

# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

# 4

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 5 (15 maggio 2019)

*Andamenti contrastanti per i principali indicatori congiunturali. Relativamente favorevole la dinamica della produzione industriale nel primo bimestre dell'anno, in contrapposizione al clima di fiducia di famiglie e imprese che mostra un marcato declino (al di là di oscillazioni puntuali trascurabili). Marzo è fortemente negativo per i consumi. Se nello stesso mese si registrerà una riduzione della produzione industriale e dell'occupazione si modificheranno al rialzo le probabilità di passare dalla stagnazione alla recessione.*

## PIL MENSILE

Il quadro congiunturale continua ad essere caratterizzato da andamenti contrastanti. A febbraio la produzione industriale, al netto dei fattori stagionali, è risultata in ulteriore recupero con un +0,8% congiunturale e su base annua. L'occupazione ha mostrato, nello stesso mese, deboli segnali di rallentamento rispetto a gennaio (-0,1%), mantenendo, comunque, nel confronto annuo un andamento positivo (+0,5%).

Il clima di fiducia di imprese e famiglie ha registrato, nel mese di marzo, una dinamica incerta. La fiducia delle famiglie è calata dell'1,1% congiunturale, mentre il *sentiment* delle imprese è tornato a crescere, con un +1,0% rispetto al mese precedente (anche se il tendenziale rimane fortemente negativo con -6,3%).

Sulla base di questi andamenti si stima, ad aprile, una variazione congiunturale nulla del Pil mensile, e una decrescita dello 0,2% rispetto allo stesso mese del 2018 (tab. 1).

**Tab. 1 - PIL mensile**

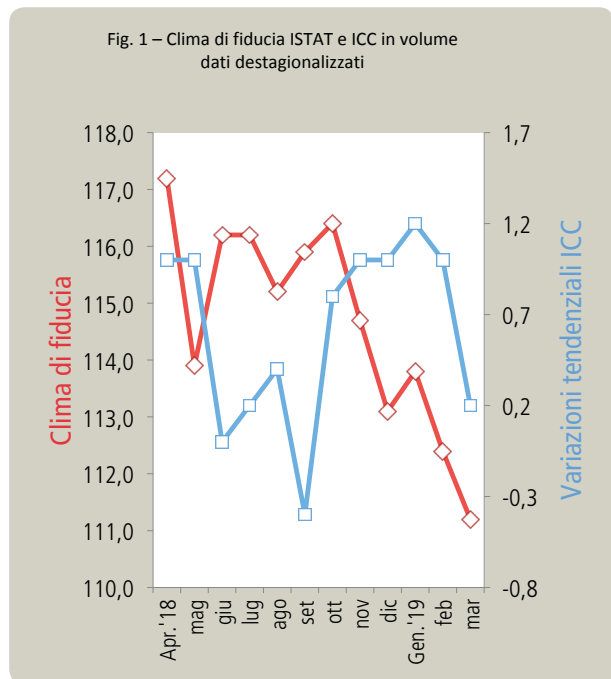
	<b>variazioni congiunturali</b>	<b>variazioni tendenziali</b>
Il trimestre 2018	0,1	1,1
III trimestre 2018	-0,1	0,6
IV trimestre 2018	-0,1	0,0
I trimestre 2019	0,1	-0,1
Gen '19	0,1	0,0
Feb	0,0	-0,1
Mar	-0,1	-0,3
Apr	0,0	-0,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

