



# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

# 6

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 7 (19 luglio 2022)

*Nonostante tutte le incertezze e le criticità che caratterizzano il quadro congiunturale l'economia italiana continua a mostrare segnali di inaspettata vivacità. Dopo un eccellente 2021, un primo trimestre del 2022 positivo contro ogni previsione, anche il trimestre che sta per chiudersi supera le attese con una crescita stimata attorno al mezzo punto percentuale in termini congiunturali. Il 3% di variazione del PIL nell'anno in corso diventa un obiettivo raggiungibile, sebbene non scontato.*

*La ricetta che accomuna questi piccoli miracoli – di importanza eccezionale, però, se visti in sequenza e posti a sistema – potrebbe essere stata la buona cooperazione tra settore privato e controparte pubblica. Le istituzioni, insomma, hanno giocato e fatto giocare una partita che si sta svolgendo favorevolmente. Motivo in più per proseguire nella collaborazione, magari sempre più mirata, selettiva, efficace.*

*D'altra parte, non si possono né si devono nascondere le insidie che occupano il nostro futuro prossimo, e che già si possono cogliere nelle dinamiche attuali. Nonostante il buon risultato del trimestre, nei mesi di maggio e giugno il Pil ha mostrato, secondo le nostre stime, una tendenza alla riduzione (-0,3% in termini congiunturali), dinamica che ha portato a giugno ad una variazione del 2,1% nel confronto annuo. I consumi, misurati nella metrica dell'ICC, sono in crescita (+3,4% su maggio del 2021), sospinti dall'incremento della propensione al consumo dovuto alla fortissima voglia di ritorno alla normalità da parte delle famiglie dopo la pandemia e nonostante la guerra alle porte dell'Europa. Ma, nel complesso, è una crescita eterogenea. In linea con quanto rilevato ormai da alcuni mesi anche a maggio 2022 la domanda si è orientata principalmente verso il recupero della componente relativa ai servizi (+18,3% nel confronto annuo) soprattutto quelli legati al turismo, che comincia a beneficiare anche del ritorno degli stranieri, e al tempo libero. Per i beni (-1,4% su maggio 2021) la situazione appare più complessa con settori in piena crisi, come l'automotive, ed altri, come l'abbigliamento e le calzature e alcuni durevoli per la casa, in cui la ripresa è alterna e stentata. Per gli alimentari la riduzione è da ricollegarsi sia ad un effetto sostituzione con i consumi fuori casa sia a comportamenti più prudenti delle famiglie, soprattutto di quelle a basso reddito, in considerazione dell'accentuarsi delle tensioni inflazionistiche su alcuni beni.*

*Tensioni inflazionistiche che non accennano ad attenuarsi. Sulla base delle nostre stime, a giugno si dovrebbe registrare, rispetto a maggio, un incremento dei prezzi al consumo dello 0,5% con una variazione del 7,3% su base annua.*

*Allo stato attuale i comportamenti delle famiglie non sembrano risentire in pieno della fiammata inflazionistica, ma presto l'effetto dei maggiori prezzi sul reddito reale e sul potere d'acquisto della ricchezza detenuta in forma liquida si farà vedere. Le spese obbligate sono destinate ad incrementare la loro quota dentro il budget delle famiglie; ne soffriranno, di conseguenza, i consumi liberi che in molti casi sono ben lontani dall'aver recuperato i livelli pre-pandemici.*

*Vi è il rischio che quanto si temeva per la prima parte del 2022 sia solo rimandato alla seconda parte, in particolare dal prossimo mese di settembre quando, finito l'effetto delle vacanze estive, si tornerà a fare i conti con i costi dell'inflazione.*

## PIL MENSILE

Ad aprile 2022 la produzione industriale, dopo la sostanziale stasi di marzo, ha registrato una crescita dell'1,6% termini congiunturali. Il confronto su base annua registra un incremento del 3,7%. Nello stesso mese la tendenza al recupero dei livelli occupazionali ha mostrato una battuta d'arresto, con una diminuzione dello 0,1% su marzo. Nel confronto con lo stesso mese del 2021 la variazione è del +3,0%.

Anche a maggio 2022 il *sentiment* degli imprenditori del commercio al dettaglio ha mostrato segnali di recupero (+1,8% su aprile).

L'alternanza di dati positivi e di moderate battute d'arresto, associate al permanere di tensioni sul versante dei costi e alle difficoltà che permeano parte del sistema produttivo, rendono particolarmente incerto e debole il prosieguo della ripresa.

Secondo le nostre stime, il PIL dovrebbe registrare nel

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
III trimestre 2021	2,6	4,0
IV trimestre 2021	0,7	6,4
I trimestre 2022	0,1	6,2
II trimestre 2022	0,5	3,9
Marzo '22	0,5	7,3
Aprile	0,0	6,9
Maggio	-0,3	2,9
Giugno	-0,3	2,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

me in corso una riduzione dello 0,3% su maggio. Nel confronto annuo la variazione si attesterebbe al 2,1% (tab. 1). Nel complesso del secondo trimestre dell'anno la crescita dovrebbe attestarsi allo 0,5% congiunturale, dato favorito dalla positiva eredità lasciata da febbraio e marzo, e al 3,9% rispetto al secondo trimestre del 2021.

## ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A maggio 2022<sup>1</sup> l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala un incremento, su base annua, del 3,4%, in netto ridimensionamento rispetto alla variazione di aprile (tab. 2). Il dato comincia a riflettere gli effetti di un confronto con mesi in cui le condizioni di operatività delle imprese sono diventate via via più favorevoli.

In linea con quanto registrato ormai da mesi l'incremento della domanda ha interessato in misura più significativa i servizi (+18,3%) a fronte di un ridimensionamento della

componente relativa ai beni (-1,4%) dato su cui pesa la crisi del settore automobilistico e il ridimensionamento della domanda per gli alimentari.

Nonostante i progressi registrati nel corso degli ultimi mesi la domanda, calcolata nella metrica dell'ICC, nel confronto con maggio 2019 risulta ancora inferiore del 6,7% (ultima colonna di tab. 2). Per i servizi il calo si attesta al 14,9%.

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

Anche a maggio 2022 i recuperi più significativi della domanda, nel confronto con il 2021, si sono registrati per i servizi legati al turismo e alla fruizione del tempo libero. Nonostante la decisa ripresa registrata negli ultimi periodi, che ha permesso a molte aziende di recuperare

una parte delle ingenti perdite registrate negli ultimi due anni, in molti casi i livelli di consumo sono ancora distanti dai valori pre-pandemici. Va segnalato anche come, in alcuni casi, le stime per il mese di maggio segnalino valori superiori a quelli rilevati nello stesso mese del 2019. Non

<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.

in tutti i casi il dato è rappresentativo di un completo recupero. In particolare, per l'abbigliamento e le calzature si è osservato dal 2020 uno spostamento degli acquisti che in precedenza venivano effettuati ad aprile al mese di maggio.

Particolarmente critica si conferma, anche a maggio, la situazione nel comparto dell'*automotive*, settore in cui il clima d'incertezza rende particolarmente

difficile immaginare a breve una ripresa significativa della domanda. Anche per i beni alimentari la domanda consolida i segnali d'indebolimento emersi negli ultimi mesi. Situazione che riflette, oltre allo spostamento di parte dei consumi verso il fuori casa, anche comportamenti d'acquisto delle famiglie più prudenti in considerazioni dell'accentuarsi delle tensioni inflazionistiche.

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

	Var.% su base annua								Var.% su 2019		
	2021				2022				2021	2022	
	Anno	I trim	II trim	III trim	IV trim	I trim	Apr	Mag	Anno	Apr	Mag
SERVIZI	12,8	-31,5	44,8	14,7	39,5	36,5	70,6	18,3	-22,2	-19,7	-14,9
BENI	7,7	4,2	20,8	2,7	5,2	2,7	1,8	-1,4	-0,9	-4,9	-3,2
TOTALE	8,9	-5,4	25,7	6,3	12,1	9,3	14,4	3,4	-7,3	-9,4	-6,7
<b>Beni e servizi ricreativi</b>	<b>13,0</b>	<b>-6,1</b>	<b>36,2</b>	<b>10,0</b>	<b>16,3</b>	<b>13,0</b>	<b>14,2</b>	<b>6,3</b>	<b>-13,4</b>	<b>-14,0</b>	<b>-17,4</b>
- servizi ricreativi	27,0	-98,3	334,4	86,0	1136,1	3231,4	7152,7	588,0	-71,1	-49,3	-43,9
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	14,3	2,3	39,4	3,8	16,8	13,6	13,2	1,3	-2,7	-7,6	6,9
<b>Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa</b>	<b>20,4</b>	<b>-50,6</b>	<b>89,6</b>	<b>19,5</b>	<b>76,7</b>	<b>79,3</b>	<b>169,1</b>	<b>20,0</b>	<b>-27,9</b>	<b>-22,6</b>	<b>-15,3</b>
- alberghi	34,4	-70,8	187,0	31,0	157,0	244,7	310,5	114,8	-33,1	-37,4	-21,8
- pubblici esercizi	16,8	-47,1	77,4	14,6	67,3	63,7	152,6	8,4	-26,2	-19,0	-13,5
<b>Beni e servizi per la mobilità</b>	<b>13,9</b>	<b>14,2</b>	<b>62,8</b>	<b>-3,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>	<b>-1,0</b>	<b>4,1</b>	<b>-12,0</b>	<b>-19,1</b>	<b>-15,5</b>
- automobili	4,2	48,9	64,3	-28,4	-31,3	-25,6	-40,1	-14,1	-13,9	-43,6	-29,4
- carburanti	19,5	2,7	54,0	9,9	20,7	18,5	18,6	4,2	-4,7	-1,3	-3,0
- trasporti aerei	34,9	-84,4	634,1	72,5	239,3	404,7	548,9	332,1	-47,9	3,7	-1,8
<b>Beni e servizi per la comunicazione</b>	<b>3,3</b>	<b>6,3</b>	<b>5,0</b>	<b>0,3</b>	<b>2,2</b>	<b>6,5</b>	<b>6,4</b>	<b>2,0</b>	<b>7,7</b>	<b>8,4</b>	<b>4,0</b>
- servizi per le comunicazioni	-1,2	-2,8	-0,1	-4,7	2,5	2,4	0,7	-0,7	-6,5	-9,1	-10,4
<b>Beni e servizi per la cura della persona</b>	<b>6,4</b>	<b>-1,8</b>	<b>15,8</b>	<b>4,3</b>	<b>8,4</b>	<b>11,7</b>	<b>6,0</b>	<b>0,8</b>	<b>0,5</b>	<b>1,8</b>	<b>-4,6</b>
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,0	-1,7	10,2	6,2	9,9	15,3	7,3	1,1	1,9	8,0	-2,9
<b>Abbigliamento e calzature</b>	<b>15,7</b>	<b>-16,0</b>	<b>61,1</b>	<b>9,9</b>	<b>26,6</b>	<b>16,9</b>	<b>18,4</b>	<b>0,0</b>	<b>-10,8</b>	<b>-41,9</b>	<b>5,2</b>
<b>Beni e servizi per la casa</b>	<b>8,0</b>	<b>7,1</b>	<b>15,2</b>	<b>4,1</b>	<b>6,6</b>	<b>3,6</b>	<b>4,5</b>	<b>1,1</b>	<b>3,7</b>	<b>6,2</b>	<b>2,9</b>
- energia elettrica	1,6	-1,7	1,2	3,1	3,7	2,6	0,6	5,7	-0,5	-0,6	0,4
- mobili, tessili e arredamento per la casa	18,0	8,8	63,9	-1,0	15,8	7,1	18,8	1,9	3,2	28,4	9,6
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	19,0	26,8	22,9	22,9	9,4	8,5	8,7	2,0	11,9	-2,4	-2,4
<b>Alimentari, bevande e tabacchi</b>	<b>0,8</b>	<b>0,4</b>	<b>1,2</b>	<b>1,7</b>	<b>0,0</b>	<b>-2,7</b>	<b>-0,6</b>	<b>-3,2</b>	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>	<b>-2,3</b>
- alimentari e bevande	0,9	0,4	1,4	1,9	0,0	-2,9	-0,5	-3,5	3,1	2,9	-2,2
- tabacchi	0,0	0,2	-0,4	0,2	0,2	-1,4	-1,6	-1,1	-0,3	-1,4	-3,2

