



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

3

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 3 (16 aprile 2020)

Questa "Congiuntura Confindustria" utilizza gli strumenti tradizionali di previsione correggendo i risultati ex post con l'ipotesi che le principali voci di ricavo della filiera turistica siano affette da un vuoto di domanda del 40% per ciascuna azienda per la durata pari a un quarto del mese di febbraio (ultima settimana) e per la metà del territorio nazionale. Ne consegue una riduzione complessiva dell'ICC dell'1,1% congiunturale a febbraio, pari a una riduzione dell'1,7% rispetto allo stesso mese del 2019.

Questa valutazione, assieme agli altri dati congiunturali osservati e stimati, alimenta il PIL mensile, che cadrebbe di mezzo punto percentuale in termini tendenziali a febbraio. Considerando la previsione per il mese di marzo che indica una riduzione tendenziale pari a 2,4 punti percentuali, il primo trimestre subirebbe una riduzione di PIL rispetto allo stesso periodo del 2019 pari a un punto percentuale.

Le suddette evidenze quantitative sono state combinate con ulteriori ipotesi relative all'intero 2020 e al complesso dei consumi di contabilità nazionale, un aggregato differente e più esteso di quello considerato dall'ICC.

Immaginando un approfondimento della crisi nei mesi di marzo e aprile, un alleggerimento delle condizioni restrittive sulla produzione e sulle attività commerciali nonché sulla mobilità di merci e persone già nel mese di maggio, e una normalizzazione all'inizio di giugno, nell'anno 2020 si potrebbe osservare una perdita dei consumi complessivi pari a circa il 2,6% (-18,1 miliardi di euro), con un PIL a -1,0% rispetto al 2019, avendo altresì considerato un rimbalzo significativo della spesa delle famiglie nel secondo semestre dell'anno. Queste valutazioni considerano solo in parte gli effetti favorevoli dei provvedimenti in discussione in queste ore.

La tabella alla pagina seguente fornisce le stime annuali per i principali settori di consumo per l'intero 2020.

Consumi sul territorio (milioni di euro)	2019	2020	2020 corrente	Δ% in quantità	Δ a valore
alimentari e bevande e tabacchi	200.138	205.445	207.499	2,7	7.361
vestiario e calzature	64.220	60.206	60.808	-6,3	-3.412
abitaz., acqua, elettr., gas e altri combustibili	245.278	245.278	247.730	0,0	2.453
mobili, elettrodom. e manutenz.e della casa	66.501	64.909	65.558	-2,4	-943
sanità	37.697	38.477	38.862	2,1	1.165
trasporti	140.097	132.732	134.060	-5,3	-6.037
comunicazioni	24.264	24.264	24.506	0,0	243
ricreazione e cultura	73.585	68.077	68.758	-7,5	-4.827
istruzione	9.531	9.531	9.626	0,0	95
alberghi e ristoranti	112.657	98.231	99.213	-12,8	-13.444
beni e servizi vari	114.073	112.174	113.296	-1,7	-776
totale consumi delle famiglie	1.088.038	1.059.324	1.069.917	-2,6	-18.121

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

La maggior parte delle perdite colpisce la filiera del turismo in senso lato. Parte dei consumi si spostano da fuori casa verso l'alimentazione domestica. Gravi difficoltà si registrerebbero per trasporti - compresi gli acquisti di autoveicoli - e vestiario e calzature, settore che soffrirebbe della riduzione del reddito disponibile reale.

PIL MENSILE

Il quadro congiunturale, che riflette solo in minima parte gli effetti della crisi innescata dal Covid-19, presenta andamenti diversi dei principali indicatori. A gennaio la produzione industriale ha evidenziato una ripresa, con una crescita del 3,7% congiunturale, al netto dei fattori stagionali, e una flessione dello 0,4% su base annua. L'occupazione registra andamenti congiunturali e tendenziali opposti, mostrando nello stesso mese una contrazione dello 0,2% su dicembre ed una debole crescita (0,3%) nel confronto annuo.

La fiducia dei consumatori è risultata, nel mese di febbraio, in calo mentre è in aumento quella delle imprese. La contrazione per il *sentiment* delle famiglie è stata dello 0,4% congiunturale, mentre per le imprese si è registrato un aumento dello 0,6%. Su base annua il tendenziale del clima delle imprese ha registrato un aumento del 1,8% mentre per le famiglie c'è stato un calo dello 0,9%.

