



# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

# 4

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 5 (18 maggio 2023)

*Il primo trimestre del 2023 si dovrebbe essere chiuso con una sostanziale stagnazione dell'economia italiana. La stima, pure allontanando l'ipotesi della modesta recessione tecnica, non elimina le incertezze e le preoccupazioni sul prosieguo dell'anno, anche in ragione del peggiorato quadro internazionale.*

*In Italia, il mercato del lavoro ha evidenziato confortanti segnali di tenuta anche a febbraio, nonostante il rallentamento dell'attività registrato tra la fine del 2022 e gennaio 2023. Questo elemento ha permesso, in termini aggregati, di contenere la perdita del potere d'acquisto subita dalle famiglie a causa dell'elevata inflazione. La variazione dei prezzi al consumo ha comunque decelerato in misura significativa dopo aver toccato il punto di massimo a novembre 2022.*

*In un contesto in cui la produzione industriale anche a febbraio si è ridotta leggermente (-0,2% su gennaio la cui stima è stata però rivista al rialzo), le famiglie continuano nel percorso di recupero dei consumi che, seppure meno vigoroso e concentrato sui servizi, fornisce modesti spunti positivi all'economia. Per ottenere questi risultati le famiglie hanno fatto ampio ricorso al risparmio, situazione che in assenza di miglioramenti significativi sul versante del lavoro e dell'inflazione potrebbe determinare nella seconda parte del 2023 una stagnazione della domanda.*

*A marzo, i consumi, misurati nella metrica dell'ICC, hanno registrato una variazione tendenziale dell'1,1%. Questo andamento è stato determinato in misura quasi esclusiva dai servizi (+5,8%), su cui continua a incidere la positiva evoluzione del turismo e la volontà delle famiglie di recuperare parte dei consumi dedicati al tempo libero a cui sono state costrette a rinunciare per un lungo periodo. Tra i beni, che complessivamente registrano una riduzione dello 0,4% su base annua, si segnala il miglioramento della domanda per le autovetture (+16,7% tendenziale), segmento per il quale, nonostante gli ultimi mesi in ripresa, il livello dei consumi si mantiene distante dai volumi raggiunti negli stessi mesi del 2019. Rimane fortemente negativa la domanda per gli alimentari (-3,9% tendenziale), per l'energia elettrica (-4,9%) e i mobili (-4,0%). La situazione per il settore dell'abbigliamento e delle calzature si conferma complicata (-0,8% su base annua), a conferma di come, al di là di occasionali miglioramenti, per questo segmento di consumo il ritorno sui valori del 2019 sia sempre più difficile.*

*Il progressivo recupero del clima di fiducia delle famiglie e delle imprese anche a marzo consolida le attese di un ritorno dell'attività economica in territorio positivo. La crescita, al momento, appare, comunque, debole.*

*Secondo le nostre stime il PIL ad aprile è atteso aumentare dello 0,3% su marzo, con una variazione nulla su base annua. Anche ad aprile è atteso un ulteriore rallentamento dell'inflazione. Per il mese in corso la nostra stima è di una riduzione dello 0,3% congiunturale e di una crescita del 7,5% nel confronto annuo: il rallentamento è determinato esclusivamente dalla riduzione dei prezzi dell'energia e del gas. Il percorso di rientro, seppure ben avviato, non appare privo di incognite. L'inflazione di fondo continua, infatti, ad aumentare, e vi sono ancora elementi di tensione nel settore alimentare. Solo nei prossimi mesi si assisterebbe a una compressione più marcata della variazione dei prezzi al consumo, tale da portare a fine 2023 l'inflazione congiunturale su valori prossimi a quelli medi osservati nell'ultimo decennio prima della pandemia.*

## PIL MENSILE

Nel mese di aprile, dopo un primo trimestre di sostanziale stasi (la variazione nulla pur evitando la recessione tecnica indica un significativo rallentamento nel percorso di recupero iniziato nel primo trimestre del 2021), si dovrebbero essere consolidati i moderati segnali di risveglio dell'attività economica. Secondo le nostre stime nel mese in corso il PIL è atteso registrare una variazione congiunturale dello 0,3%. Su base annua la crescita sarebbe nulla (tab. 1).

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	0,0	1,3
Gennaio '23	-0,4	2,4
Feb	0,0	1,1
Mar	0,2	0,4
Apr	0,3	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

## ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A marzo 2023<sup>1</sup> l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha evidenziato un incremento dell'1,1% sullo stesso mese del 2022 (tab. 2). Il dato è sintesi di un aumento della domanda per i servizi (+5,8%) e di una flessione di quella relativa ai beni (-0,4%).

