



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

2

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 3 (18 marzo 2022)

Il quadro congiunturale si fa più complesso ed incerto. Si susseguono revisioni al ribasso, ancorché di entità moderata, del tasso di variazione del PIL italiano per il 2022, il cui target difficilmente può collocarsi attorno al 4,5%. Ai problemi già noti, e ancora non risolti, derivanti dalle tensioni sui prezzi delle materie prime, dalle difficoltà di approvvigionamento in alcune filiere e dall'incertezza sull'evoluzione pandemica si sono aggiunti, negli ultimi giorni, i timori di un conflitto Russo-Ucraino.

Questa situazione rischia, nel suo insieme, di prolungare ed amplificare le tensioni sui prezzi al consumo. Non vedendosi a breve una soluzione a questo problema, crescono i timori di repentine modifiche nella politica monetaria. Col passare del tempo, i tentativi di assicurazione a tale riguardo sembrano perdere efficacia.

Sul versante dei consumi, misurati nella metrica dell'ICC, la stima per gennaio, seppure positiva nel confronto tendenziale con un periodo di semi lockdown, ha risentito degli effetti causati dal netto incremento dei contagi con una decisa riduzione della domanda in termini congiunturali, soprattutto per i servizi. Rispetto a gennaio 2021, l'ICC registra, comunque, una variazione dell'8,5%, frutto di una crescita del 33,6% per i servizi e del 2,2% per i beni. Rispetto allo stesso mese del 2020 la domanda, nel complesso, è ancora inferiore dell'11,7%. Per molti servizi la distanza percentuale è superiore alle due cifre, con tempi di recupero che appaiono più lunghi del previsto.

A febbraio, il PIL, stando alle nostre stime, ha consolidato la tendenza al rallentamento emersa nei mesi precedenti, con una riduzione dell'1,0% congiunturale. Nel confronto annuo la crescita si dovrebbe attestare al 4,2%, in forte calo, quindi, rispetto ai mesi precedenti.

Alle incertezze produttive si associano i timori degli effetti sui consumi derivanti dalla ripresa dell'inflazione. Nel mese di febbraio, la variazione annua dei prezzi al consumo dovrebbe attestarsi al 5,6%. Come paventato da alcuni mesi, le perduranti tensioni sui mercati internazionali e nelle catene di approvvigionamento cominciano a produrre rialzi anche in settori diversi dall'energetico.

PIL MENSILE

A dicembre 2021 la produzione industriale ha mostrato, dopo il deciso recupero di novembre, un calo dell'1,0%. Il confronto su base annua evidenzia una variazione del 4,6%. Nello stesso mese l'occupazione ha registrato una stabilizzazione, segnalando un possibile esaurimento della spinta al recupero.

L'emergere di una nuova ondata pandemica e l'accelerazione dell'inflazione hanno determinato, a gennaio 2022, un peggioramento del *sentiment* degli imprenditori del commercio al dettaglio (-0,7% su dicembre).

Gli effetti del rapido deterioramento registrato dalla fine di dicembre non si sono ancora esauriti, determinando a febbraio 2022, secondo le nostre stime, una riduzione del PIL dell'1,0% su gennaio. Nel confronto annuo la variazione si attesterebbe al 4,2% (tab. 1). I dati del primo bimestre rendono sempre più concreta la possibilità di un'ampia revisione al ribasso della crescita per il 2022,

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
I trimestre 2021	0,3	-0,3
II trimestre 2021	2,7	17,3
III trimestre 2021	2,6	4,0
IV trimestre 2021	0,6	6,4
Novembre 2021	1,0	7,0
Dicembre	-0,2	7,3
Gennaio 2022	-0,9	5,7
Febbraio	-1,0	4,2
2021		6,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

rispetto agli obiettivi che nei documenti ufficiali sono fissati al 4,7%. Nell'ipotesi di un primo trimestre negativo è necessario, infatti, che i restanti nove mesi dell'anno siano caratterizzati da una ripresa vigorosa, risultato che si potrà raggiungere solo sfruttando pienamente e al meglio le risorse del PNRR.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A gennaio 2022¹ l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala un incremento, su base annua, dell'8,5%, in rallentamento su dicembre (tab. 2). Il confronto è chiaramente influenzato dalle diverse condizioni in cui hanno operato le imprese nel 2021 e nel 2022 e ciò ha influito essenzialmente sulla domanda relativa ai servizi che mostra una variazione del 33,6%. Decisamente più contenuto risulta l'incremento relativo alla domanda per i beni nel loro complesso (+2,2%).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Relativamente ai singoli segmenti di consumo si segnala come, in un contesto caratterizzato da un generale rallentamento, i consumi legati al turismo e alla fruizione del tempo libero continuano a registrare,

Va sottolineato come in termini destagionalizzati il peggioramento della situazione sanitaria abbia portato, nel primo mese dell'anno, ad un brusco ridimensionamento della domanda, con un calo su dicembre del 4,5% valore che scende al -13,1% per i servizi.

Nel confronto con gennaio 2020, ultimo mese non condizionato dal Covid-19, la domanda calcolata nella metrica dell'ICC risulta ancora inferiore dell'11,7% (ultima colonna di tab. 2). Per i servizi il calo supera il 22%.

su base annua, i tassi di crescita più elevati. Per questi settori il deficit rispetto a gennaio 2020 si mantiene, comunque, ampiamente superiore alle due cifre. Anche per l'abbigliamento e le calzature, settori particolarmente

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.

colpiti dal calo della domanda, i livelli di consumo rimangono distanti da quelli registrati a inizio 2020.

