



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

3

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 4 (18 aprile 2023)

Non si risolvono le incertezze ereditate dal 2022. Si conferma lento il rientro delle dinamiche inflazionistiche e si conferma altrettanto serio l'impatto di queste sui consumi.

Il rallentamento dell'attività produttiva origina dalla contrazione della domanda delle famiglie. A ciò non si è associato, per il momento, un peggioramento del mercato del lavoro.

A gennaio la produzione industriale è tornata a registrare un ridimensionamento in termini congiunturali (-0,7%) con una crescita dell'1,7% su base annua. Nello stesso mese il mercato del lavoro ha continuato a segnalare spunti di vivacità, con un incremento degli occupati di 35mila unità su dicembre e di 459mila unità sullo stesso mese del 2022.

Dopo il moderato recupero di gennaio, favorito dal confronto con un mese in cui lo scorso anno si registrò la peggiore ondata di Covid in termini di contagi, a febbraio i consumi, misurati nella metrica dell'ICC, avrebbero registrato una contenuta riduzione rispetto a febbraio 2022 (-0,1%). Come per i mesi scorsi, questa stima riflette un andamento positivo dei servizi (+3,7%) e un'ulteriore riduzione della domanda di beni (-1,4%). All'interno di quest'ultimo aggregato si confermano in flessione sia i consumi alimentari (-3,9% tendenziale), sia quelli per l'energia elettrica, segmenti per i quali l'accelerazione dei prezzi ha comportato atteggiamenti molto prudenti da parte delle famiglie. Permangono in una condizione di difficoltà il settore dei mobili (-1,7% su febbraio 2022) e degli elettrodomestici (-2,3%). Al contempo, sembrano svanire gli indizi di recupero che si erano registrati a gennaio per l'automotive e per l'abbigliamento e le calzature.

Nonostante le aspettative di un moderato miglioramento nei prossimi mesi da parte delle famiglie e di alcuni segmenti del sistema produttivo, elemento che consolida le attese di una seconda parte dell'anno più positiva, il quadro attuale prefigura anche nel mese di marzo una modesta contrazione dell'attività economica.

Per il mese in corso si stima una riduzione del PIL dello 0,3% su febbraio e dello 0,2% sullo stesso mese del 2022. Nel complesso del primo trimestre del 2023 si dovrebbe, pertanto, registrare una flessione dello 0,3% rispetto all'ultimo quarto del 2022, confermando l'ipotesi di una recessione molto contenuta sia per intensità sia per durata (due trimestri). Segnali positivi sono attesi a marzo sul versante inflazionistico, con un'accelerazione del processo di rientro iniziato a dicembre 2022. La nostra stima è di una variazione nulla dei prezzi al consumo su base congiunturale e di una crescita dell'8,1% nel confronto annuo, conseguenza della riduzione dei prezzi dell'energia e del gas. Permangono, invece, elementi di tensione nell'alimentare. Non vanno, comunque, trascurate le difficoltà del percorso di rientro della dinamica dei prezzi, visto che anche a febbraio l'inflazione di fondo è stata in crescita.

PIL MENSILE

In linea con le attese, il primo trimestre del 2023 si configura come un periodo di rallentamento dell'attività economica. Anche nel mese di marzo, secondo le nostre stime, il PIL è atteso ridursi dello 0,3% rispetto al mese precedente. Su base annua si registrerebbe una flessione dello 0,2% (tab. 1). Nel complesso il primo quarto del 2023 si chiuderebbe con una contrazione dello 0,3% congiunturale, confermando la "recessione tecnica".

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
II trimestre '22	1,0	5,1
III trimestre	0,4	2,5
IV trimestre	-0,1	1,4
I trimestre '23	-0,3	1,0
2022		3,8
Dicembre '22	0,2	1,2
Gennaio '23	-0,2	2,2
Feb	-0,3	0,9
Mar	-0,3	-0,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A febbraio 2023¹ l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha evidenziato una riduzione dello 0,1% sullo stesso mese del 2022 (tab. 2). Il dato è sintesi di un aumento della domanda per i servizi (+3,7%) e di una flessione di quella relativa ai beni (-1,4%).

La minore dinamicità della domanda rilevata nell'ultima

parte dello scorso anno e in questi primi mesi del 2023 allontana ancora il ritorno dei consumi delle famiglie in volume, calcolati nella metrica dell'ICC, ai livelli pre Covid-19. Nel confronto con febbraio 2019 l'ICC risulta, infatti, inferiore dell'8,2% (tab. 2). Per i servizi il calo è del 19,3%.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Anche a febbraio 2023 le componenti più dinamiche della domanda sono state quelle relative alla fruizione di servizi per il tempo libero. Servizi per i quali negli ultimi mesi si nota, peraltro, una minore dinamicità.

Per quanto riguarda i consumi di beni permangono, anche a febbraio 2023, elementi di difficoltà. Si attenuano nel mese gli spunti di recupero della domanda per le autovetture vendute a privati (+2,9%), per l'abbigliamento

e le calzature (+0,3% tendenziale) e per i carburanti (+4,3%). Relativamente ai mobili (-1,7% nel confronto annuo), gli elettrodomestici (-2,3% tendenziale) l'energia elettrica (-2,3%) e gli alimentari (-3,9% su base annua), anche a febbraio i consumi si confermano in riduzione. Per queste ultime due voci la perdurante inflazione a doppia cifra determina comportamenti molto cauti da parte delle famiglie.

