



# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

# 8

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 9 (14 ottobre 2021)

*Prosegue anche nei mesi di luglio e agosto il recupero dei consumi. L'autunno, tuttavia, appare denso di incognite, riguardanti non solo l'emergenza sanitaria, in cui l'ampliamento della platea dei vaccinati si confronterà con una stagione più favorevole alla trasmissibilità dei virus respiratori, ma anche l'evoluzione di alcune importanti variabili economiche.*

*Seppure nelle nostre stime il terzo trimestre si chiuderebbe con una variazione del 2,2% congiunturale, rendendo più probabile lo scavalco dell'asticella al 6% per la crescita del PIL nel 2021, le preoccupazioni riguardano la possibilità che nel 2022 un tasso d'inflazione attorno al 3% limiti la crescita dell'attività a partire da un rallentamento dei consumi.*

*Ad agosto l'ICC, pur mostrando ancora una variazione positiva nel confronto annuo (+1,2%), segnala un rallentamento nella domanda di beni. Questo fenomeno era in larga parte atteso, in considerazione di un ritorno a stili di vita che privilegiano la spesa nei servizi, soprattutto quelli legati al tempo libero, ma suggerisce comunque l'idea che si sia in prossimità di una specie di soglia. Allo stesso tempo, è possibile che la fiducia di imprese e famiglie abbia smesso di migliorare.*

*Contribuisce al clima d'incertezza la ripresa dell'inflazione. Stando alle nostre stime a settembre la variazione dei prezzi al consumo dovrebbe attestarsi al 2,7%, in netto aumento rispetto al 2,0% di agosto. Il fenomeno comincia a creare qualche apprensione proprio perché non sembra destinato a rientrare nell'immediato futuro, contrariamente alla diffusa suggestione che le cause dell'aumento dei prezzi siano transitorie. Per ottobre è atteso, a meno di sostanziali interventi da parte del Governo, un deciso rialzo della bolletta energetica. Gli effetti di questa recrudescenza dell'inflazione non potranno non riverberarsi sui comportamenti delle famiglie, tenendo anche presente che gran parte dei rincari si concentrano su segmenti di consumo ai quali è quasi impossibile rinunciare. D'altra parte, non si può neppure escludere che l'eventuale perdurare di queste tensioni sui prezzi non modifichi le aspettative d'inflazione, riducendosi, di conseguenza, la distanza tra inflazione osservata e inflazione core, con effetti sulla politica monetaria.*

## PIL MENSILE

A luglio 2021 la produzione industriale è cresciuta dello 0,8% congiunturale, tornando sui livelli di fine 2019. Il confronto su base annua evidenzia un incremento del 6,9%. Sempre a luglio l'occupazione ha mostrato, dopo mesi di recupero, una contenuta riduzione (-0,1%). Il ritorno sui livelli di inizio 2020 appare ancora lontano con un deficit, rispetto a febbraio 2020, di 265mila occupati. Sono piuttosto manifeste le difficoltà di parte degli inattivi a tornare sul mercato del lavoro. Ad agosto, in linea con il progredire del recupero della domanda, il *sentiment* delle imprese del commercio al dettaglio ha evidenziato un ulteriore miglioramento (+2,3% su luglio) raggiungendo il valore più alto dall'inizio delle serie storiche.

Il PIL, dopo la battuta d'arresto registrata ad agosto in termini congiunturali, dovrebbe essere tornato a crescere nel mese di settembre (+0,9%). Nel confronto annuo la variazione si attesterebbe al +6,5% (tab. 1). Complessivamente si stima una crescita nel terzo trimestre

del 2,2% rispetto al secondo e del 3,3% nel confronto su base annua, consolidando le attese di una crescita, nel complesso del 2021, prossima o superiore al 6%.

Il dato dell'anno riflette un'attenuazione della ripresa nel quarto trimestre, conseguenza di un recupero della domanda delle famiglie meno vivace unitamente a dinamiche più contenute dell'attività manifatturiera.

