



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

2

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 3 (17 marzo 2023)

A questo punto, molti indicatori, pure con intensità eterogenea, mirano al superamento della recessione tecnica. Dopo la stima provvisoria del -0,1% congiunturale del PIL per l'ultimo quarto, si potrebbe avere un segno positivo nel primo trimestre del 2023. Quindi, niente recessione.

Questa congettura, a nostro avviso, non è più probabile di quella che indica un nuovo piccolo ripiegamento nei primi mesi dell'anno in corso. Che è la nostra valutazione.

Agli sporadici segnali positivi sul versante della produzione si contrappongono, infatti, le difficoltà delle famiglie proseguire nel percorso di recupero dei consumi, ancora distanti dai livelli del 2019. A soffrire è soprattutto la domanda di beni, dato sottolineato dal ripiegamento a gennaio della fiducia degli operatori del commercio al dettaglio. Inoltre, il rallentamento delle dinamiche inflazionistiche appare ancora limitato e non contiene granché l'erosione del potere d'acquisto di redditi correnti e ricchezza liquida, solo in parte compensata dall'importante intervento pubblico.

A dicembre, dopo un trimestre in negativo, la produzione industriale ha mostrato un incremento dell'1,6% su novembre. Stando alle opinioni degli imprenditori le prospettive a breve rimangono comunque incerte, seppure connotate da elementi meno sfavorevoli rispetto ai mesi autunnali. Il mercato del lavoro ha mostrato, a dicembre, un modesto miglioramento con una lieve crescita degli occupati (0,2% su novembre pari a 37mila unità). A gennaio i consumi, espressi nella metrica dell'ICC, hanno registrato un moderato miglioramento nel confronto annuo con il ritorno a valori positivi (+1,0%). Questa stima va letta con molta cautela perché a gennaio del 2022 si registrò la peggiore ondata di Covid-19, in termine di contagi, con la conseguente limitazione di molte attività commerciali e della mobilità.

Al suddetto miglioramento tendenziale ha contribuito esclusivamente la domanda relativa ai servizi, in aumento del 9,0% sullo scorso anno, mentre per i beni si conferma la tendenza alla riduzione dei volumi acquistati (-1,3% tendenziale). All'interno di questo aggregato, piccoli segnali di recupero si rilevano per l'abbigliamento e l'automotive. Permangono le difficoltà per l'alimentazione domestica, il settore dei mobili e gli elettrodomestici.

In linea con una situazione che pur meno negativa rispetto alle attese presenta molteplici segnali di rallentamento a febbraio il PIL, secondo le nostre stime, dovrebbe registrare una riduzione dello 0,4% congiunturale e una crescita dello 0,6% nel confronto annuo. Pur in presenza di un rimbalzo nel mese di marzo il primo trimestre si chiuderebbe con una moderata riduzione, confermando l'ipotesi di una contenuta recessione a cavallo del 2022-2023.

Il processo di rientro dell'inflazione seppure appare ormai avviato con la discesa, a gennaio, al 10,1% dall'11,6% di dicembre, è ancora caratterizzato da molti elementi d'incertezza. Le tensioni ancora presenti nel sistema, sottolineate da un'inflazione di fondo in crescita anche a gennaio, rendono difficile immaginare il ritorno verso dinamiche più in linea con gli obiettivi della politica monetaria prima dell'ultimo trimestre dell'anno. Secondo le nostre stime, nel mese di febbraio i prezzi al consumo dovrebbero registrare un incremento dello 0,3% su gennaio, portando il tasso di variazione tendenziale al 9,4%.

PIL MENSILE

La minor dinamicità dei consumi e le incertezze che gravano sul versante produttivo consolidano le attese di un primo bimestre debolmente negativo. A febbraio 2023, secondo le nostre stime, il PIL è atteso ridursi dello 0,4% in termini congiunturali, con una crescita dello 0,6% sullo stesso mese del 2022 (tab. 1). In presenza di un rimbalzo solo esiguo nel mese di marzo, il primo trimestre si chiuderebbe con una moderata flessione congiunturale, confermando la "recessione tecnica".