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 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	Gen	Feb	Anno	Gen	Feb
SERVIZI	12,6	16,0	34,7	33,7	4,6	5,2	7,5	3,7	-10,8	-22,9	-19,3
BENI	7,0	0,2	2,5	1,0	-0,3	-2,1	0,9	-1,4	-1,1	-4,2	-3,6
TOTALE	8,3	4,2	8,8	8,6	1,3	-0,3	2,4	-0,1	-4,1	-9,4	-8,2
Beni e servizi ricreativi	13,0	4,3	13,8	8,7	0,2	-1,8	2,0	-0,9	-8,7	-13,1	-8,1
- servizi ricreativi	33,1	170,8	7193,3	808,9	104,4	38,9	104,9	79,7	-18,0	-22,3	-1,3
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	14,3	3,6	14,2	4,0	1,4	-0,9	3,9	1,1	0,8	-0,2	5,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	19,5	22,8	76,5	52,3	4,0	6,6	12,0	3,4	-13,7	-37,5	-31,9
- alberghi	26,2	36,9	234,2	119,0	7,0	21,9	26,0	18,9	-20,8	-22,7	-24,4
- pubblici esercizi	17,9	19,3	63,4	40,5	2,7	4,3	9,5	0,9	-11,4	-39,9	-33,1
Beni e servizi per la mobilità	9,3	5,3	-1,5	5,6	6,5	10,7	17,1	5,8	-9,7	-11,5	-13,4
- automobili	5,5	-15,6	-25,6	-23,1	-7,8	2,4	9,9	2,9	-23,8	-19,9	-25,9
- carburanti	8,8	16,4	18,7	21,5	12,0	14,6	20,6	4,3	1,2	-4,9	-4,0
- trasporti aerei	17,4	103,7	404,7	287,5	56,6	39,4	88,6	59,2	-17,0	-8,5	-4,3
Beni e servizi per la comunicazione	4,7	5,0	4,9	4,2	7,5	3,5	-0,8	-1,1	14,1	12,6	9,1
- servizi per le comunicazioni	1,4	1,5	-0,2	0,5	2,5	3,1	0,4	0,8	-3,3	-2,6	-4,6
Beni e servizi per la cura della persona	6,6	4,9	12,0	5,4	1,8	1,0	-0,6	-1,0	4,9	11,5	3,3
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,0	6,1	15,5	6,4	1,8	0,8	-2,1	-2,5	8,1	15,2	4,6
Abbigliamento e calzature	15,7	4,7	17,9	7,0	2,0	-2,7	2,2	0,3	-6,7	-18,2	-8,9
Beni e servizi per la casa	8,6	-0,6	3,6	0,9	-1,9	-4,2	-1,3	-1,2	3,6	2,5	4,1
- energia elettrica	4,1	-1,0	2,6	2,0	-1,1	-7,2	-4,6	-2,3	1,6	-5,5	0,9
- mobili, tessili e arredamento per la casa	18,0	-1,2	7,0	0,5	-4,5	-5,4	0,8	-1,7	1,9	-4,6	-2,2
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	19,0	-0,7	7,5	2,4	-3,4	-5,9	-1,3	-2,3	11,1	28,0	22,3
Alimentari, bevande e tabacchi	0,4	-3,5	-2,8	-2,1	-3,1	-5,8	-3,7	-3,5	-1,5	-2,4	-3,5
- alimentari e bevande	0,9	-3,9	-3,0	-2,3	-3,5	-6,5	-4,3	-3,9	-0,9	-1,4	-3,1
- tabacchi	-3,5	-0,8	-1,4	-1,0	-0,6	-0,3	0,3	-0,2	-6,4	-9,5	-6,3

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 una variazione nulla in termini congiunturali e dell'8,1% su base annua. La suddetta valutazione è determinata esclusivamente dal ridimensionamento dei prezzi dell'energia e del gas. Per molti prodotti e servizi si confermano ancora

dinamiche sostenute, in linea con la progressiva tendenza all'aumento dell'inflazione di fondo. La presenza di tensioni all'interno del sistema importazione-produzione-distribuzione consolida i timori di un processo di rientro che, seppure ben avviato, potrebbe subire occasionali rallentamenti, con effetti negativi sulla domanda delle famiglie.

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					
Apr '22	-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	0,1	0,9	-4,9	0,8	0,7
Feb (*)	0,2 (0,3)	1,5 (0,9)	-4,2 (-1,5)	1,2 (1,0)	0,6 (0,2)
Mar (**)	0,0	0,9	-3,0	0,7	0,4
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Apr '22	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	10,0	12,6	34,8	7,4	7,2
Feb (*)	9,1 (9,4)	13,2 (12,7)	24,5 (28,4)	6,6 (6,4)	8,1 (7,7)
Mar (**)	8,1	13,2	19,7	3,3	7,8

(*) Il dato ISTAT di febbraio è definitivo; 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](#)).