



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

3

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 4 (15 aprile 2021)

Di fatto, l'economia italiana si trova a rivivere oggi una situazione di menomazione produttiva simile per molti aspetti a quella di marzo e aprile dello scorso anno. I vincoli alla mobilità, le chiusure degli esercizi commerciali e dei luoghi di scambio sociale, seppure relativamente meno stringenti e più articolate sul territorio rispetto a quelle sortiranno effetti molto problematici in quanto si innestano in un sistema economico già fortemente compromesso.

A questo punto, è in discussione anche una previsione di crescita del PIL attorno al 4% per l'anno in corso. Si ampliano i divari tra settori: gran parte dei servizi di mercato si trovano ormai da un anno nell'impossibilità di operare mentre almeno alcuni settori dell'industria stanno recuperando le perdite registrate nei peggiori momenti dello scorso anno.

L'ICC segnala a febbraio un andamento negativo su base annua con una flessione del 12,2% che segue la contrazione del 17,5% di gennaio. Questa dinamica sottintende, comunque, un modesto rimbalzo congiunturale, a sottolineare come le famiglie, nel momento in cui ne hanno la possibilità, sarebbero ancora disponibili a tradurre in consumo una parte del risparmio involontario accumulato. Il che costituisce un indizio delle potenzialità di crescita presenti nell'economia, oggi compresse dalla pandemia.

Inciampi nell'implementazione del piano vaccinale e un eventuale allontanarsi dell'inizio della fase di ripresa potrebbero, tuttavia, depotenziare questa molla, in ragione di un peggioramento delle attese di famiglie e imprese sulle prospettive e sull'intensità della futura ripresa.

Quest'ultima dovrebbe registrare, in seguito alle nuove limitazioni, un brusco stop nel mese di marzo per il quale si stima una riduzione del PIL del 4,7% in termini congiunturali. Su base annua, il confronto con il mese iniziale della crisi porta, comunque, a una crescita del 7,3%. Nel complesso del primo trimestre la variazione dovrebbe attestarsi al -1,5% rispetto all'ultimo quarto del 2020 e al -2,6% rispetto ai primi tre mesi dello scorso anno.

PIL MENSILE

Nonostante il permanere di una situazione ancora molto difficile, non solo nel nostro Paese, derivante dall'emergenza sanitaria, la produzione industriale di gennaio ha fatto registrare un leggero incremento congiunturale dell'1,0%, al netto dei fattori stagionali, con una flessione del 2,9% su base annua. Il *sentiment* delle imprese del commercio al dettaglio ha registrato, nel mese di febbraio, una crescita del 6,2% congiunturale e una riduzione tendenziale dell'11,8%.

Le nuove strette che hanno portato gran parte dell'Italia in zona rossa da metà marzo determinano, per il mese in corso, una stima del PIL, al netto dei fattori stagionali, del -4,7% in termini congiunturali. Ciò nonostante, su base annua si osserverebbe una crescita del 7,3% rispetto allo stesso mese del 2020 (tab. 1), determinata dal confronto con un mese in cui l'attività produttiva fu bruscamente

| Tab. 1 - PIL mensile | | |
|----------------------|-----------------------------|---------------------------|
| | variazioni congiunturali | variazioni tendenziali |
| II trimestre 2020 | -13,0 | -18,2 |
| III trimestre | 15,9 | -5,2 |
| IV trimestre | -1,9 | -6,6 |
| I trimestre 2021 | -1,5 | -2,6 |
| Dicembre 2020 | -0,2 | -7,6 |
| Gennaio 2021 | 0,1 | -7,8 |
| Febbraio | 1,8 | -5,6 |
| Marzo | -4,7 | 7,3 |

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

interrotta. Nel complesso del primo trimestre del 2021 si stima una flessione dell'1,5% congiunturale e una riduzione di 2,6 punti percentuali rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente (tab.1).

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

Anche i risultati di febbraio 2021¹ dell'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) vengono pubblicati solo in forma grezza e in termini tendenziali.

L'indicatore dei consumi registra, nel confronto annuo, un calo del 12,2% (tab. 2), sintesi di una riduzione del 28,2% per i servizi e del 5,8% per i beni.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Anche a febbraio le dinamiche settoriali evidenziano un quadro particolarmente articolato, in linea con le limitazioni imposte dalla pandemia che hanno toccato in misura differenziata i settori. Solo per i prodotti ed i servizi di comunicazione e per l'elettronica di consumo i consumi si confermano in territorio positivo. In ripresa è risultata, sulla spinta delle nuove incentivazioni, la domanda di autovetture da parte dei privati.