La volontà delle famiglie di tornare a livelli di consumo precedenti il 2020, soprattutto per le voci di spesa alle quali sono state costrette a rinunciare in modo non

volontario per molti mesi, ha permesso di mantenere in terreno positivo la variazione della domanda in questa prima parte del 2023 (+1,6% la variazione tendenziale nel primo trimestre).

I consumi delle famiglie in volume, calcolati nella metrica dell'ICC, rimangono ancora distanti dai livelli pre-Covid, ai quali presumibilmente si potrà tornare solo nella seconda parte del 2024 (tab. 2).

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

In linea con quanto registrato dalla seconda parte del 2022, anche a marzo 2023 la domanda delle famiglie è stata sostenuta principalmente dal recupero della componente relativa ai servizi (+5,8 nel confronto con marzo dello scorso anno), in particolare il turismo e le attività legate al tempo libero. Nonostante gli andamenti positivi degli ultimi mesi, per molti di questi servizi (ricreativi, alberghieri e della ristorazione) la distanza con i volumi registrati nello stesso periodo del 2019 supera ancora le due cifre.

Relativamente ai consumi di beni, dopo un gennaio in positivo, dinamica favorita dal buon risultato dei saldi, la domanda è tornata a registrare un ridimensionamento nel confronto annuo. A marzo la stima per l'aggregato indica -0,4%. Il settore dell'*automotive* evidenzia segnali di miglioramento, con una variazione tendenziale del 16,7%. Va sottolineato come gli ultimi due trimestri abbiano solo parzialmente ridotto la distanza con i livelli di spesa reale del 2019. Tra le altre voci si conferma in riduzione, nel confronto annuo, la domanda per

<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.

l'energia elettrica (-4,9%), per i mobili (-4,0%), per gli alimentari (-3,9%), per gli elettrodomestici (-0,9%) e per l'abbigliamento e le calzature (-0,8%). In alcuni

casi, la perdurante inflazione, che ha spinto le famiglie a comportamenti molto prudenti, ha acuito una crisi che si protraeva già da tempo.

