



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Forum Confcommercio-Ambrosetti

Economia e consumi: 2022-2023

Mariano Bella
Direttore Ufficio Studi Confcommercio

Roma, Villa Miani
27 aprile 2022

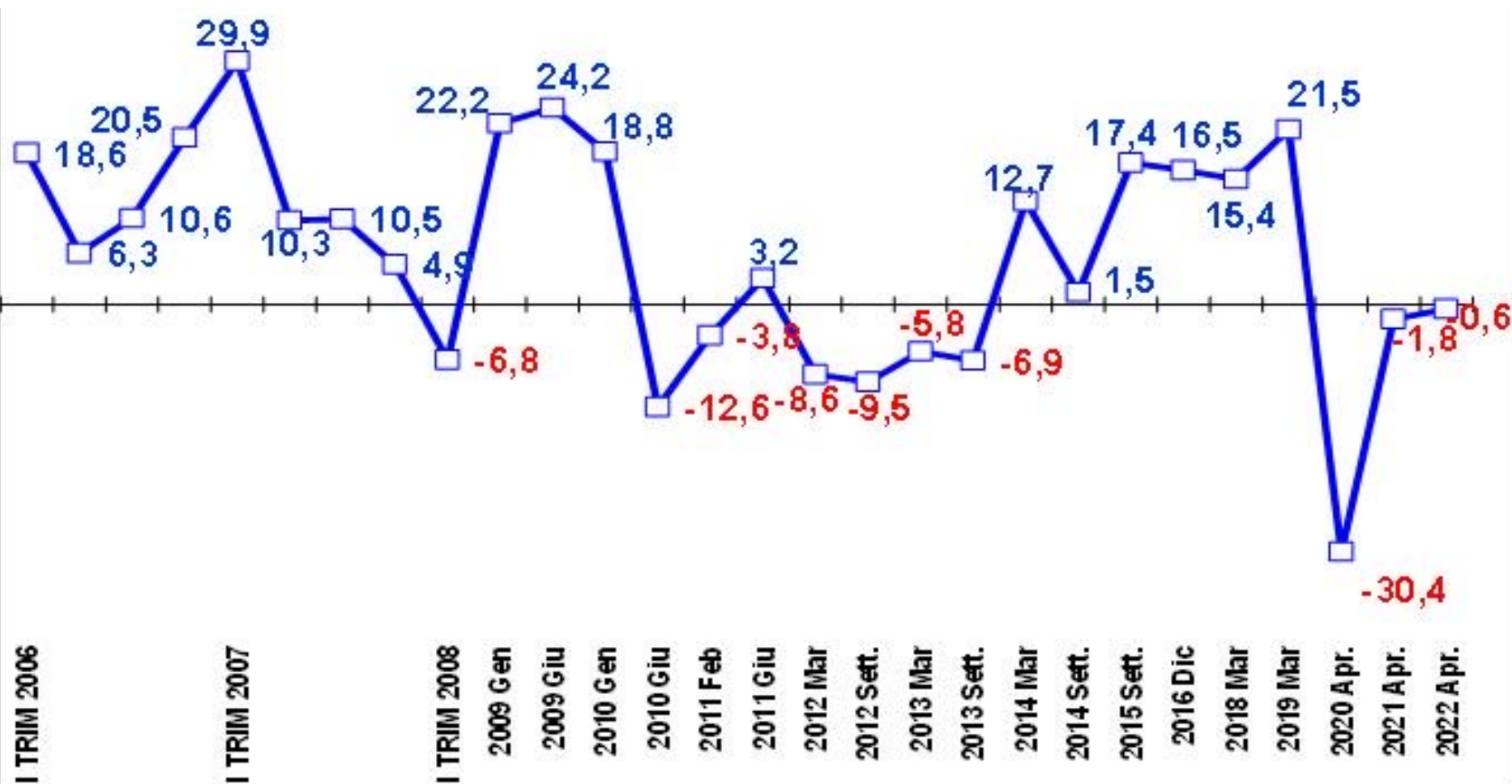
Prezzi/inflazione - 2022 (e 2023)

	variazioni % congiunturali			variazioni % tendenziali		
	andamento storico da maggio	andamento storico da settembre	prolungati impulsivi sui prezzi	andamento storico da maggio	andamento storico da settembre	prolungati impulsivi sui prezzi
gen.	1,6	1,6	1,6	4,8	4,8	4,8
apr.	0,1	0,1	0,1	6,2	6,2	6,2
giu.	0,1	0,5	0,6	6,3	7,4	7,7
ott.	0,1	0,1	0,2	5,1	6,7	7,8
dic.	0,2	0,2	0,3	4,2	5,8	7,1
			anno 2022	5,5	6,5	7,0
			anno 2023	2,3	2,9	4,1

scenario simile a quello del DEF ma ormai poco probabile perché costruito con tassi mensili calcolati su un periodo storico di inflazione quasi nulla