Per la prima volta dopo molti mesi il settore

L'allentamento di alcune restrizioni, su gran parte del territorio, ha permesso, a febbraio, una ripresa in termini congiunturali dei consumi, favorendo il contenimento delle perdite su base annua rispetto alla pesante caduta registrata a gennaio (-17,5% dato rivisto al ribasso rispetto alla prima stima).

dell'alimentazione mostra qualche elemento di difficoltà, situazione determinata anche dal confronto con un periodo in cui l'affacciarsi della crisi sanitaria aveva portato a un forte aumento delle scorte da parte delle famiglie.

La filiera turistica, la mobilità ed i settori legati alla fruizione del tempo libero continuano ad essere i più penalizzati. Il protrarsi di riduzioni prossime o superiori al 50% da un anno rende sempre più difficile immaginare

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.

un'uscita dalla crisi, peraltro non immediata, che non implichi pesanti ripercussioni su questi settori con effetti che potrebbero durare più a lungo della crisi sanitaria. In forte difficoltà continuano a trovarsi l'abbigliamento e le calzature (-24,5% nel confronto con febbraio 2020) e

la domanda di carburanti (-21,2%) segmento che risente pienamente delle limitazioni alla mobilità.

Tab. 2 - Variazioni tendenziali dell'ICC in quantità - dati grezzi

| | 2019 | 2020 | 2020 | | | | 2021 | | |
|---|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Anno | Anno | I trim | II trim | III trim | IV trim | Dic | Gen | Feb |
| SERVIZI | 0,8 | -30,2 | -16,5 | -52,5 | -17,2 | -34,9 | -41,0 | -37,6 | -28,2 |
| BENI | 0,7 | -8,3 | -8,9 | -18,7 | -2,6 | -3,5 | -4,3 | -9,7 | -5,8 |
| TOTALE | 0,7 | -15,0 | -11,1 | -29,3 | -7,5 | -12,3 | -13,7 | -17,5 | -12,2 |
| Beni e servizi ricreativi | 0,0 | -20,5 | -14,6 | -37,8 | -11,4 | -18,4 | -18,1 | -22,1 | -17,0 |
| - servizi ricreativi | 4,1 | -75,0 | -30,6 | -97,0 | -78,7 | -86,2 | -86,0 | -76,1 | -69,3 |
| - giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio | 0,9 | -15,0 | -17,5 | -30,9 | -2,7 | -11,3 | -11,8 | -23,8 | -15,0 |
| Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa | 0,9 | -41,0 | -25,3 | -69,5 | -20,5 | -52,4 | -62,2 | -58,0 | -42,6 |
| - alberghi | 2,0 | -53,1 | -31,8 | -87,1 | -36,1 | -66,7 | -72,0 | -69,0 | -70,0 |
| - pubblici esercizi | 0,5 | -37,1 | -24,1 | -63,7 | -11,7 | -49,8 | -60,6 | -56,1 | -37,8 |
| Beni e servizi per la mobilità | -0,8 | -24,3 | -28,4 | -47,6 | -6,2 | -12,6 | -17,3 | -19,9 | -10,4 |
| - automobili | 0,2 | -19,0 | -38,3 | -46,5 | 12,0 | 8,7 | 0,1 | -0,6 | 11,4 |
| - carburanti | -0,4 | -22,2 | -19,0 | -41,4 | -9,2 | -19,2 | -19,5 | -28,8 | -21,2 |
| - trasporti aerei | -7,7 | -72,7 | -32,0 | -97,3 | -69,3 | -83,0 | -86,7 | -87,3 | -86,0 |
| Beni e servizi per la comunicazione | 7,5 | 8,7 | 4,4 | 6,4 | 8,8 | 13,7 | 11,4 | 3,4 | 3,9 |
| - servizi per le comunicazioni | 3,1 | 2,3 | 2,8 | 3,2 | 2,0 | 1,1 | 1,6 | 1,6 | 1,4 |
| Beni e servizi per la cura della persona | -0,2 | -7,1 | -2,7 | -17,5 | -3,9 | -4,1 | -8,3 | -10,4 | -5,7 |
| - prodotti farmaceutici e terapeutici | -1,1 | -4,7 | -0,1 | -9,6 | -5,0 | -4,1 | -9,1 | -13,0 | -6,7 |
| Abbigliamento e calzature | 1,1 | -24,0 | -16,7 | -45,7 | -14,8 | -22,0 | -21,5 | -37,4 | -24,5 |
| Beni e servizi per la casa | 1,7 | -4,1 | -5,8 | -10,5 | -0,1 | -0,6 | -1,7 | -0,3 | -0,8 |
| - energia elettrica | 0,7 | -1,5 | -0,6 | -3,3 | -1,7 | -0,3 | 1,3 | -1,0 | -3,4 |
| - mobili, tessili e arredamento per la casa | 0,9 | -12,6 | -16,7 | -34,1 | 3,0 | -5,3 | -1,1 | -10,6 | -4,8 |
| - elettrodomestici, TV e altri apparecchi | 8,2 | -6,1 | -8,0 | -15,5 | -5,7 | 0,9 | -9,9 | 15,5 | 6,8 |
| Alimentari, bevande e tabacchi | 0,0 | 2,0 | 4,2 | 0,6 | -0,2 | 3,4 | 5,5 | 3,4 | -0,9 |
| - alimentari e bevande | 0,1 | 2,3 | 4,8 | 0,8 | 0,0 | 3,7 | 6,1 | 3,9 | -1,0 |
| - tabacchi | -1,2 | -0,4 | -0,1 | -0,4 | -1,4 | 0,5 | 0,7 | 0,1 | 0,1 |