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

	Var.% su base annua								Var.% su 2019		
	2021	2022	2023						2022	2023	
	Anno	Anno	II trim	III trim	IV trim	I trim.	Feb	Mar	Anno	I trim.	Mar
<b>SERVIZI</b>	<b>12,6</b>	<b>16,0</b>	<b>33,7</b>	<b>4,6</b>	<b>5,2</b>	<b>6,8</b>	<b>4,7</b>	<b>5,8</b>	<b>-10,8</b>	<b>-17,8</b>	<b>-13,8</b>
<b>BENI</b>	<b>7,0</b>	<b>0,2</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,3</b>	<b>-2,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,4</b>	<b>-1,1</b>	<b>-3,1</b>	<b>-2,0</b>
<b>TOTALE</b>	<b>8,3</b>	<b>4,2</b>	<b>8,6</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,6</b>	<b>0,6</b>	<b>1,1</b>	<b>-4,1</b>	<b>-7,3</b>	<b>-5,4</b>
<b>Beni e servizi ricreativi</b>	<b>13,0</b>	<b>4,3</b>	<b>8,7</b>	<b>0,2</b>	<b>-1,8</b>	<b>0,5</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,7</b>	<b>-8,7</b>	<b>-11,1</b>	<b>-12,9</b>
- servizi ricreativi	33,1	170,8	808,9	104,4	38,9	68,9	79,9	41,2	-18,0	-13,7	-16,0
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	14,3	3,6	4,0	1,4	-0,9	2,7	2,6	1,2	0,8	-1,0	-8,8
<b>Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa</b>	<b>19,5</b>	<b>22,8</b>	<b>52,3</b>	<b>4,0</b>	<b>6,6</b>	<b>9,7</b>	<b>5,5</b>	<b>7,3</b>	<b>-13,7</b>	<b>-27,8</b>	<b>-19,2</b>
- alberghi	26,2	37,0	119,0	7,0	22,3	41,3	33,3	30,0	-20,7	-11,7	-18,7
- pubblici esercizi	17,9	19,3	40,5	2,7	4,3	4,4	0,9	3,6	-11,4	-30,7	-19,3
<b>Beni e servizi per la mobilità</b>	<b>9,3</b>	<b>5,3</b>	<b>5,6</b>	<b>6,5</b>	<b>10,7</b>	<b>12,3</b>	<b>8,9</b>	<b>11,0</b>	<b>-9,7</b>	<b>-9,1</b>	<b>-5,4</b>
- automobili	5,5	-15,6	-23,1	-7,8	2,4	10,0	2,9	16,7	-23,8	-19,6	-13,2
- carburanti	8,8	16,4	21,5	12,0	14,6	11,2	10,9	4,0	1,2	-1,0	0,1
- trasporti aerei	17,4	103,7	287,5	56,6	39,4	60,8	55,8	47,8	-17,0	-3,7	2,5
<b>Beni e servizi per la comunicazione</b>	<b>4,7</b>	<b>5,0</b>	<b>4,2</b>	<b>7,5</b>	<b>3,5</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,9</b>	<b>14,1</b>	<b>12,3</b>	<b>14,8</b>
- servizi per le comunicazioni	1,4	1,5	0,5	2,5	3,1	0,8	0,8	1,1	-3,3	-3,7	-4,2
<b>Beni e servizi per la cura della persona</b>	<b>6,6</b>	<b>4,9</b>	<b>5,4</b>	<b>1,8</b>	<b>1,0</b>	<b>0,9</b>	<b>3,0</b>	<b>1,2</b>	<b>4,9</b>	<b>9,3</b>	<b>10,0</b>
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,0	6,1	6,4	1,8	0,8	0,3	3,3	1,2	8,1	13,9	17,1
<b>Abbigliamento e calzature</b>	<b>15,7</b>	<b>4,7</b>	<b>7,0</b>	<b>2,0</b>	<b>-2,7</b>	<b>-0,4</b>	<b>-3,4</b>	<b>-0,8</b>	<b>-6,7</b>	<b>-17,8</b>	<b>-23,2</b>
<b>Beni e servizi per la casa</b>	<b>8,6</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,9</b>	<b>-1,9</b>	<b>-4,2</b>	<b>-1,6</b>	<b>-1,1</b>	<b>-2,2</b>	<b>3,6</b>	<b>3,5</b>	<b>4,2</b>
- energia elettrica	4,1	-1,0	2,0	-1,1	-7,2	-4,0	-2,2	-4,9	1,6	-1,2	1,5
- mobili, tessili e arredamento per la casa	18,0	-1,2	0,5	-4,5	-5,4	-2,1	-3,1	-4,0	1,9	-5,0	-6,7
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	19,0	-0,7	2,4	-3,4	-5,9	-1,1	-0,7	-0,9	11,1	23,9	19,7
<b>Alimentari, bevande e tabacchi</b>	<b>0,4</b>	<b>-3,5</b>	<b>-2,1</b>	<b>-3,1</b>	<b>-5,8</b>	<b>-3,7</b>	<b>-4,0</b>	<b>-3,5</b>	<b>-1,5</b>	<b>-2,9</b>	<b>-2,3</b>
- alimentari e bevande	0,9	-3,9	-2,3	-3,5	-6,5	-4,2	-4,5	-3,9	-0,9	-2,3	-2,1
- tabacchi	-3,5	-0,8	-1,0	-0,6	-0,3	0,0	-0,2	-0,2	-6,4	-6,6	-3,7

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 aprile una riduzione dello 0,3% in termini congiunturali e una crescita del 7,5% su base annua. La tendenza al rientro delle dinamiche inflazionistiche continua ad essere guidata dal ridimensionamento dei prezzi dell'energia e del gas. Come

testimonia l'ulteriore contenuto aumento dell'inflazione di fondo a marzo, all'interno del sistema permangono elementi di tensione che rendono incerta la tempistica del ritorno su valori in linea con quelli registrati nell'ultimo decennio e che potrebbero contribuire a rallentare il recupero della 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					
Mag '22	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	1,5	-4,2	1,2	0,6
Mar (*)	-0,3 (0,0)	0,9 (0,9)	-6,7 (-3,0)	0,0 (0,7)	0,6 (0,4)
Apr (**)	-0,3	0,7	-5,0	1,1	0,8
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mag '22	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	13,2	24,5	6,6	8,1
Mar (*)	7,7 (8,1)	13,2 (13,2)	15,1 (19,7)	2,6 (3,3)	8,0 (7,8)
Apr (**)	7,5	12,5	11,4	5,3	7,5

(\*) Il dato ISTAT di marzo 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](#)).