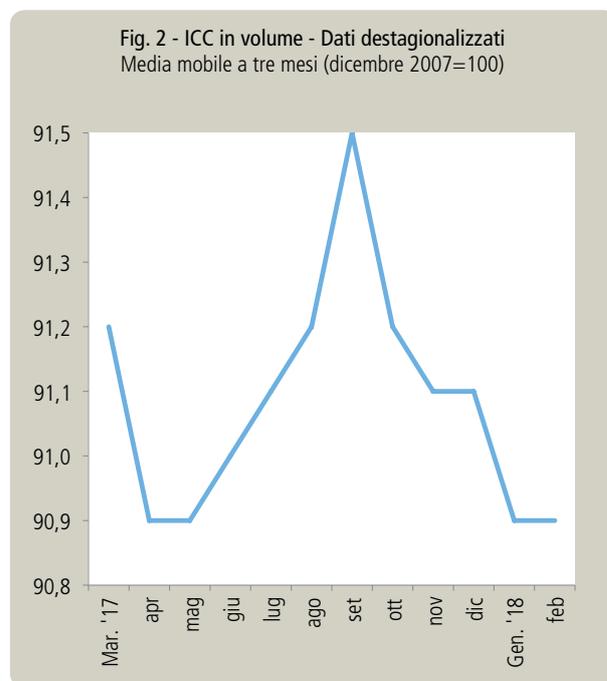
¹ I dati dell'ultimo mese devono essere considerati come stime provvisorie in quanto ottenuti attraverso l'integrazione dei dati disponibili con uno specifico modello di previsione ARIMA applicato alle singole serie mensili che compongono l'ICC. Il rilascio da parte dell'Istat dei nuovi indici delle vendite al dettaglio in base 2015 ha determinato delle modifiche nelle serie storiche di alcuni beni e dell'ICC.

un'evoluzione meno dinamica dell'occupazione, continua a determinare aspettative molto prudenti da parte delle famiglie con comportamenti di consumo discontinui. Il dato dell'ultimo mese segue un bimestre negativo e conferma la tendenza alla riduzione su base annua (-0,1%) (tabb. 2 e 3).

In termini di media mobile a tre mesi l'indicatore, dopo un periodo di ridimensionamento, sembra essersi stabilizzato (fig. 2).



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

L'aumento dello 0,3% registrato in termini congiunturali dall'ICC a febbraio, dato che segue alla riduzione dello 0,3% di dicembre e gennaio, è sintesi di una flessione dello 0,1% della domanda relativa ai servizi e di un aumento dello 0,5% di quella per i beni, segmento fortemente penalizzato dalla domanda delle famiglie nei mesi precedenti.

Per quanto concerne le singole macro-funzioni si rileva una tendenza al recupero abbastanza diffusa. Il miglioramento più significativo si è registrato per i beni e i servizi per le comunicazioni (+0,9%). Aumenti di una certa entità hanno interessato gli alimentari, le bevande ed i tabacchi (+0,8%), i beni e i servizi per la casa (+0,7%) e l'abbigliamento e le calzature (+0,5%). Per i

beni e i servizi ricreativi e per i beni e i servizi per la cura della persona il miglioramento è stato molto contenuto (+0,1% rispetto a gennaio).

Per contro, la flessione più significativa ha interessato i beni e servizi per la mobilità (-0,3%), segmento all'interno del quale prosegue la tendenza al rallentamento degli acquisti di autovetture da parte delle famiglie. Questa dinamica è conseguenza anche del graduale passaggio dalla proprietà al possesso attraverso forme di noleggio a lungo termine a privati.

Più contenuto è risultato il ridimensionamento della spesa per gli alberghi ed i pasti e consumazioni fuori casa (-0,2% rispetto a gennaio).

Tab. 2 - Variazioni % congiunturali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Nel confronto su base annua a febbraio l'ICC ha registrato una flessione dello 0,1%, attenuando la tendenza alla riduzione emersa a gennaio (-0,8%). Il dato dell'ultimo mese è sintesi di un'evoluzione positiva della domanda relativa ai servizi (+1,6%) e di una flessione dello 0,8% della spesa per i beni.

Rispetto a febbraio del 2017 l'incremento più significativo ha riguardato la domanda per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,7%).