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

PREZZI AL CONSUMO: LE TENDENZE A BREVE TERMINE

Sulla base delle dinamiche registrate dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo² si stima per il mese di marzo 2021 un aumento dello 0,2% in termini congiunturali e dello 0,7% su

base annua. Su questa moderata ripresa dell'inflazione continuano a pesare gli aumenti registrati dai prodotti energetici, in seguito alla ripresa dei corsi delle materie prime petrolifere.

Tab. 3 - 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. '20 | 0,1 | 1,3 | -3,9 | -0,6 | 2,6 |
| Mag | -0,2 | 0,6 | -0,4 | -1,6 | 0,3 |
| Giu | 0,1 | -0,6 | 0,0 | 1,2 | -0,8 |
| Lug | -0,2 | -1,2 | -0,6 | 0,7 | 0,2 |
| Ago | 0,3 | -0,3 | 0,2 | 1,4 | 0,3 |
| Set | -0,7 | -0,3 | -0,1 | -2,9 | -0,2 |
| Ott | 0,2 | 0,3 | 2,8 | -0,7 | -0,3 |
| Nov | -0,1 | 0,5 | 0,2 | -0,5 | -1,1 |
| Dic | 0,2 | -0,6 | 0,1 | 1,6 | -0,5 |
| Gen. '21 | 0,7 | 0,7 | 1,6 | 1,3 | 0,7 |
| Feb. (*) | 0,1 (0,2) | -0,2 (0,2) | -0,1 (0,0) | 0,9 (0,7) | 0,1 (0,2) |
| Mar. (**) | 0,2 | 0,1 | -0,2 | 1,0 | 0,1 |
| VARIAZIONI TENDENZIALI | | | | | |
| Apr. '20 | 0,0 | 2,8 | -4,2 | -2,5 | 1,0 |
| Mag | -0,2 | 2,6 | -4,4 | -4,1 | 0,9 |
| Giu | -0,2 | 2,4 | -4,4 | -3,7 | -0,2 |
| Lug | -0,4 | 1,4 | -4,0 | -3,3 | -0,2 |
| Ago | -0,5 | 1,1 | -3,9 | -3,9 | 0,4 |
| Set | -0,6 | 1,2 | -4,0 | -3,3 | -0,7 |
| Ott | -0,3 | 1,4 | -2,1 | -4,0 | 0,0 |
| Nov | -0,2 | 1,3 | -2,0 | -3,7 | 0,8 |
| Dic | -0,2 | 0,8 | -2,0 | -2,8 | 0,8 |
| Gen. '21 | 0,4 | 0,7 | -0,4 | -1,8 | 1,2 |
| Feb. (*) | 0,6 (0,4) | 0,4 (0,9) | -0,4 (-0,8) | 0,0 (-0,2) | 1,2 (1,1) |
| Mar. (**) | 0,7 | 0,3 | -0,5 | 1,5 | 1,3 |

(*) Il dato ISTAT di febbraio è definitivo. (**) 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

FONTI: AISCAT, AAMS, ANCMA, 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](#)).