Tab. 1 - PIL mensile		
	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
I trimestre 2022	0,1	6,4
II trimestre	1,1	5,0
III trimestre	0,5	2,7
IV trimestre	-0,1	1,7
2022		3,9
Novembre '22	0,0	1,6
Dicembre	0,0	1,4
Gennaio '23	-0,3	1,9
Feb	-0,4	0,6

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A gennaio 2023¹ l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha evidenziato un incremento dell'1,0% sullo stesso mese del 2022 (tab. 2). Il dato è sintesi di un aumento della domanda per i servizi (+9,0%) e di una flessione di quella relativa ai beni (-1,3%). L'andamento dell'ultimo mese è peraltro influenzato dal confronto con un periodo in cui vi fu un'impennata di casi di Covid-19, in presenza di regole ancora stringenti, con una conseguente diminuzione delle attività produttive e della mobilità delle persone.

Nonostante i recuperi, la domanda, calcolata nella metrica dell'ICC, è ancora distante dai livelli pre-pandemia. Nel confronto con gennaio 2019 l'ICC risulta inferiore del 10,7% (tab. 2). Per i servizi il calo è del 21,7%, confermando come il percorso per il ritorno ai livelli pre crisi sia lungo e non si concluderà, in molti casi, prima del 2024.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Anche a gennaio 2023 le componenti più dinamiche della domanda sono state quelle relative alla fruizione di servizi per il tempo libero. Nonostante le positive performance dell'ultimo anno i livelli di consumo permangono distanti da quelli del 2019. Va sottolineato come i servizi siano la grandezza che più ha risentito degli effetti delle diverse ondate pandemiche. Questo fatto induce a leggere con cautela il dato tendenziale dell'ultimo mese, che in molti casi sottintende un rallentamento o una riduzione in termini congiunturali.

Relativamente ai beni, il dato di gennaio consolida la tendenza generalizzata al ridimensionamento della domanda, fase iniziata nella seconda parte del 2022. Dati positivi si rilevano solo per le autovetture vendute a privati (+10,0%), l'abbigliamento e le calzature (+1,8% tendenziale) e i carburanti (+5,0%). Si conferma in riduzione anche a gennaio la domanda di mobili (-4,0% nel confronto annuo), di elettrodomestici (-2,0% tendenziale) e per gli alimentari (-4,6% su base annua).

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.

Per quest'ultimo segmento, ormai da mesi l'elevata inflazione sta costringendo le famiglie a scelte di consumo molto attente limitando le quantità e modificando, in

alcuni casi, la qualità. Effetto inflazione che continua a incidere anche sui consumi di energia elettrica (-3,8% su base annua).

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

	Var.% su base annua								Var.% su 2019		
	2021	2022	2023						2022	2023	
	Anno	Anno	I trim	II trim	III trim	IV trim	Dic	Gen	Anno	Dic	Gen
SERVIZI	12,6	15,6	34,9	33,8	4,5	3,7	2,9	9,0	-11,1	-12,2	-21,7
BENI	7,0	0,2	2,5	1,0	-0,3	-2,1	-2,5	-1,3	-1,1	-0,6	-6,4
TOTALE	8,3	4,1	8,9	8,7	1,2	-0,7	-1,3	1,0	-4,2	-3,6	-10,7
Beni e servizi ricreativi	13,0	4,2	13,8	8,6	0,1	-1,9	-1,4	-0,2	-8,7	-10,6	-15,0
- servizi ricreativi	33,1	165,4	7030,0	786,1	99,5	37,9	27,6	71,2	-19,6	-32,3	-36,0
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	14,3	3,5	14,2	4,0	1,4	-1,3	1,2	0,5	0,7	2,8	-3,5
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	19,5	22,1	76,5	52,3	3,8	4,0	2,7	16,5	-14,2	-17,2	-35,0
- alberghi	26,2	36,6	234,2	119,0	7,0	20,2	20,3	24,5	-20,9	-19,4	-23,6
- pubblici esercizi	17,9	18,4	63,4	40,5	2,5	1,6	0,5	15,1	-12,0	-16,8	-36,8
Beni e servizi per la mobilità	9,3	5,4	-1,5	5,7	6,5	10,8	9,2	9,5	-9,7	-5,8	-17,4
- automobili	5,5	-15,6	-25,6	-23,1	-7,8	2,4	7,4	10,0	-23,8	-19,0	-19,8
- carburanti	8,8	16,4	18,5	21,5	12,0	14,6	8,8	5,0	1,2	3,6	-17,7
- trasporti aerei	17,4	105,8	412,8	294,4	56,3	41,3	38,5	75,6	-16,4	-11,6	-12,7
Beni e servizi per la comunicazione	4,7	5,0	5,4	4,7	7,7	2,7	0,2	0,0	14,1	12,6	14,0
- servizi per le comunicazioni	1,4	1,5	0,6	1,2	2,8	1,5	0,1	0,9	-3,3	-0,7	-1,3
Beni e servizi per la cura della persona	6,6	4,9	12,0	5,4	1,8	1,0	-0,8	-5,1	4,9	5,8	6,4
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,0	6,1	15,5	6,4	1,8	0,9	-2,5	-8,0	8,1	10,6	8,2
Abbigliamento e calzature	15,7	4,7	17,9	7,0	2,0	-2,7	-0,1	1,8	-6,7	-2,9	-18,5
Beni e servizi per la casa	8,6	-0,6	3,6	0,9	-1,9	-4,3	-4,8	-2,3	3,6	0,8	1,4
- energia elettrica	4,1	-1,0	2,6	2,0	-1,1	-7,2	-9,1	-3,8	1,6	-0,2	-4,7
- mobili, tessili e arredamento per la casa	18,0	-1,4	7,0	0,5	-4,5	-5,8	-7,4	-4,0	1,7	9,0	-9,2
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	19,0	-0,7	7,5	2,4	-3,4	-5,8	-3,3	-2,0	11,1	-8,6	27,1
Alimentari, bevande e tabacchi	0,4	-3,5	-2,8	-2,1	-3,1	-5,8	-5,7	-4,0	-1,5	-0,8	-2,7
- alimentari e bevande	0,9	-3,9	-3,0	-2,3	-3,5	-6,5	-6,2	-4,6	-0,9	-0,2	-1,7
- tabacchi	-3,5	-0,8	-1,4	-1,0	-0,6	-0,3	-0,6	0,3	-6,4	-5,3	-9,5