La fiducia delle famiglie

Confcommercio-Censis: come vede il futuro immediato (seconda metà del 2022) per se stesso e per la sua famiglia? Saldo ottimisti (%) meno pessimisti (%)



La fiducia delle famiglie e le intenzioni di spesa

risposte (%): sì, prevedo di effettuare nuovi acquisti-nuove spese

	mar. 2019	apr. 2020	apr. 2021	apr. 2022
PC e ICT	29,9	30,9	32,9	27,7
elettrodomestici	29,6	24,5	31,0	27,4
mobili	21,4	19,9	21,7	21,8
ristrutturazione abitazione	26,5	19,5	28,2	29,3
automobile	16,5	12,1	15,9	16,9
bicicletta	13,0	11,4	12,7	13,0
motorino	6,8	4,5	4,2	6,4
abitazione	6,4	4,9	7,4	7,6
<i>andremo in vacanza (estate)</i>		16,4	32,5	32,3

Come sono i consumi delle famiglie italiane (e come potrebbero essere se le cose della macroeconomia e della geopolitica si aggiustassero): tecnologia ed elettronica di consumo sempre importanti, ma un po' meno in futuro perché molti acquisti sono stati fatti per convivere con la pandemia, ristrutturazioni e mobili via incentivi, auto e bici ancora incentivi, acquisto case vecchio amore italico anche come asset allocation.

I consumi (alcuni comparti)

var. % a volume	2020	2021	2022	2023	Δ 2023/2019 mln euro a prezzi 2022	2023/2019 reale x100
Servizi ricreativi e culturali	-36,6	17,0	11,9	20,3	-44	-0,1
Viaggi e vacanze	-49,1	28,0	15,5	21,2	-3.160	-8,7
Acquisto mezzi di trasporto	-17,4	2,4	-5,9	1,8	-7.178	-18,9
Combustibili e lubrificanti	-20,2	17,9	0,9	1,6	-1.798	-3,5
Servizi di trasporto	-44,1	27,3	11,5	16,7	-1.656	-7,3
Telefoni e accessori	18,2	22,2	9,0	6,0	3.607	66,8
Abbigliamento e calzature	-21,1	7,1	4,0	5,0	-5.270	-7,7
Servizi per la cura personale	-9,3	3,0	3,5	0,4	-488	-3,0
Elettricità e gas	1,9	-0,4	-1,2	-0,3	-57	-0,1
Mobili ed elettrodomestici	-5,9	12,6	3,1	1,9	6.041	11,4
Alimentari e bevande	2,0	1,0	-0,2	0,0	4.996	2,8
Pubblici esercizi	-37,3	15,9	6,9	8,0	-14.962	-16,1
Totale sul territorio economico	-11,5	5,4	2,1	2,9	-23.359	-2,0

