



# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

# 4

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 5 (15 maggio 2018)

### PIL MENSILE

La produzione industriale ha registrato a febbraio 2018, al netto dei fattori stagionali, una diminuzione dello 0,5% su base mensile e un aumento del 2,7% su base annuale. L'occupazione ha presentato, nello stesso mese, una lieve crescita congiunturale (0,1%).

A marzo il *sentiment* delle famiglie ha registrato un miglioramento (+1,6% m/m), mentre il clima di fiducia delle imprese manifatturiere ha segnalato un calo dell'1,2%. Stabile il *sentiment* nel commercio al dettaglio nel mese di marzo.

In linea con queste indicazioni, si stima, per aprile 2018, una crescita congiunturale del PIL mensile dello 0,1% e una variazione tendenziale dell'1,1% (tab. 1). La stima della variazione del PIL nel primo trimestre 2018 è rivista al ribasso sia in termini congiunturali (da 0,2% a 0,1%), sia in termini tendenziali (da 1,4% a 1,2%).

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
II trimestre 2017	0,4	1,6
III trimestre 2017	0,4	1,8
IV trimestre 2017	0,3	1,6
I trimestre 2018	0,1	1,2
Gen. '18	0,1	1,1
Feb	0,0	1,3
Mar	0,0	1,2
Apr	0,1	1,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

### ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

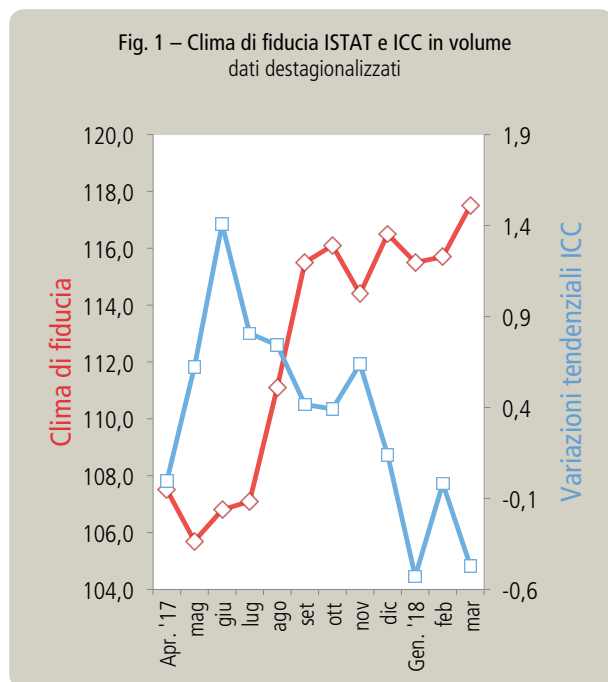
L'indebolimento di molti indicatori congiunturali, in particolare dell'occupazione, sta determinando un profilo

piatto della domanda da parte delle famiglie. A marzo 2018<sup>1</sup> l'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha

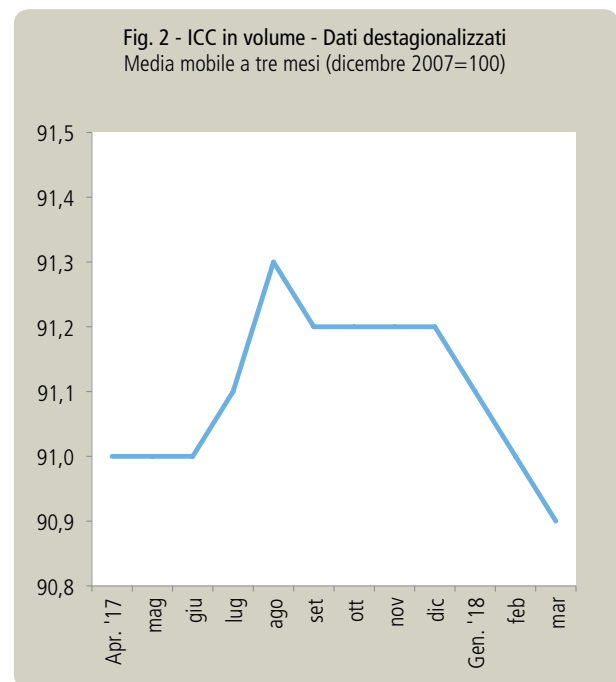
1 I dati dell'ultimo mese devono essere considerati come stime provvisorie in quanto ottenuti attraverso l'integrazione dei dati disponibili con uno specifico modello di previsione ARIMA applicato alle singole serie mensili che compongono l'ICC.

registrato un calo dello 0,2% rispetto a febbraio e dello 0,5% nei confronti dello stesso mese del 2017 (tabb. 2 e 3).