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 febbraio 2023 una variazione dello 0,3% in termini congiunturali e del 9,4% su base annua. Pur avviato, il processo di rientro dell'inflazione non appare privo di incognite. L'inflazione di fondo continua, infatti, a mostrare una progressiva tendenza all'aumento,

evidenziando come all'interno del sistema importazione-produzione-distribuzione le tensioni non si siano ancora esaurite. Solo in autunno l'inflazione dovrebbe tornare su valori prossimi a quelli indicati come obiettivo dalla politica monetaria. La persistenza dell'inflazione su valori storicamente elevati consolida le attese di una prima parte dell'anno molto debole sul versante dei consumi.

Tab. 3 - STIMA DELLA VARIAZIONE DEI PREZZI AL CONSUMO

INDICE GENERALE	di cui				
	Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	Trasporti	Servizi ricettivi e di ristorazione	
VARIAZIONI CONGIUNTURALI					
Mar '22	1,0	0,9	0,9	3,9	0,6
Apr	-0,1	1,3	-1,8	-1,4	1,3
Mag	0,8	1,2	1,8	1,2	1,8
Giu	1,2	1,1	1,4	3,5	1,7
Lug	0,4	0,3	-0,3	1,6	0,0
Ago	0,8	0,9	6,1	-1,7	0,7
Set	0,3	1,2	0,5	-2,1	1,6
Ott	3,4	1,9	24,1	-0,4	-0,8
Nov	0,5	0,9	2,4	0,1	-0,8
Dic	0,3	0,3	-1,0	0,1	0,4
Gen. '23 (*)	0,2 (0,6)	1,1 (0,8)	-4,6 (0,6)	0,8 (1,0)	0,7 (0,4)
Feb (**)	0,3	0,9	-1,5	1,0	0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mar '22	6,5	5,8	28,3	11,0	4,7
Apr	6,0	6,4	24,7	9,7	3,6
Mag	6,8	7,4	26,4	10,8	6,0
Giu	8,0	9,0	28,1	13,7	7,2
Lug	7,9	10,0	24,7	13,9	6,4
Ago	8,4	10,5	31,5	10,3	6,5
Set	8,9	11,7	32,1	9,5	8,0
Ott	11,8	13,5	57,0	8,1	7,6
Nov	11,8	13,6	56,6	6,9	7,9
Dic	11,6	13,1	54,5	6,2	8,1
Gen. '23 (*)	10,1 (10,5)	12,8 (12,5)	35,2 (42,6)	7,4 (7,7)	7,2 (6,9)
Feb (**)	9,4	12,7	28,4	6,4	7,7

(*) Il dato ISTAT di gennaio è provvisorio; tra parentesi la stima della precedente Congiuntura. (**) 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 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](#)).