



# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

# 7

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 8 (12 settembre 2019)

*La stima del PIL mensile di luglio, -0,3% congiunturale, indica con chiarezza come anche il terzo trimestre difficilmente rappresenterà un punto di svolta per la nostra economia. Dopo un primo semestre di crescita prossima allo zero, le possibilità di una ripresa che vada oltre un paio di decimali per il complesso del 2019 si vanno via via riducendo. Il quadro dei consumi appare poco rassicurante, nonostante il modesto miglioramento di giugno. Nel secondo trimestre sia in termini congiunturali sia su base annua la variazione è stata sostanzialmente nulla. La prolungata stagnazione e l'indebolimento della congiuntura internazionale stanno portando l'inflazione su nuovi minimi. In questo panorama è possibile che anche i miglioramenti che si registrano dal lato dell'occupazione si esauriscano nei prossimi mesi.*

## PIL MENSILE

Dopo due mesi di contrazione la produzione industriale è tornata a crescere a maggio registrando, al netto dei fattori stagionali, una variazione dello 0,9% congiunturale. Nel confronto annuo resta negativo per otto decimi di punto. Nello stesso mese l'occupazione ha mostrato segnali di ripresa con un +0,3% rispetto al mese precedente e un +0,4% nel confronto annuo.

La fragilità della situazione congiunturale rimane evidente se si guarda alle ultime indicazioni sul sentiment di famiglie e imprese che ha segnalato, a giugno, una diffusa riduzione. Per le famiglie consumatrici il clima di fiducia è sceso dell'1,8% congiunturale, mentre quello delle imprese ha mostrato una contrazione dello 0,9%. Ancora più negativo risulta il confronto su base annua con una riduzione del 5,7% per le famiglie e del 5,5% per le imprese.

Considerato l'andamento dei principali indicatori la stima del Pil mensile per luglio presenta una variazione

congiunturale negativa di -0,3%, e una modesta crescita dello 0,3% rispetto allo stesso mese del 2018 (tab. 1). Viene corretta al ribasso la stima del Pil del secondo trimestre: da 0,1% a 0,0% la variazione congiunturale e da 0,0% a -0,1% quella tendenziale.

**Tab. 1 - PIL mensile**

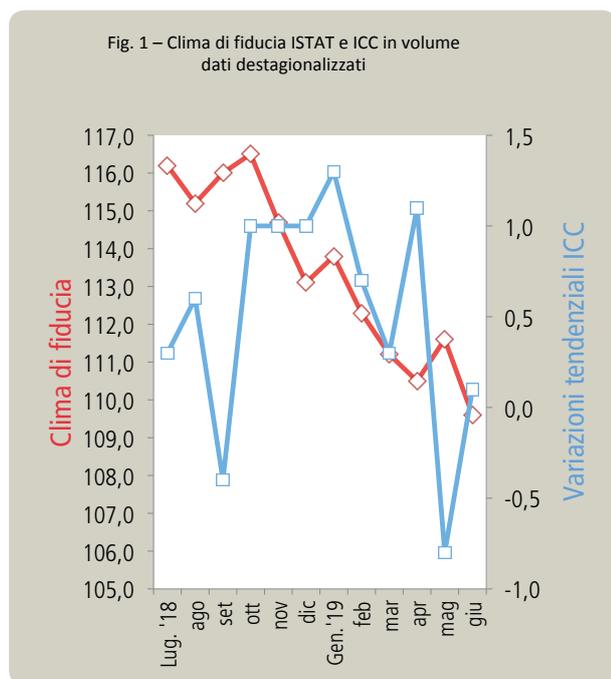
	<b>variazioni congiunturali</b>	<b>variazioni tendenziali</b>
III trimestre 2018	-0,1	0,5
IV trimestre 2018	-0,1	0,0
I trimestre 2019	0,1	-0,1
II trimestre 2019	0,0	-0,1
Apr. '19	-0,3	-0,2
Mag	0,3	-0,2
Giu	0,2	0,0
Lug	-0,3	0,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

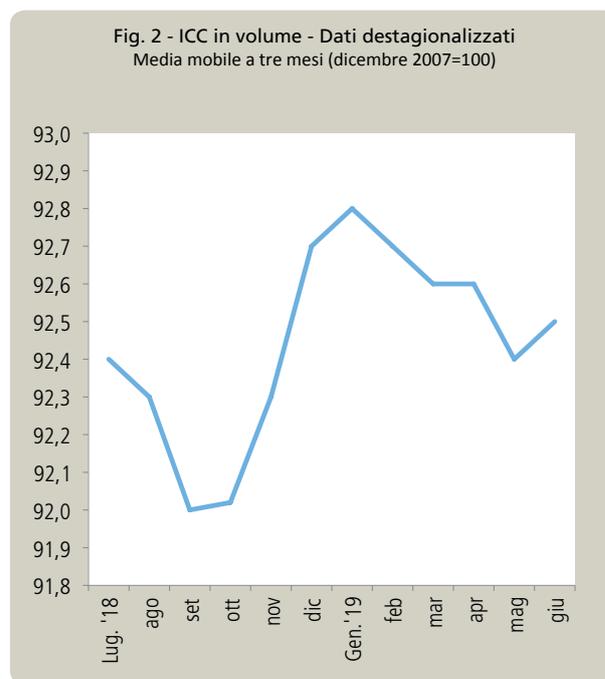
## ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A giugno 2019<sup>1</sup> l'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) è tornato in territorio positivo dopo la pesante riduzione registrata a maggio (-0,8%) con una variazione dello 0,3% in termini congiunturali e del +0,1% nel