Considerando il deciso peggioramento registrato a marzo si stima per il mese in corso una flessione congiunturale del Pil, al netto dei fattori stagionali, dell'1,9% dato che porterebbe ad una decrescita del 2,4% rispetto allo stesso mese del 2019 (tab. 1). Nel complesso del primo trimestre il Pil è stimato ridursi dello 0,8% rispetto all'ultimo quarto e dell'1,0% nel confronto annuo (tab.1).

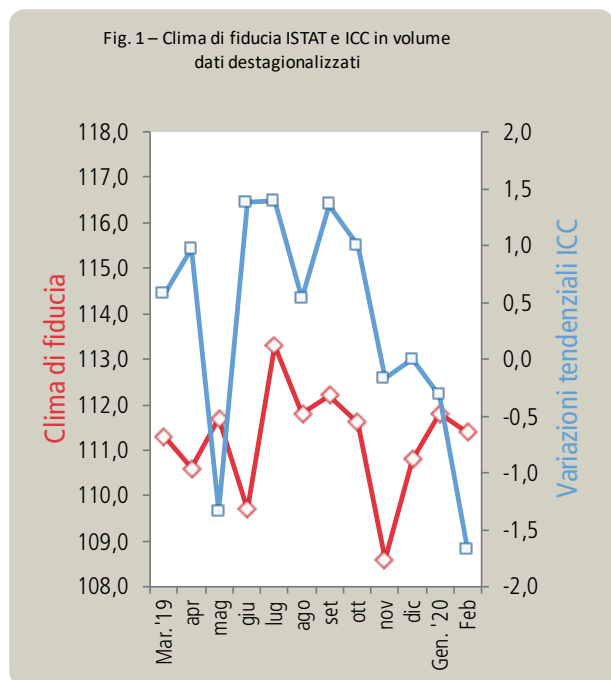
Tab. 1 - PIL mensile		
	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
II trimestre 2019	0,1	0,4
III trimestre 2019	0,1	0,5
IV trimestre 2019	-0,3	0,1
I trimestre 2020	-0,8	-1,0
Dic. '19	-0,3	-0,2
Gen '20	0,3	0,1
Feb	-0,4	-0,5
Mar	-1,9	-2,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

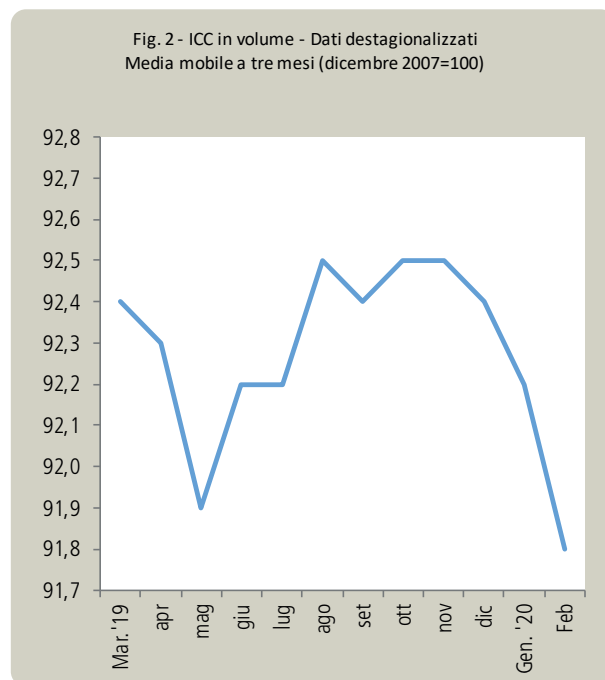
ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A febbraio 2020¹ l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha evidenziato, al netto dei fattori stagionali, un deterioramento della domanda delle famiglie, con un calo dell'1,1% su base congiunturale e una flessione dell'1,7% su base annua. Il dato incorpora una parte degli effetti sui consumi delle famiglie derivanti dalla

crisi sanitaria, in considerazione dell'emergere dei primi focolai nel nostro Paese nell'ultima settimana del mese. In termini di media mobile a tre mesi si rafforza la tendenza al ridimensionamento avviatasi nella parte finale del 2019 (fig. 2).



