



# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

# 3

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 4 (16 aprile 2019)

*Stagnazione più che recessione. Così si può classificare la prima parte del 2019 sulla base dei dati congiunturali, certo non soddisfacenti e ampiamente contraddittori. Sul fronte dei consumi, nonostante un andamento complessivamente non favorevole, si apprezza qualche elemento di vivacità, sintomo del tentativo delle famiglie di reagire ad una situazione di perdurante fragilità delle aspettative.*

## PIL MENSILE

Nel mese di gennaio la produzione industriale è tornata a crescere, dopo un quadrimestre negativo, registrando, al netto dei fattori stagionali, un +1,7% su base mensile. Ciò nonostante permane, su base annua, una tendenza alla riduzione (-0,9%). L'occupazione si è confermata stabile rispetto al mese precedente, e in crescita nel confronto annuo (+0,1% su base mensile, +0,7% rispetto a gennaio 2018).

Il clima di fiducia di imprese e famiglie ha segnalato, nel mese di febbraio un peggioramento. La fiducia delle famiglie è calata dell'1,3% congiunturale, mentre il *sentiment* delle imprese ha continuato a patire la debolezza del quadro economico, con un calo dello 0,8%. Solo la fiducia delle imprese al dettaglio ha mostrato un miglioramento (2,4% m/m).

Sulla base dell'andamento dei principali indicatori, debole ed incerto, si stima, a marzo, una variazione congiunturale negativa (-0,1%) del Pil mensile, dato che porterebbe ad

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
Il trimestre 2018	0,1	1,1
III trimestre 2018	-0,1	0,6
IV trimestre 2018	-0,1	0,0
I trimestre 2019	0,1	-0,1
Dic	0,0	0,0
Gen '19	0,1	0,0
Feb	0,0	0,0
Mar	-0,1	-0,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

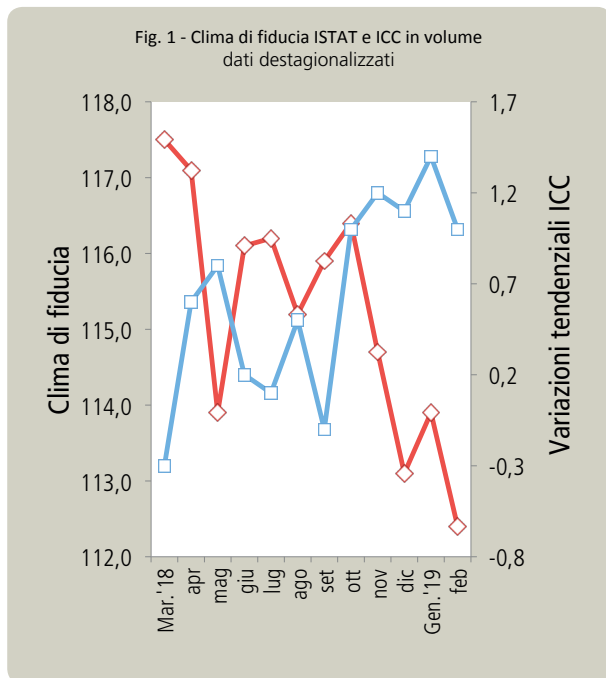
una decrescita dello 0,3% rispetto allo stesso mese del 2018 (tab. 1).

Il primo trimestre 2019 dovrebbe, pertanto, registrare una crescita del Pil dello 0,1% in termini congiunturali, mentre il tasso di crescita tendenziale si attesterebbe al -0,1%.

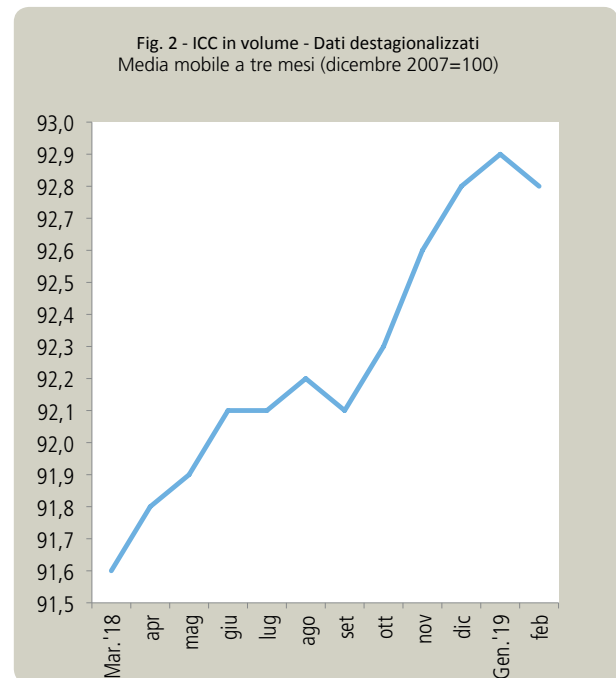
## ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A febbraio 2019<sup>1</sup> l'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha segnalato una diminuzione dello 0,1% in termini congiunturali e un aumento dell'1,0% nel confronto con

lo stesso mese del 2018 (tabb. 2 e 3). In termini di media mobile a tre mesi, dopo il recupero degli ultimi periodi l'indicatore ripiega moderatamente (fig. 2).



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

## LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

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

Il dato è espressione di andamenti articolati delle diverse macro-funzioni di spesa, a conferma delle difficoltà dei consumi di intradarsi su un percorso di crescita consolidata. Variazioni positive apprezzabili si sono registrate solo per i beni e i servizi per la mobilità

(+0,5 % sul mese precedente) e per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,4%). Per contro, la diminuzione più significativa si è registrata per i beni e servizi per le comunicazioni (-0,7 su gennaio), al cui interno la componente relativa ai beni ha mostrato un rallentamento. In diminuzione sono risultate anche le spese per i beni ed i servizi per la casa e per gli alimentari le bevande ed i tabacchi (-0,5%). Per le altre voci di spesa si rileva una sostanziale stagnazione.