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 consumo<sup>2</sup> si stima per il mese di giugno 2022 una variazione dello 0,5% in termini congiunturali e del 7,3% su base annua. Il permanere di tensioni sui mercati delle materie prime, energetiche e non, e di difficoltà lungo le filiere di produzione e distribuzione, continuano a rendere molto complessa l'individuazione

di un punto di svolta. Le tensioni inflazionistiche si sono ormai diffuse in molti settori sulla spinta degli ingenti aumenti dei costi registrati dalle imprese.

Il permanere di questa situazione, e la conseguente progressiva erosione dei redditi reali delle famiglie, non potrà non avere conseguenze, nella seconda parte del 2022, sulle decisioni d'acquisto delle famiglie.

**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					
Lug. '21	0,5	-0,6	2,4	1,4	0,7
Ago	0,4	0,4	0,7	1,6	0,6
Set	-0,2	0,1	0,1	-1,4	0,2
Ott	0,7	0,3	4,4	0,9	-0,5
Nov	0,6	0,8	2,7	1,2	-1,0
Dic	0,4	0,7	0,3	0,7	0,3
Gen.'22	1,6	1,4	9,0	-0,4	1,5
Feb	0,9	1,0	3,7	2,0	-0,2
Mar	1,0	0,9	0,9	3,9	0,6
Apr	-0,1	1,3	-1,8	-1,4	1,3
Mag (*)	0,8 (0,4)	1,2 (1,0)	1,8 (0,0)	1,2 (0,2)	1,8 (0,8)
Giu (**)	0,5	0,4	0,5	1,8	0,6
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Lug. '21	1,9	0,1	9,1	5,2	2,1
Ago	2,0	0,8	9,6	5,3	2,3
Set	2,5	1,1	9,8	7,0	2,7
Ott	3,0	1,1	11,4	8,7	2,5
Nov	3,7	1,5	14,1	10,5	2,7
Dic	3,9	2,9	14,4	9,6	3,5
Gen.'22	4,8	3,6	22,7	7,8	4,3
Feb	5,7	4,8	27,4	9,0	4,0
Mar	6,5	5,8	28,3	11,0	4,7
Apr	6,0	6,4	24,7	9,7	3,6
Mag (*)	6,8 (6,6)	7,4 (7,4)	26,4 (26,4)	10,8 (9,7)	6,0 (4,9)
Giu (**)	7,3	8,3	27,0	11,8	6,0

(\*) Il dato ISTAT di maggio è definitivo. (\*\*) 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 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 2020, il 55,0% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 27,3% e per i beni è dell'82,6%. Escludendo le spese relative ai fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 65,7% per il totale dei consumi e al 40,5% 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](#)).