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La diminuzione dell'1,1% registrata in termini congiunturali dall'ICC nel mese di febbraio è sintesi di un deciso ridimensionamento della domanda relativa ai servizi (-3,0%) e di una flessione dello 0,3% per quella per i beni.

Il dato dell'ultimo mese, pur espressione di una diffusa tendenza al peggioramento, evidenzia situazioni articolate per i diversi segmenti di consumo. Solo per i beni ed i servizi per la cura della persona si rileva un

andamento debolmente positivo (+0,4%). Risulta stabile la domanda per l'abbigliamento e le calzature. Per tutte le altre funzioni si rileva una riduzione che ha assunto toni particolarmente ampi per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (-4,7%). Per molte voci di consumo legate ai servizi per il tempo libero la mobilità, incluse in altri aggregati, si rilevano diminuzioni di entità più o meno analoga.

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

	2019						2020					
	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB
SERVIZI	0,0	-0,1	-0,9	1,0	-0,3	-0,2	0,7	0,6	0,2	-0,4	-0,5	-3,0
BENI	-0,8	0,3	-1,1	1,9	-0,3	-0,1	-0,1	0,0	-0,8	0,2	-0,1	-0,3
di cui alimentari e bevande	-0,4	1,9	-1,5	1,4	-0,4	-0,6	0,4	0,1	-0,2	0,0	0,3	-0,2
TOTALE	-0,6	0,2	-1,0	1,6	-0,3	-0,1	0,2	0,2	-0,5	0,0	-0,2	-1,1
Beni e servizi ricreativi	-0,1	0,5	-0,7	0,6	0,0	0,1	-0,5	0,0	-0,3	0,1	0,0	-0,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,0	-0,3	-1,2	1,3	-0,6	-0,4	1,4	0,9	0,4	-0,8	-1,0	-4,7
Beni e servizi per la mobilità	-2,3	-1,3	-2,7	4,0	-0,9	0,8	-0,6	-0,3	-2,8	0,9	-1,4	-0,6
Beni e servizi per le comunicazioni	-0,5	1,1	0,4	1,8	0,3	-0,6	0,4	0,6	-0,2	0,9	0,2	-1,3
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	0,1	-0,2	0,2	-0,1	0,0	0,1	-0,1	-0,1	0,1	0,1	0,4
Abbigliamento e calzature	-0,4	-0,6	-0,5	1,6	0,2	-0,3	0,4	-0,3	-0,2	0,5	-0,1	0,0
Beni e servizi per la casa	-0,3	0,1	-0,2	1,4	-0,1	-0,2	-0,2	-0,1	-0,2	-0,1	0,2	-0,4
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,6	1,5	-1,4	1,4	-0,4	-0,4	0,1	0,4	-0,3	-0,1	0,3	-0,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

A febbraio 2020 l'ICC ha mostrato, nel confronto annuo, una diminuzione dell'1,7%, amplificando in modo significativo la tendenza al rallentamento già evidenziata nell'ultimo quarto del 2019. Il dato dell'ultimo mese è sintesi di un calo del 2,8% della domanda per i servizi e di una riduzione dell'1,2% per i beni.

Nel confronto con lo stesso mese del 2019 si confermano andamenti articolati delle diverse macro-funzioni di spesa derivanti anche dall'eredità dei mesi precedenti.

Il segmento più vivace si mantiene quello relativo alla spesa effettuata dalle famiglie per i beni e i servizi per le comunicazioni (+2,9%). Al di là della crisi che interessa da qualche mese i consumi di beni e servizi per la mobilità (-7,1% su base annua), legata alla minore domanda di auto da parte dei privati, anche nel confronto tendenziale le voci che evidenziano un peggioramento deciso, seppur mitigato in parte dalla destagionalizzazione, sono quelle relative alla fruizione del tempo libero.