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

	2018										2019	
	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB
<b>SERVIZI</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,8</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,2</b>
<b>BENI</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,5</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,2</b>
di cui alimentari e bevande	-0,3	-0,8	0,7	-0,6	0,1	0,0	-0,2	0,2	-0,2	-0,1	0,4	-0,5
<b>TOTALE</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,5</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>
Beni e servizi ricreativi	0,0	0,0	-0,1	0,4	-0,3	0,6	-0,5	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	-0,5	2,1	-0,9	-0,5	-0,3	0,1	0,9	0,9	1,1	-0,9	-0,5	0,4
Beni e servizi per la mobilità	0,2	2,3	1,0	1,0	-1,5	1,4	-3,0	3,6	-0,4	1,6	-0,4	0,5
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,2	0,5	0,8	0,3	0,4	0,3	0,6	1,3	0,8	-0,1	0,7	-0,7
Beni e servizi per la cura della persona	-0,2	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	-0,1	0,2	0,0	-0,2	-0,1	0,1
Abbigliamento e calzature	-0,2	0,3	-0,2	0,0	-0,4	0,6	-1,0	0,6	0,1	-0,2	0,3	-0,1
Beni e servizi per la casa	0,1	-0,4	0,3	0,3	0,4	0,7	-0,4	-0,2	1,6	-1,5	0,2	-0,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,3	-0,9	0,7	-0,4	0,0	0,0	-0,2	0,1	-0,1	-0,1	0,2	-0,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

A febbraio 2019 l'ICC è risultato, nel confronto su base annua, in aumento dell'1,0%, in rallentamento rispetto a gennaio. Il dato dell'ultimo mese è sintesi di un'evoluzione positiva sia della domanda relativa ai servizi (+1,5%), sia della spesa per i beni (+0,9%).

In linea con quanto rilevato nei periodi più recenti sulla tenuta di quest'ultima componente ha influito

l'andamento della domanda di beni inclusi nella mobilità e nelle comunicazioni.

Queste due funzioni di consumo fanno segnare rispettivamente, a febbraio, variazioni pari al +6,4% e al +4,7%.

Andamenti positivi si sono registrati anche per gli alberghi i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,6%). Decisamente

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

	2017	2018	2019					
	Anno	Anno	I sem	III trim.	IV trim.	Dic	Gen	Feb
<b>SERVIZI</b>	<b>3,2</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>	<b>1,1</b>	<b>1,8</b>	<b>1,3</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>
<b>BENI</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,8</b>	<b>1,0</b>	<b>1,4</b>	<b>0,9</b>
<b>TOTALE</b>	<b>1,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>	<b>1,4</b>	<b>1,0</b>
Beni e servizi ricreativi	2,6	0,7	1,0	0,5	0,2	-0,1	0,7	0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,6	1,6	1,5	1,1	2,2	1,4	1,6	1,6
Beni e servizi per la mobilità	1,7	0,4	-0,9	-0,2	3,7	6,3	3,4	6,4
Beni e servizi per le comunicazioni	4,6	3,4	2,2	3,1	6,1	5,8	6,8	4,7
Beni e servizi per la cura della persona	1,3	0,9	1,0	0,9	0,6	0,3	0,1	0,0
Abbigliamento e calzature	0,2	-1,5	-1,6	-1,6	-1,0	-1,3	0,2	-0,2
Beni e servizi per la casa	1,5	0,8	0,4	0,9	1,4	0,8	2,0	0,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,4	-0,9	-0,7	-1,1	-0,9	-1,0	0,1	-1,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

più contenuti sono risultati i tassi di crescita per i beni e i servizi per la casa (+0,5) e per i beni e i servizi ricreativi (+0,3). La domanda per i beni e i servizi per la cura della persona è risultata stabile. Per contro, la domanda

relativa agli alimentari, alle bevande e ai tabacchi (-1,5%) e all'abbigliamento e alle calzature (-0,2%) continua a segnalare una tendenza alla riduzione.

## 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, per il mese di marzo 2019 si stima, rispetto a febbraio,

un aumento dello 0,3%. Nel confronto con lo stesso mese del 2018 il tasso d'inflazione dovrebbe collocarsi all'1,0%, in modesta discesa rispetto a febbraio.

**Tab. 4 - STIMA DELLA VARIAZIONE DEI PREZZI AL CONSUMO - variazioni 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. '18	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	-0,2	0,5	0,1	-0,5	-1,7
Dic	-0,1	0,0	0,0	-0,9	-0,4
Gen. '19	0,1	1,0	0,9	-1,4	0,0
Feb. (*)	0,2 (0,1)	0,8 (0,1)	0,0 (0,1)	0,4 (0,5)	0,2 (0,1)
Mar. (**)	0,2	0,1	0,1	0,8	0,3
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Apr. '18	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	1,6	0,9	4,8	3,5	1,3
Dic	1,1	0,8	4,8	1,2	1,1
Gen. '19	0,9	0,7	3,8	1,0	1,1
Feb. (*)	1,1 (1,0)	2,1 (1,4)	3,8 (3,5)	0,6 (0,7)	1,0 (1,0)
Mar. (**)	1,0	2,2	3,8	0,7	0,6

(\*) Il dato ISTAT di febbraio è provvisorio. (\*\*) Previsioni.

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

**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