confronto con lo stesso mese del 2018 (tabb. 2 e 3). In termini di media mobile a tre mesi si osserva una modesta tendenza al miglioramento (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 nel mese di giugno è sintesi di un deterioramento della domanda relativa ai servizi (-0,3%) e di un ripresa di quella per i beni (+0,6%).

Il dato è, inoltre, espressione di una generalizzata tendenza al recupero delle diverse macro-funzioni di spesa. Solo per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa si rileva una riduzione (-0,6%) a segnalare un avvio non particolarmente favorevole della stagione estiva.

Per contro, gli aumenti più sensibili si registrano per le spese per i beni ed i servizi per la casa (+1,3%), sul cui

andamento ha pesato in misura di rilievo l'accresciuta domanda di energia, e per i beni e i servizi per la mobilità (+0,9%). Aumenti più contenuti si sono riscontrati per l'abbigliamento e le calzature (+0,5%), per gli alimentari ed i tabacchi (+0,4%) e per i beni ed i servizi per le comunicazioni (+0,4%). Se per quest'ultima voce si tratta del proseguimento di un trend favorevole che permane ormai da alcuni mesi, per le prime due funzioni il modesto recupero di giugno ha solo attenuato una situazione di perdurante difficoltà.

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

A giugno 2019 l'ICC ha mostrato, nel confronto annuo, un modestissimo aumento (+0,1%) attenuando in minima parte la situazione di forte criticità che si era registrata a maggio (-0,8%). Nel complesso del secondo trimestre si rileva, rispetto allo stesso periodo del 2018, una sostanziale stabilità (+0,1%), con un deciso rallentamento rispetto al semestre precedente. Il dato dell'ultimo mese è derivato da una crescita dello 0,9% della domanda per i servizi e da un calo dello 0,3% della spesa per i beni.

Nel confronto con giugno del 2018 il segmento più dinamico si conferma quello relativo alla spesa effettuata dalle famiglie per i beni e i servizi per le comunicazioni (+5,9%), al cui interno i beni per l'ICT continuano ad evidenziare tassi di crescita sostenuti.

La presenza di una domanda particolarmente vivace per tutti i prodotti dell'elettronica di consumo ha contribuito, in larga parte, anche all'incremento registrato dalla domanda per i beni e i servizi per la casa (+1,6% su base annua). Più contenuto

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

è risultato, nel confronto con giugno del 2018, l'aumento della domanda per gli alberghi i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,0%). Per tutte le altre funzioni di spesa si rileva una riduzione della spesa delle famiglie con un dato molto negativo per i beni e i servizi per la mobilità (-2,3%).

Riduzioni di una certa entità, nel confronto annuo, si sono continuate a registrare per l'abbigliamento e le calzature (-0,7%) e per gli alimentari le bevande e i tabacchi (-0,5%), segmenti da tempo interessati da una crisi della domanda.

## 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 luglio 2019 si stima, in termini congiunturali, una

diminuzione dello 0,1%. Nel confronto con lo stesso mese del 2018, i prezzi crescerebbero dello 0,4% proseguendo nel percorso di rallentamento dell'inflazione.

**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					
Ago. '18	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	-0,6	0,0	1,3	0,6
Apr.	0,2	-0,4	-2,5	1,7	2,3
Mag	0,0	0,8	-0,2	0,0	0,4
Giu. (*)	0,2 (0,0)	-0,3 (0,1)	0,0 (0,1)	0,8 (0,3)	0,3 (-0,3)
Lug. (**)	-0,1	-0,7	-1,0	0,0	0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Ago. '18	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	1,1	3,7	1,2	0,9
Apr.	1,1	0,4	3,4	2,6	1,5
Mag	0,8	0,4	3,3	1,8	1,1
Giu. (*)	0,8 (0,7)	0,4 (1,0)	3,2 (3,3)	0,8 (0,3)	1,4 (0,8)
Lug. (**)	0,4	0,5	-0,2	0,6	1,2

(\*) Il dato ISTAT di giugno è provvisorio. (\*\*) 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 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