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

	2018	2019	2020					
	Anno	Anno	I Sem	III trim	IV trim	Dic	Gen	Feb
SERVIZI	0,0	1,0	0,6	1,3	1,5	1,1	0,8	-2,8
BENI	0,0	0,6	0,8	1,0	-0,3	-0,5	-0,8	-1,2
TOTALE	0,0	0,7	0,7	1,1	0,3	0,0	-0,3	-1,7
Beni e servizi ricreativi	-0,6	-0,1	-0,2	0,3	-0,2	-0,1	-0,1	-0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,5	1,0	0,5	1,3	1,8	1,2	0,5	-5,0
Beni e servizi per la mobilità	-0,3	-0,2	1,1	0,6	-3,4	-4,9	-5,1	-7,1
Beni e servizi per le comunicazioni	1,1	6,9	6,9	8,1	6,0	6,6	6,2	2,9
Beni e servizi per la cura della persona	0,0	0,0	0,3	-0,2	-0,3	-0,3	0,1	0,4
Abbigliamento e calzature	-1,6	1,0	0,4	2,0	1,2	1,7	1,1	0,5
Beni e servizi per la casa	0,8	1,1	1,2	1,3	0,6	0,5	0,2	-0,1
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,8	0,0	-0,1	0,1	0,0	0,0	-0,5	0,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

In particolare le spese per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa che avevano rappresentato uno dei pochi spunti di vivacità del 2019 hanno segnalato nel confronto annuo una riduzione del 5,0%. Anche in

questo caso flessioni di analoga entità si rilevano per le altre voci quali i servizi ricreativi ed i trasporti aerei inclusi in altri aggregati.

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 2020 si stima una riduzione dello

0,1% in termini congiunturali. Nel confronto con lo stesso mese del 2019, i prezzi risulterebbero invariati.

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.'19	0,2	-0,4	-2,5	1,7	2,3
Mag	0,0	0,8	-0,2	0,0	0,4
Giu.	0,1	-0,4	0,0	0,8	0,3
Lug	0,0	-0,3	-1,1	0,2	0,2
Ago	0,4	0,1	0,1	2,1	-0,3
Set	-0,6	-0,4	0,0	-3,6	0,8
Ott	-0,1	0,1	0,9	0,0	-0,9
Nov	-0,2	0,5	0,1	-0,8	-1,9
Dic	0,2	0,0	0,1	0,6	-0,5
Gen. '20	0,1	0,8	-0,1	0,3	0,3
Feb. (*)	0,0 (-0,1)	0,5 (0,1)	-0,1 (0,0)	-0,9 (-0,3)	0,1 (-0,6)
Mar. (**)	-0,1	0,4	0,0	-0,6	-0,5
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Apr.'19	1,1	0,4	3,4	2,6	1,5
Mag	0,8	0,4	3,3	1,8	1,1
Giu.	0,7	0,3	3,2	0,8	1,4
Lug	0,4	0,8	-0,3	0,8	1,1
Ago	0,4	0,9	-0,3	0,6	1,0
Set	0,3	0,7	-0,3	-0,7	1,5
Ott	0,2	0,8	-1,8	0,0	1,4
Nov	0,2	0,8	-1,8	-0,3	1,3
Dic	0,5	0,8	-1,7	1,2	1,2
Gen. '20	0,5	0,6	-2,7	2,9	1,5
Feb. (*)	0,4 (0,4)	0,7 (0,6)	-2,8 (-2,7)	1,6 (2,2)	1,4 (0,5)
Mar. (**)	0,0	1,7	-2,8	-0,3	0,3

(*) Il dato ISTAT di febbraio 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 nella nota tecnica sulla stima dell'ICC, del Pil mensile e dei prezzi al consumo pubblicata il 3 dicembre 2019. Si considerano 6 indicatori mensili (indice di produzione industriale, indicatore dei consumi Confcommercio (ICC), numero di occupati, clima di fiducia del commercio al dettaglio, indice dei nuovi ordinativi e indice dei sinistri denunciati con convenzione garanzia ponte dei dirigenti) e 2 indicatori trimestrali mensilizzati (deflatore del 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 2018, il 57,3% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 33,6% 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 66,8% per il totale dei consumi e al 46,1% per i servizi.

La base per i livelli in volume è rappresentata dall'anno 2015. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC a base 2015. Per l'abbigliamento e le calzature le serie elementari sono deflazionate con l'IPCA.

Le serie sono destagionalizzate con la procedura TRAMO-SEATS.

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 disc, cassette 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

FONTE: AISCAT, AAMS, ANCM, ASSAEROPORTI, FEDERALBERGHI, FIPE, FIT, ISTAT, MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, SIAE, SITA, TERNA, UNRAE

Per ulteriori informazioni sulla metodologia di costruzione dell'ICC, del Pil mensile e della stima dei prezzi al consumo si rimanda alla nota pubblicata il 3 dicembre 2019 ([Sito Confcommercio > Ufficio Studi](#)).