



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

7

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 8 (15 settembre 2022)

I mesi estivi si sono aperti all'insegna di un preoccupante clima d'incertezza. Il quadro internazionale appare ancora molto complesso e non si intravedono segnali di risoluzione del conflitto in Ucraina. I mercati delle materie prime continuano ad essere attraversati da molteplici turbolenze, elemento che contribuisce a rendere molto complicata l'individuazione della fine della fiammata inflazionistica che sta coinvolgendo tutte le principali economie. A questo si aggiungono i timori, non sempre razionali, sulle conseguenze delle restrizioni monetarie messe in atto dalle Banche Centrali. Non agevola le propensioni al consumo e all'investimento la crisi politica che stiamo vivendo nel momento in cui redigiamo questa nota. L'economia italiana, che pure ha mostrato nella prima parte dell'anno grande vivacità, ha cominciato a evidenziare segnali di un possibile forte rallentamento. A maggio, sia la produzione industriale sia l'occupazione sono tornate a registrare una riduzione su base congiunturale; a giugno la fiducia delle famiglie si è collocata al minimo da novembre 2020.

Questi elementi si sono tradotti, secondo le nostre stime, in una progressiva riduzione del PIL in termini congiunturali. Tale tendenza si dovrebbe confermare anche a luglio, mese per il quale la nostra stima indica un calo dello 0,6% su giugno e una crescita nulla nel confronto annuo. I consumi, misurati nella metrica dell'ICC, seppure in crescita tendenziale (+0,7% su giugno del 2021), mostrano una dinamica più contenuta rispetto ai mesi precedenti (mentre sarebbe già negativa, a giugno, la variazione del volume destagionalizzato). Non vanno trascurati alcuni elementi che potrebbero rappresentare il primo segnale di un atteggiamento più attento delle famiglie. Anche a giugno 2022 la domanda si è concentrata verso il recupero della componente relativa ai servizi (+11,9% nel confronto annuo) soprattutto quelli legati al turismo e al tempo libero. Per i beni (-3,3% su giugno 2021) la situazione si conferma articolata. Se per l'automotive il dato dell'ultimo mese consolida una crisi che si protrae ormai da un anno per altri, come l'abbigliamento e le calzature e alcuni non durevoli per la casa, il calo dell'ultimo mese conferma le difficoltà che la domanda di questi beni ancora incontra. Se la stagione dei saldi appare moderatamente favorevole, per gli alimentari si sono consolidati i segnali di ridimensionamento della domanda; non si tratta più solo di una sostituzione a favore dei consumi fuori casa: è presente anche un effetto prezzo decisamente negativo.

Le tensioni inflazionistiche non accennano, infatti, ad attenuarsi. Sulla base delle nostre stime, a luglio si dovrebbe registrare, rispetto a giugno, un incremento dei prezzi al consumo dello 0,7%, con una variazione dell'8,2% su base annua.

Il perdurare di questa situazione, con dinamiche dei prezzi particolarmente accentuate per molti beni e servizi per le quali le famiglie hanno margini limitati nella compressione dei relativi consumi, non potrà non influire sui comportamenti delle famiglie. L'espansione della quota destinata alle spese obbligate, in un contesto di stagnazione o riduzione del reddito disponibile, è destinata a riflettersi sulla domanda di quella parte dei consumi liberi che, soprattutto per quanto attiene ai servizi, sono ben lontani dall'aver recuperato i livelli del 2019.

PIL MENSILE

A maggio 2022 la produzione industriale, dopo un trimestre favorevole, ha registrato un calo dell'1,1% termini congiunturali. Il confronto su base annua si mantiene positivo con un incremento del 3,5%. Nello stesso mese il numero di occupati ha registrato un calo dello 0,2% su aprile. Nel confronto con lo stesso mese del 2021 la variazione è del +2,1%.

A giugno 2022 il *sentiment* degli imprenditori del commercio al dettaglio ha consolidato la tendenza al recupero (+1,3% su maggio). Riguardo al PIL mensile il quadro di riferimento si conferma quanto mai incerto, con una crescita che nel secondo trimestre è stata determinata esclusivamente dall'eredità lasciata dal primo quarto dell'anno. Secondo le nostre stime, il PIL dovrebbe registrare nel mese in corso una riduzione dello 0,6% su giugno, dato che consolida la tendenza al ridimensionamento riscontrata negli ultimi mesi.