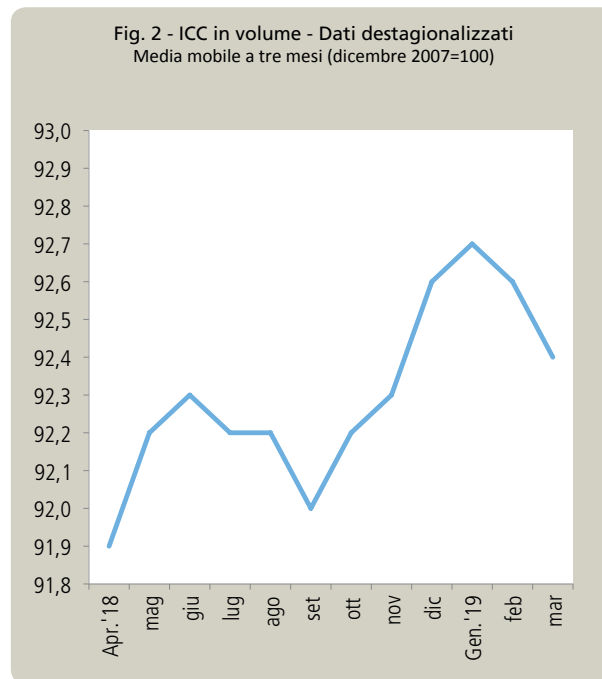
## ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A marzo 2019<sup>1</sup> l'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) è diminuito dello 0,7% in termini congiunturali crescendo dello 0,2% nel confronto con

lo stesso mese del 2018 (tabb. 2 e 3). In termini di media mobile a tre mesi si consolida la tendenza al ripiegamento (fig. 2).



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

### LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La diminuzione dello 0,7% registrata in termini congiunturali dall'ICC, nel mese di marzo, è sintesi di una flessione sia della domanda relativa ai servizi (-0,3%) sia di quella per i beni (-0,9%).

Il dato è espressione di una generalizzata tendenza al ridimensionamento delle diverse macro-funzioni di spesa. L'unica variazione positiva si è rilevata per i beni e i servizi ricreativi (+0,2%). Per contro, la diminuzione più sensibile

ha interessato i beni e i servizi per la mobilità (-3,2% sul mese precedente). Tra le altre voci, rallentamenti di una certa entità hanno riguardato gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (-0,8%), gli alimentari le bevande ed i tabacchi (-0,4%) e i beni e i servizi per la cura della persona (-0,4%). Di entità più modesta sono state le cadute delle altre funzioni di consumo.

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

### LE DINAMICHE TENDENZIALI

A marzo 2019 l'ICC è risultato, nel confronto su base annua, in aumento dello 0,2% evidenziando un netto rallentamento rispetto ai mesi precedenti. Il dato deriva da un'evoluzione positiva della domanda relativa ai servizi (+1,5%) a cui si è contrapposto un calo della spesa per i beni (-0,4%).

Sull'andamento di quest'ultima componente ha influito il deciso ridimensionamento della domanda per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-2,6%).

Nel confronto con lo stesso mese del 2018 l'aumento più significativo si è registrato per i beni e i servizi per le comunicazioni (+5,3%), al cui interno i beni ed i servizi per l'ICT continuano ad avere una tendenza fortemente espansiva.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Andamenti positivi di una certa entità si sono registrati anche per i beni e i servizi per la mobilità (+1,5%), per gli alberghi i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,1%)

e per i beni e i servizi ricreativi (+0,9). Decisamente più contenuti sono risultati i tassi di crescita per le altre funzioni di spesa

**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 2019 si stima, in termini

congiunturali, un aumento dello 0,1%. Nel confronto con lo stesso mese del 2018 il tasso d'inflazione dovrebbe collocarsi allo 0,9%, in modesta discesa rispetto a marzo.

**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					
Mag.'18	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.	0,1	0,4	0,0	0,4	0,2
Mar. (*)	0,3 (0,2)	-0,4 (0,1)	0,0 (0,1)	1,3 (0,8)	0,6 (0,3)
Apr. (**)	0,1	0,1	-3,2	1,4	1,6
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mag.'18	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.	1,0	1,7	3,8	0,6	1,0
Mar. (*)	1,0 (1,0)	1,3 (2,2)	3,7 (3,8)	1,2 (0,7)	0,9 (0,6)
Apr. (**)	0,9	1,1	2,7	2,3	0,8

(\*) Il dato ISTAT di marzo 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