Il settore dell'*automotive*, che continua a scontare l'assenza di politiche idonee a sostenere il passaggio verso una mobilità più *green*, conferma anche a gennaio 2022 la tendenza al ridimensionamento della domanda

di autovetture da parte delle famiglie, con un calo del 20,7% rispetto allo stesso mese del 2021. Si confermano i segnali di rallentamento anche per quei comparti, quali elettrodomestici e tv e alimentare, che avevano retto meglio l'urto del calo della domanda nel 2020.

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

	Var.% su base annua								Var.% su base biennale	
	2021							2022	2021	2022
	Anno	I trim	II trim	III trim	IV trim	Nov	Dic	Gen	Anno	Gen
SERVIZI	13,0	-30,9	46,1	15,2	37,8	45,0	53,5	33,6	-22,1	-22,3
BENI	7,6	4,0	20,8	2,6	5,1	9,1	6,5	2,2	-0,8	-7,5
TOTALE	8,9	-5,4	25,9	6,4	11,7	16,4	14,4	8,5	-7,3	-11,7
Beni e servizi ricreativi	13,1	-6,1	36,2	10,0	16,8	27,0	13,8	11,8	-13,3	-14,7
- servizi ricreativi (*)	32,9	-98,8	312,4	78,7	1.318,1	-	-	-	-69,8	-63,4
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	14,8	2,3	39,4	4,2	18,0	33,9	13,1	5,3	-2,3	-20,5
Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa	19,6	-50,7	89,8	19,1	73,2	93,8	123,6	68,5	-28,3	-34,6
- alberghi	34,6	-70,8	187,0	31,0	159,3	248,2	300,0	301,4	-33,0	-25,5
- pubblici esercizi	15,8	-47,2	77,7	14,0	63,1	81,5	108,6	50,6	-26,8	-36,2
Beni e servizi per la mobilità	13,7	13,3	62,7	-2,9	0,7	6,6	6,7	1,5	-11,5	-19,5
- automobili	4,2	48,9	64,3	-28,4	-31,3	-26,1	-29,6	-20,7	-13,9	-21,2
- carburanti	18,4	0,8	53,0	8,9	20,2	28,9	24,1	15,0	-4,0	-14,4
- trasporti aerei	53,4	-82,2	739,8	93,7	290,5	566,2	414,9	401,1	-40,8	-36,4
Beni e servizi per la comunicazione	4,9	9,3	8,0	3,2	1,1	2,8	1,3	-0,3	9,4	3,4
- servizi per le comunicazioni	1,9	2,3	5,4	0,7	-0,5	-0,5	-1,5	-0,5	-3,6	0,7
Beni e servizi per la cura della persona	6,4	-1,8	15,8	4,4	8,4	8,1	16,6	8,0	0,6	-2,4
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,0	-1,7	10,2	6,3	9,9	7,6	22,0	10,2	1,9	0,2
Abbigliamento e calzature	15,5	-16,0	61,1	9,7	26,0	51,2	22,0	22,9	-11,0	-23,3
Beni e servizi per la casa	8,0	7,1	15,2	4,3	6,6	8,7	7,7	2,1	3,7	1,6
- energia elettrica	1,6	-1,7	1,2	3,1	3,7	3,8	5,9	1,1	-0,5	-0,1
- mobili, tessili e arredamento per la casa	18,1	8,8	63,9	-0,5	15,8	27,1	22,8	9,0	3,3	-6,3
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	19,2	26,8	22,9	23,7	9,5	9,1	3,9	0,0	12,1	18,5
Alimentari, bevande e tabacchi	0,8	0,4	1,2	1,7	-0,1	-0,3	0,4	-2,2	2,7	0,6
- alimentari e bevande	0,9	0,4	1,4	2,0	-0,1	-0,4	0,4	-2,5	3,1	0,7
- tabacchi	0,0	0,2	-0,4	0,2	0,2	0,0	0,0	-0,4	-0,3	-0,3

(*) I valori omessi nella tabella presentano variazioni % superiori al 10.000%.
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 2022 una variazione dello 0,8% in termini congiunturali e del 5,6% su base annua. Le tensioni accumulate negli ultimi mesi si vanno via via trasferendo dal comparto energetico agli altri segmenti,

rendendo sempre più complesso ipotizzare un'inversione della tendenza al rialzo nel breve periodo.

Si consolidano pertanto le preoccupazioni sull'impatto di questa dinamica sulla ripresa nell'anno in corso e sulle decisioni di politica monetaria.

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					
Mar. '21	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	-0,2	0,1	0,1	-1,4	0,2
Ott	0,7	0,3	4,4	0,9	-0,5
Nov	0,6	0,8	2,7	1,2	-1,0
Dic	0,4	0,7	0,3	0,7	0,3
Gen. '22 (*)	1,6 (1,5)	1,6 (0,9)	8,9 (10,0)	-0,4 (0,1)	1,3 (0,5)
Feb (**)	0,8	0,5	4,0	1,2	0,4
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mar. '21	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	2,5	1,1	9,8	7,0	2,7
Ott	3,0	1,1	11,4	8,7	2,5
Nov	3,7	1,5	14,1	10,5	2,7
Dic	3,9	2,9	14,4	9,6	3,5
Gen. '22 (*)	4,8 (4,7)	3,8 (3,1)	22,6 (23,9)	7,7 (8,3)	4,1 (3,3)
Feb (**)	5,6	4,5	27,7	8,1	4,4

(*) Il dato ISTAT di gennaio è provvisorio. (**) 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](#)).