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
III trimestre 2021	2,6	4,0
IV trimestre 2021	0,7	6,4
I trimestre 2022	0,1	6,2
II trimestre 2022	0,5	4,0
Aprile '22	0,1	7,4
Maggio	-0,3	3,5
Giugno	-1,1	1,3
Luglio	-0,6	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

Rispetto a luglio 2021 la variazione sarebbe nulla (tab. 1). Il dato rafforza i timori di una seconda parte dell'anno contraddistinta da una sostanziale stagnazione, anche al netto di effetti peggiorativi derivanti da impulsi avversi provenienti dall'estero.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A giugno 2022¹ l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala un incremento su base annua dello 0,7%, in netto ridimensionamento rispetto alle variazioni registrate nei mesi precedenti (tab. 2). Questa evoluzione è anche la conseguenza fisiologica del ritorno a confronti con periodi in cui le condizioni di vita del Paese sono state meno emergenziali.

Il contenuto incremento registrato dall'indicatore nell'ultimo mese è frutto esclusivamente del positivo recupero registrato dalla domanda per i servizi (+11,9%),

a cui si è contrapposta una riduzione di quella relativa ai beni (-3,3%). Continuano a pesare la crisi del settore automobilistico, le difficoltà dell'abbigliamento e delle calzature – in attesa dei saldi – e il ridimensionamento della domanda per gli alimentari.

Nonostante i progressi registrati negli ultimi periodi la domanda, calcolata nella metrica dell'ICC, nel confronto con il primo semestre del 2019 risulta ancora inferiore del 6,8% (terzultima colonna di tab. 2). Per i servizi il calo si attesta al 18,0%.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Anche a giugno 2022 le dinamiche rilevate dai diversi segmenti di consumo che compongono l'ICC confermano le caratteristiche di questa attuale fase della domanda. Le famiglie, in un contesto in cui la progressiva crescita

dell'inflazione rende sempre più complicato il ritorno agli stili di vita pre pandemici, continuano ad orientare le risorse disponibili verso i servizi legati al turismo e alla fruizione del tempo libero. In molti casi i livelli di consumo

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.

sono ancora distanti dai valori dello stesso mese del 2019, con punte particolarmente elevate per i servizi ricreativi (-46,2% su giugno 2019), e gli alberghi, pasti e consumazioni fuori casa (-13,4%).

Relativamente agli andamenti più recenti si conferma anche a giugno una situazione particolarmente critica nel comparto dell'*automotive* (-14,6% su base annua), dato che, nel clima d'incertezza attuale, rende difficile ipotizzare nel breve periodo un'inversione di una tendenza che si trascina ormai da mesi. Per i beni alimentari si

consolidano, a giugno, i segnali d'indebolimento emersi negli ultimi mesi che hanno portato ad uno scarto in negativo nel confronto con lo stesso mese del 2019. Una parte consistente di questa dinamica è presumibilmente da attribuirsi ad una maggiore attenzione e prudenza delle famiglie per gli acquisti di questi prodotti. Elementi meno favorevoli cominciano ad emergere anche per il comparto dei mobili (-3,2%), settore che nei mesi passati aveva mostrato forti elementi di vivacità.