In termini di media mobile a tre termini l'evoluzione degli ultimi mesi ha portato ad un progressivo ridimensionamento dell'indicatore (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 marzo è sintesi di un aumento dello 0,1% della domanda relativa ai servizi e di una riduzione dello 0,3% di quella per i beni, segmento che continua ad evidenziare elementi di difficoltà.

Per quanto concerne le singole macro-funzioni si rileva una tendenza al deterioramento abbastanza diffusa. L'unica variazione positiva ha interessato l'aggregato relativo ai beni e ai servizi per la mobilità (+0,2), andamento determinato quasi esclusivamente dal trasporto aereo. Stazionaria, rispetto a febbraio, è risultata la spesa

relativa ai beni e i servizi ricreativi e quella per i beni e i servizi per la cura della persona.

Per contro, la flessione più significativa ha interessato gli alimentari, le bevande ed i tabacchi (-0,7%). Lievemente più contenuto è risultato il calo della domanda per i beni e i servizi per le comunicazioni (-0,4%). Rispetto a febbraio, una diminuzione di modesta entità (-0,1%) si è rilevata anche per gli alberghi ed i pasti e consumazioni fuori casa, per l'abbigliamento e le calzature i beni e i servizi per la casa.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

Nel confronto su base annua a marzo 2018 l'ICC ha registrato una flessione dello 0,5%, confermando la tendenza al rallentamento emersa nei mesi precedenti. Il dato dell'ultimo mese è sintesi di un'evoluzione positiva della domanda relativa ai servizi (+1,7%) e di una flessione dell'1,4% della spesa per i beni.

In linea con quanto già emerso a gennaio e febbraio, l'incremento più significativo ha riguardato la domanda

per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,9%).

Più contenuta è stata la crescita, su base annua, per i beni e di servizi per le comunicazioni (+1,1%), per i beni e i servizi per la cura della persona e per i beni e i servizi per la casa (+0,9%).

Relativamente ai beni e i servizi ricreativi a marzo la spesa si è attestata sugli stessi livelli dello scorso anno.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Come già segnalato nei mesi precedenti la riduzione più significativa ha interessato il segmento relativo ai beni e servizi per la mobilità (-4,0%). Tale evoluzione ha riflesso l'andamento sostanzialmente negativo della domanda di beni (mezzi di trasporto e carburanti) non compensato

dall'andamento positivo della componente relativa ai servizi. Più contenuta, ma non meno significativa, è stata la riduzione per l'abbigliamento e le calzature e per gli alimentari, le bevande ed i tabacchi (-1,8%).

## 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 consumo<sup>2</sup>, per il mese di aprile 2018 si stima, rispetto a marzo,

un aumento dello 0,2%. Nel confronto con aprile del 2017 l'inflazione dovrebbe segnalare un rallentamento 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					
Mag. '17	-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	-0,7	0,0	0,8	0,3
Mar (*)	0,4 (0,2)	0,8 (0,1)	0,1 (0,1)	0,7 (0,2)	0,7 (0,2)
Apr. (**)	0,2	0,2	-2,5	1,4	1,4
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mag. '17	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	-0,8	2,6	1,7	1,2
Mar (*)	0,9 (0,7)	1,2 (0,5)	2,5 (2,5)	1,8 (1,3)	1,5 (1,0)
Apr. (**)	0,7	1,8	-0,3	1,5	0,9

(\*) Il dato ISTAT di marzo è definitivo. Tra parentesi le previsioni del mese precedente. (\*\*) Previsioni.

Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

<sup>2</sup> 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 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 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'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