Il quadro macroeconomico

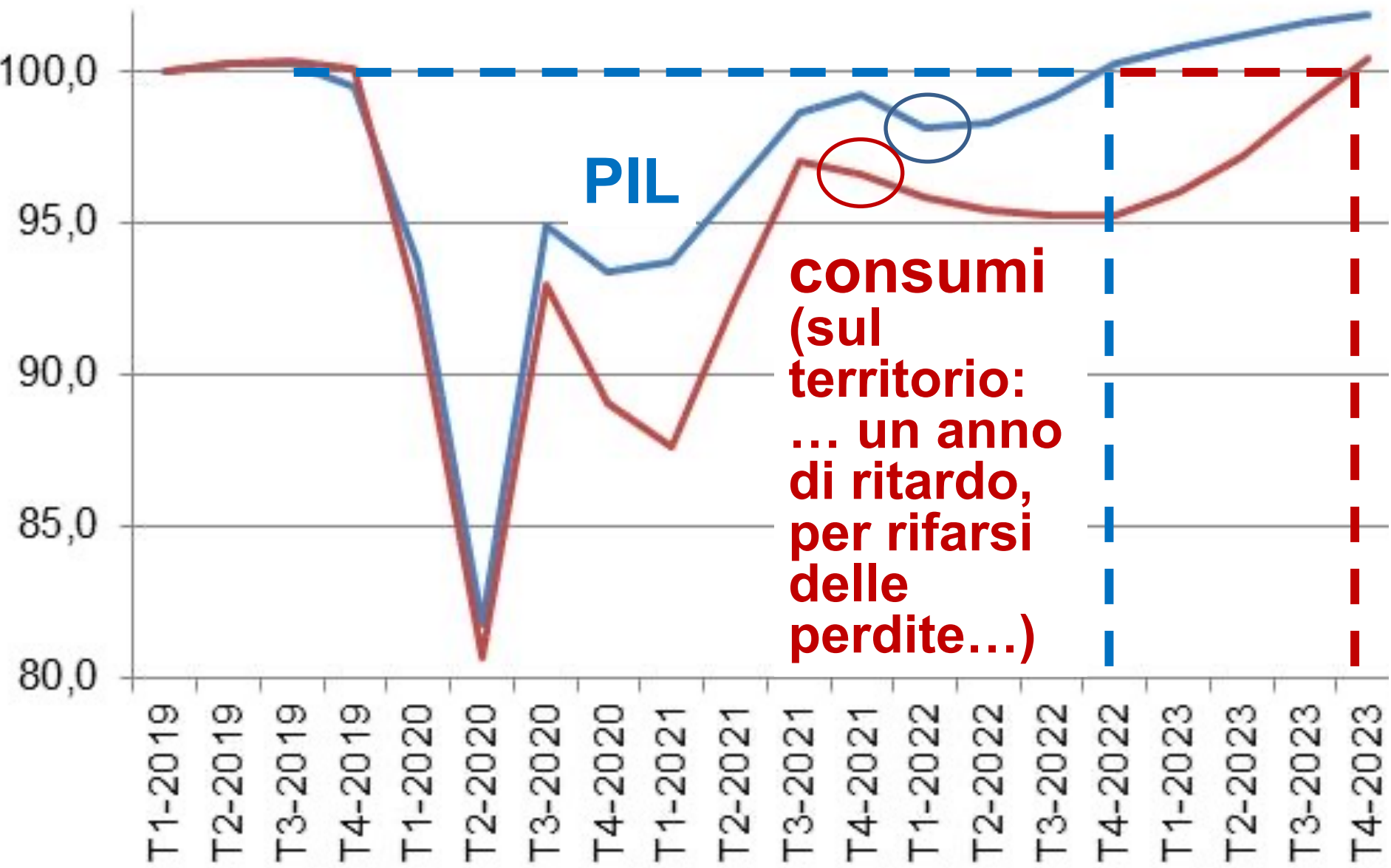
var. % reali

	2021	2022	2023
PIL	6,6	2,1	2,4
importazioni	14,2	3,8	4,9
consumi privati	5,2	2,0	2,7
consumi pubblici	0,7	2,1	0,2
investimenti	17,0	3,4	3,9
esportazioni	13,3	3,6	3,9
prezzi al consumo	1,9	6,5	2,9
ULA	7,6	1,8	1,7

Il rapporto debito PIL scende se il debito cresce meno del PIL nominale. Quest'ultimo è fatto dalla crescita reale più la variazione del deflatore (il «prezzo» del PIL). Nel DEF a fronte di una var. % del debito del 3,6%, il PIL nominale cresce del 6,3% (3,1 reale+3 il suo «prezzo»+altro) quindi il rapporto scende (dal 150,8 del 2021 al 147% del 2022). Per noi invece PIL + 2,1% e anche il suo «prezzo» meno dinamico (attorno al 2%). Quindi rischio mancata riduzione del rapporto debito PIL. Problemi?

La congiuntura: PIL e consumi

livelli reali trimestrali, indici 1° trim. 2019=100



consumi
(sul territorio:
... un anno di ritardo, per rifarsi delle perdite...)

Da dove ripartire...

indici del PIL reale pro capite, 1992=100

	Germania	Spagna	Francia	Italia	UK	USA	Giappone
1999	108,5	117,0	112,3	110,6	122,7	119,5	104,6
2007	123,1	139,2	126,1	120,5	143,8	137,2	116,0
2019	139,1	143,8	133,7	113,8	154,2	153,7	124,2
2021	136,3	133,0	130,7	111,8	147,8	155,4	121,8
	var. % cumulate 2019-2021						
	-2,0	-7,5	-2,3	-1,7	-4,2	1,2	-1,9

Fonti e note

Charts 1, 4, 5 e 6: elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio (USC) su dati Istat.

Charts 2-3: elaborazioni USC su dati ricerca Confcommercio-Censis, Outlook Italia, aprile 2022.

Chart 7: elaborazioni USC su dati Commissione Europea-AMECO.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Forum Confcommercio-Ambrosetti

Economia e consumi: 2022-2023

Mariano Bella
Direttore Ufficio Studi Confcommercio

Roma, Villa Miani
27 aprile 2022