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

	Var.% su base annua								Var.% su 2019		
	2021				2022				2022		
	Anno	II trim	III trim	IV trim	I trim	II trim	Mag	Giu	I sem.	Mag	Giu
SERVIZI	13,3	45,4	15,6	39,4	36,5	28,4	18,7	11,9	-18,0	-14,3	-11,4
BENI	7,7	20,8	2,7	5,2	2,7	0,2	2,7	-3,3	-2,0	0,7	-0,4
TOTALE	9,1	25,8	6,5	12,1	9,3	6,8	6,5	0,7	-6,8	-3,8	-4,0
Beni e servizi ricreativi	13,0	36,3	10,1	16,5	13,0	7,4	9,2	0,5	-12,5	-15,1	-6,4
- servizi ricreativi	33,1	358,8	96,6	1193,4	5595,5	389,1	527,7	151,7	-52,7	-43,9	-46,2
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	14,3	39,4	3,8	16,8	13,6	4,1	1,4	-1,0	-1,8	7,0	2,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	21,2	91,3	21,0	76,4	79,1	42,2	19,9	16,0	-23,4	-14,9	-13,4
- alberghi	38,7	201,1	35,8	155,2	234,2	93,4	110,0	45,2	-20,7	-20,1	-15,2
- pubblici esercizi	16,8	77,5	14,6	67,2	63,6	31,4	8,4	6,4	-24,0	-13,5	-12,5
Beni e servizi per la mobilità	13,9	62,8	-3,3	0,8	0,6	1,9	8,8	-1,6	-14,5	-11,7	-7,3
- automobili	4,2	64,3	-28,4	-31,3	-25,6	-23,1	-14,1	-14,6	-30,6	-29,4	-20,0
- carburanti	19,5	54,0	9,9	20,7	18,5	9,0	11,5	-1,0	-0,5	3,8	1,9
- trasporti aerei	34,9	634,1	72,5	239,3	404,7	273,8	384,3	135,2	-6,8	10,1	1,9
Beni e servizi per la comunicazione	3,3	5,0	0,3	2,2	6,3	4,5	5,9	1,8	10,7	7,9	8,3
- servizi per le comunicazioni	-1,2	-0,1	-4,7	2,5	2,1	-0,9	-0,8	-2,2	-7,2	-10,5	-11,0
Beni e servizi per la cura della persona	6,4	15,8	4,3	8,4	11,7	5,7	8,1	3,3	5,4	2,3	2,4
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,0	10,2	6,2	9,9	15,3	7,2	9,7	4,9	10,0	5,4	7,1
Abbigliamento e calzature	15,7	61,1	9,9	26,6	16,9	2,1	11,8	-14,4	-14,6	17,6	-9,3
Beni e servizi per la casa	8,0	15,2	4,1	6,6	3,6	2,4	2,7	0,2	5,1	4,5	6,2
- energia elettrica	1,6	1,2	3,1	3,7	2,6	2,9	5,5	2,8	0,0	0,3	0,4
- mobili, tessili e arredamento per la casa	18,0	63,9	-1,0	15,8	7,1	3,6	-3,6	-3,2	4,7	3,7	4,8
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	19,0	22,9	22,9	9,4	8,5	7,4	12,8	2,7	19,0	7,9	25,9
Alimentari, bevande e tabacchi	0,8	1,2	1,7	0,0	-2,7	-2,1	-2,3	-3,2	0,6	-1,4	-1,7
- alimentari e bevande	0,9	1,4	1,9	0,0	-2,9	-2,3	-2,5	-3,6	1,0	-1,2	-1,9
- tabacchi	0,0	-0,4	0,2	0,2	-1,4	-1,0	-1,1	-0,5	-1,6	-3,2	-0,9

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 luglio 2022 una variazione dello 0,7% in termini congiunturali e dell'8,2% su base annua. Le tensioni inflazionistiche si sono ormai diffuse in molti settori sulla spinta degli ingenti aumenti dei costi registrati dalle imprese.

La difficoltà ad intravedere un punto di svolta, con una discesa che presumibilmente sarà graduale, e gli inevitabili effetti negativi che questa situazione comporta in termini di redditi reali delle famiglie, non potrà non avere conseguenze negative, nei prossimi mesi, sui consumi delle famiglie e sulla ripresa.

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					
Ago.'21	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	1,4	9,0	-0,4	1,5
Feb	0,9	1,0	3,7	2,0	-0,2
Mar	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 (0,5)	1,1 (0,4)	1,4 (0,5)	3,5 (1,8)	1,7 (0,6)
Lug (**)	0,7	0,7	1,0	1,6	0,7
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Ago.'21	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	3,6	22,7	7,8	4,3
Feb	5,7	4,8	27,4	9,0	4,0
Mar	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 (7,3)	9,0 (8,3)	28,1 (27,0)	13,7 (11,8)	7,2 (6,0)
Lug (**)	8,2	10,4	26,4	13,9	7,1

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