Più contenuta è stata la crescita, su base annua, per i beni e i servizi ricreativi (+1,1%), per i beni e i servizi per le comunicazioni, per i beni e i servizi per la cura della persona e per i beni e i servizi per la casa (+0,8%).

In linea con quanto registrato nei mesi precedenti, la riduzione più significativa ha interessato il segmento relativo ai beni e servizi per la mobilità (-4,0%). Tale andamento ha continuato a riflettere sia il rallentamento in atto sul versante della domanda di auto da parte

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

	2016	2017		2018			
	Anno	Anno	III Trim	IV Trim	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	0,9	2,3	2,3	2,1	1,8	1,8	1,6
BENI	0,9	-0,1	-0,1	-0,4	-0,7	-1,9	-0,8
TOTALE	0,9	0,6	0,6	0,4	0,1	-0,8	-0,1
Beni e servizi ricreativi	-3,0	1,0	0,6	0,8	1,0	0,9	1,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,3	2,7	2,4	2,8	2,6	2,1	1,7
Beni e servizi per la mobilità	8,7	-0,7	-0,5	-1,9	-4,4	-4,2	-4,0
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,5	2,7	3,0	0,8	0,6	0,1	0,8
Beni e servizi per la cura della persona	0,8	0,6	0,8	0,7	0,6	0,3	0,8
Abbigliamento e calzature	0,7	-0,2	-0,5	-0,5	-0,4	-1,8	-0,5
Beni e servizi per la casa	-0,7	0,7	1,1	0,3	0,6	-1,0	0,8
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,3	-0,4	-0,4	-0,3	-0,1	-1,8	-0,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

dei privati, sia il permanere di una fase di debolezza dei consumi di carburanti. Più contenuta è risultata la

riduzione per l'abbigliamento e le calzature (-0,5%) e per gli alimentari, le bevande ed i tabacchi (-0,4%).

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 marzo 2018 si stima, rispetto a febbraio, un aumento dello 0,2%. Nel confronto con marzo del 2017

l'inflazione dovrebbe segnalare un modesto aumento attestandosi allo 0,7%.

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					
Apr. '17	0,4	-0,4	0,2	1,7	2,0
Mag	-0,2	0,1	0,0	-1,4	0,6
Giu	-0,1	-0,8	0,0	0,2	0,4
Lug	0,1	-0,8	-0,2	0,4	0,3
Ago	0,3	0,2	-0,1	2,2	-0,1
Set	-0,3	0,5	0,1	-2,3	0,2
Ott	-0,2	0,8	0,4	-0,5	-0,8
Nov	-0,2	0,3	0,1	-0,1	-1,8
Dic	0,4	0,1	0,0	1,5	-0,2
Gen. '18	0,3	1,1	1,9	-1,3	0,0
Feb. (*)	0,0 (0,2)	-0,7 (0,5)	0,0 (0,3)	0,8 (0,4)	0,3 (0,0)
Mar (**)	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Apr. '17	1,9	2,2	3,0	5,6	1,8
Mag	1,4	1,9	3,0	3,7	1,9
Giu	1,2	1,0	3,0	3,0	2,2
Lug	1,1	0,9	2,6	2,3	2,2
Ago	1,2	0,8	2,5	3,7	2,2
Set	1,1	1,4	1,7	2,6	2,1
Ott	1,0	2,1	2,0	2,4	1,7
Nov	0,9	1,9	2,0	2,7	1,1
Dic	0,9	1,5	1,9	2,8	1,1
Gen. '18	0,9	1,3	3,1	1,6	1,0
Feb. (*)	0,5 (0,6)	-0,8 (0,4)	2,6 (2,3)	1,7 (1,3)	1,2 (0,9)
Mar (**)	0,7	0,5	2,5	1,3	1,0

(*) Il dato ISTAT di febbraio è definitivo. 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 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 6 indicatori mensili (indice di produzione industriale, indicatore dei consumi Confcommercio (ICC), numero di occupati, clima di fiducia delle famiglie, delle imprese manifatturiere e del commercio al dettaglio e indice dei nuovi ordinativi) e 2 indicatori trimestrali (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 2016, il 53,7% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 32,0% e per i beni è del 78,1%. Escludendo le spese relative i fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 62,8% per il totale dei consumi e al 44,0% 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'aggiornamento 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