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
IV trimestre 2020	-1,8	-6,5
I trimestre 2021	0,2	-0,7
II trimestre	2,7	17,3
III trimestre	2,2	3,3
Giugno 2021	0,6	26,7
Luglio	2,7	15,1
Agosto	-1,2	10,3
Settembre	0,9	6,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

## ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

Nei mesi estivi l'avanzamento della campagna vaccinale e l'allentamento di quasi tutte le restrizioni, pure in presenza di vincoli alla mobilità extra UE e allo svolgimento di alcune attività, ha favorito il ritorno a livelli e comportamenti di consumo più vicini a quelli pre-pandemici. Ad agosto 2021<sup>1</sup> l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala un incremento, su base annua, dell'1,2% (tab. 2). Il dato, il più contenuto da marzo, riflette un rallentamento del recupero della domanda per i beni e gli effetti del confronto con un mese caratterizzato anche lo

scorso anno da modeste restrizioni all'attività produttiva e ai consumi. Il lento e graduale ritorno alla normalità è sottolineato da una crescita sostenuta esclusivamente dai servizi (+7,4%). Nonostante le positive performance degli ultimi mesi la distanza con i livelli del 2019 rimane ampia: nei primi otto mesi del 2021 i consumi, nella metrica dell'ICC sono ancora sotto dell'11,3% rispetto a due anni fa, ma la forbice si sta rapidamente chiudendo (ultime cinque colonne di tab. 2).

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

Ad agosto si conferma un'evoluzione della domanda molto articolata tra i diversi segmenti e prodotti, soprattutto tra i beni (tab. 2).

Se parte di queste dinamiche possono essere spiegate da fattori episodici (la diversa tempistica dei saldi per l'abbigliamento o l'effetto grandi eventi sportivi

<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.

e upgrade tecnologico sugli apparecchi televisivi) è innegabile che per molti beni sia iniziata la difficile fase in cui si dovrebbe passare dal recupero del terreno perso alla crescita genuina.

Ancora più complessa appare la situazione per il settore automobilistico, interessato da una profonda fase di cambiamento (il passaggio verso l'elettrico), che crea non poche incertezze nelle famiglie, alla luce anche di un sistema d'incentivazioni e agevolazioni piuttosto discontinuo.

Per quanto riguarda i servizi, nonostante le positive dinamiche registrate negli ultimi mesi, la distanza con i livelli pre-crisi appare profonda. Il confronto con i primi otto mesi del 2019 segnala ancora un gap del 29,1% (ma in costante riduzione). Dati peggiori si rilevano per i servizi ricreativi, il trasporto aereo e per gli alberghi e i pubblici esercizi.

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

	2020		2021 su 2020				2021 su 2019			
	Anno	I trim	II trim	Giu	Lug	Ago	Giu	Lug	Ago	Gen-Ago
SERVIZI	-30,2	-29,7	39,6	23,3	11,5	7,4	-24,9	-15,6	-4,5	-29,1
BENI	-8,1	3,8	20,5	8,3	6,2	-1,9	2,7	-2,4	-1,5	-3,3
TOTALE	-14,8	-5,3	24,5	11,8	7,7	1,2	-6,2	-6,7	-2,6	-11,3
<b>Beni e servizi ricreativi</b>	<b>-20,5</b>	<b>-6,0</b>	<b>36,1</b>	<b>14,2</b>	<b>11,9</b>	<b>6,6</b>	<b>-3,8</b>	<b>-6,2</b>	<b>-4,1</b>	<b>-14,2</b>
- servizi ricreativi	-77,2	-96,4	129,9	40,4	34,4	21,0	-91,9	-76,8	-69,1	-88,4
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-14,9	2,7	39,5	-4,6	4,7	0,7	3,2	2,7	4,7	-5,5
<b>Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa</b>	<b>-40,8</b>	<b>-50,5</b>	<b>81,0</b>	<b>36,5</b>	<b>13,4</b>	<b>7,3</b>	<b>-34,2</b>	<b>-19,5</b>	<b>-4,8</b>	<b>-39,3</b>
- alberghi	-52,3	-70,8	135,5	80,0	15,9	5,0	-61,3	-38,0	-20,1	-51,1
- pubblici esercizi	-37,1	-47,1	74,3	29,2	12,4	8,6	-21,5	-8,2	5,7	-35,1
<b>Beni e servizi per la mobilità</b>	<b>-24,6</b>	<b>12,8</b>	<b>60,7</b>	<b>11,5</b>	<b>-0,8</b>	<b>-4,1</b>	<b>-8,6</b>	<b>-15,1</b>	<b>-8,3</b>	<b>-16,6</b>
- automobili	-19,0	48,9	64,3	-0,9	-20,7	-29,0	-8,3	-27,2	-9,6	-12,2
- carburanti	-22,2	-3,9	51,3	18,2	8,7	4,0	-1,1	-4,0	-5,7	-13,6
- trasporti aerei	-72,7	-82,1	739,3	508,6	117,2	85,0	-65,0	-45,6	-31,9	-68,1
<b>Beni e servizi per la comunicazione</b>	<b>8,8</b>	<b>9,0</b>	<b>4,3</b>	<b>3,3</b>	<b>1,6</b>	<b>1,8</b>	<b>13,0</b>	<b>6,5</b>	<b>12,7</b>	<b>11,7</b>
- servizi per le comunicazioni	2,3	1,1	-0,5	-0,9	-2,5	-1,4	2,1	-0,1	0,7	2,7
<b>Beni e servizi per la cura della persona</b>	<b>-6,3</b>	<b>-3,3</b>	<b>16,1</b>	<b>11,3</b>	<b>6,4</b>	<b>1,9</b>	<b>-1,5</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,7</b>	<b>-3,7</b>
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-3,9	-5,4	10,1	13,4	7,9	2,7	1,9	0,5	-1,0	-2,3
<b>Abbigliamento e calzature</b>	<b>-23,0</b>	<b>-15,3</b>	<b>61,8</b>	<b>24,1</b>	<b>30,1</b>	<b>-11,8</b>	<b>6,3</b>	<b>-7,3</b>	<b>-10,3</b>	<b>-17,3</b>
<b>Beni e servizi per la casa</b>	<b>-4,0</b>	<b>7,9</b>	<b>15,2</b>	<b>6,2</b>	<b>3,6</b>	<b>1,4</b>	<b>5,8</b>	<b>0,8</b>	<b>2,7</b>	<b>2,2</b>
- energia elettrica	-1,5	-1,6	1,5	12,4	3,6	1,6	-1,5	-2,1	2,5	-1,5
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-12,6	11,2	63,4	-1,5	4,7	1,3	8,1	6,3	5,4	1,8
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-6,0	30,4	22,8	22,4	13,2	6,8	22,5	-1,9	3,1	8,6
<b>Alimentari, bevande e tabacchi</b>	<b>1,9</b>	<b>0,5</b>	<b>1,1</b>	<b>2,7</b>	<b>3,7</b>	<b>0,2</b>	<b>1,4</b>	<b>1,4</b>	<b>-0,6</b>	<b>2,4</b>
- alimentari e bevande	2,2	0,5	1,4	3,1	4,4	0,2	1,7	1,9	-0,5	2,9
- tabacchi	-0,4	0,2	-0,4	0,0	-0,6	0,1	-0,4	-2,0	-1,5	-0,8

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 settembre 2021 una variazione nulla in termini congiunturali e del 2,7% su base annua. In linea con quanto accade nel resto della UEM, l'inflazione italiana si sta rapidamente avviando verso il 3%, quando soltanto nello scorso mese di dicembre

la situazione era ancora di deflazione. La tendenza al rialzo dovrebbe permanere almeno per alcuni mesi e a ottobre vi è il rischio di un brusco balzo in avanti per effetto della bolletta elettrica. La durata del fenomeno e le conseguenti scelte di politica monetaria che verranno adottate rappresentano una delle maggiori incognite sulla crescita del 2022.

**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					
Ott. '20	0,2	0,3	2,8	-0,7	-0,3
Nov	-0,1	0,5	0,2	-0,5	-1,1
Dic	0,2	-0,6	0,1	1,6	-0,5
Gen. '21	0,7	0,7	1,6	1,3	0,7
Feb.	0,1	-0,2	-0,1	0,9	0,1
Mar	0,3	0,0	0,2	2,0	0,0
Apr	0,4	0,7	1,1	-0,3	2,3
Mag	0,0	0,3	0,4	0,2	-0,5
Giu	0,1	-0,4	0,0	0,8	0,6
Lug	0,5	-0,6	2,4	1,4	0,7
Ago (*)	0,4	0,4	0,7	1,6	0,6
Set (**)	0,0	0,3	0,0	-0,6	0,4
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Ott. '20	-0,3	1,4	-2,1	-4,0	0,0
Nov	-0,2	1,3	-2,0	-3,7	0,8
Dic	-0,2	0,8	-2,0	-2,8	0,8
Gen. '21	0,4	0,7	-0,4	-1,8	1,2
Feb.	0,6	0,4	-0,4	0,0	1,2
Mar	0,8	0,2	-0,1	2,6	1,2
Apr	1,1	-0,5	5,0	2,9	0,8
Mag	1,3	-0,7	5,9	4,8	0,1
Giu	1,3	-0,6	5,9	4,5	1,5
Lug	1,9	0,1	9,1	5,2	2,1
Ago (*)	2,0	0,8	9,6	5,3	2,3
Set (**)	2,7	1,3	9,7	7,8	2,9

(\*) Il dato ISTAT di agosto 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 2018, il 57,3% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 33,6% e per i beni è dell'83,5%. Escludendo le spese relative ai fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 66,8% per il totale dei consumi e al 46,1% 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](#)).