



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

4

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 5 (13 maggio 2021)

A tredici mesi dall'inizio della crisi sanitaria le condizioni economiche dell'Italia permangono gravi, ma in progressivo miglioramento. Le difficoltà nel contenere l'epidemia, problema non solo italiano, continuano a procrastinare l'avvio di una fase di controllata e ragionevole ripresa.

Molti indicatori appaiono in recupero, e proprio adesso c'è la necessità di distinguere i segnali di genuina ripartenza da quelli illusori, derivanti dal mero confronto statistico rispetto ai primi mesi della pandemia durante i quali furono sostanzialmente inibite moltissime attività.

Se per molti beni, soprattutto durevoli per la casa, la ripresa è sostenuta dall'impiego di una parte di risparmio accumulato in eccesso e da un ri-orientamento strutturale verso la fruizione dell'ambiente domestico, i rimbalzi registrati nella spesa per servizi sono ancora solo e soltanto effetti ottici di confronto statistico tendenziale.

L'ICC segnala a marzo il ritorno, dopo più di un anno, in territorio positivo con una crescita del 20,6% nel confronto annuo che, comunque, appare largamente insufficiente a compensare le perdite dei consumi patite un anno fa. In altre parole, il livello della spesa reale a marzo 2021 è ancora inferiore a quello di marzo 2019 del 19%. Questa dinamica sottintende, peraltro, una riduzione in termini congiunturali, cioè rispetto a febbraio, legata al restringimento delle misure per il contenimento della pandemia messe in atto nel mese di marzo.

L'apparente recupero ha, inoltre, interessato quasi esclusivamente i beni, mentre per i servizi la situazione si configura sostanzialmente come il raggiungimento di una soglia minima oltre la quale è praticamente impossibile scendere. Infatti, tale soglia, per molti comparti della filiera turistica, della mobilità e delle attività legate al tempo libero, si approssima oggi, pericolosamente all'azzeramento della domanda. Permane a rischio la sopravvivenza di molte imprese del comparto, se non verrà loro permesso al più presto di tornare a operare secondo un programma definito.

In alcuni ambiti della domanda di beni, in particolare abbigliamento e calzature, gli incrementi tendenziali di marzo, a due o anche a tre cifre, non sono sufficienti a colmare le perdite pregresse: nel confronto con i valori del 2019, le riduzioni di spesa in termini reali sono ancora attorno al 30%.

Dopo aver archiviato un primo trimestre ancora caratterizzato da un segno negativo (-1,3% congiunturale, leggermente sopra le stime del mese scorso che indicavano -1,5%) ad aprile il PIL è atteso crescere in misura molto contenuta (+0,2%) su marzo. Su base annua, la variazione è del +22,1%. Nonostante questa confortante valutazione, il rischio di non raggiungere una crescita superiore al 4% nell'intero 2021 si fa più concreta.

PIL MENSILE

A febbraio 2021, dopo il recupero di gennaio, la produzione industriale è tornata a registrare una variazione molto contenuta (+0,2% in termini congiunturali), dato che ha lasciato in negativo il confronto su base annua (-1,0%). Nel mese di marzo, in linea con l'inasprimento delle misure, il *sentiment* delle imprese del commercio al dettaglio ha registrato una diminuzione del 3,0% congiunturale e del 4,2% tendenziale.

Il permanere di una situazione in cui molte attività continuano ad operare con consistenti limitazioni e sono ancora presenti vincoli alla libertà di movimento delle persone continua a condizionare le possibilità di ripresa dell'economia. Per il mese di aprile si stima una variazione del PIL in termini congiunturali del +0,2%,

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
Il trimestre 2020	-13,0	-18,2
III trimestre	15,9	-5,2
IV trimestre	-1,9	-6,6
I trimestre 2021	-1,3	-2,4
Gennaio 2021	0,1	-7,8
Febbraio	1,5	-5,6
Marzo	-3,4	7,8
Aprile	0,2	22,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

dato che segue il calo del mese di marzo (tab. 1). Su base annua si osserverebbe una crescita del 22,1% rispetto allo stesso mese del 2020.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A marzo 2021¹ l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) torna a registrare, dopo tredici mesi, una variazione tendenziale positiva con un incremento del 20,6% (tab. 2). L'illusione ottica della ripresa deriva esclusivamente dal confronto con un periodo del 2020 nel quale erano state sostanzialmente inibite quasi tutte le attività, determinando un calo rispetto a marzo 2019 del 32,9%. Di questa situazione hanno beneficiato soprattutto i beni (+25,8%) per i quali, sia pure con molte restrizioni, è stato

possibile svolgere un minimo di attività. Decisamente più contenuto è stato l'incremento registrato per i servizi (+4,0%), per i quali la variazione in positivo è legata a infinitesimali miglioramenti della domanda che, per molti settori, dopo mesi di restrizioni e chiusure, è quasi azzerata.

Il miglioramento di marzo non ha peraltro impedito una chiusura in negativo della domanda complessiva anche nel primo trimestre (-6,1%).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Le dinamiche settoriali evidenziano a marzo 2021 un quadro decisamente articolato e fortemente condizionato dagli effetti che ha avuto la pandemia sui comportamenti di consumo e sui singoli segmenti di domanda. Le dinamiche vanno pertanto lette con estrema attenzione e alla luce di quanto accaduto nei dodici mesi precedenti. Non basta un aumento sporadico a due o a tre cifre per

colmare un vuoto di domanda che si è protratto per oltre un anno.

Per molti segmenti di consumo il confronto con lo stesso mese del 2019 segnala, infatti, dati ancora pesantemente negativi. Alla luce di queste valutazioni vanno letti gli aumenti per le vendite di auto a privati e soprattutto quelli relativi ai carburanti ed all'abbigliamento ed alle

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.

calzature, segmenti per i quali il calo nel confronto con marzo del 2019 è superiore al 30%.

Particolarmente difficile rimane la situazione per la filiera turistica, la mobilità ed i settori legati alla fruizione del tempo libero. Di fatto il dato di marzo certifica solo il

raggiungimento di una soglia minima di domanda, che per molti settori è prossima all'azzeramento, rendendo sempre più complicata la sopravvivenza per molte imprese.

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

	2019		2020		2021						
	Anno	Anno	I trim	Mar	II trim	III trim	IV trim	I trim	Gen	Feb	Mar
SERVIZI	0,8	-30,3	-16,5	-45,1	-52,5	-17,2	-35,2	-25,8	-38,5	-30,1	4,0
BENI	0,7	-8,3	-8,9	-27,9	-18,7	-2,6	-3,5	1,3	-9,6	-5,7	25,8
TOTALE	0,7	-15,0	-11,1	-32,9	-29,3	-7,5	-12,4	-6,1	-17,7	-12,7	20,6
Beni e servizi ricreativi	0,0	-20,6	-14,6	-42,5	-37,9	-11,5	-18,7	-11,6	-22,7	-15,9	13,5
- servizi ricreativi	4,1	-78,0	-30,7	-97,2	-98,2	-79,5	-96,6	-96,4	-97,9	-97,1	-19,7
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	0,9	-15,0	-17,5	-60,2	-30,9	-2,7	-11,3	-9,9	-23,6	-6,4	25,0
Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa	0,9	-41,1	-25,3	-65,9	-69,5	-20,5	-52,8	-43,4	-58,8	-45,6	5,9
- alberghi	2,0	-53,4	-31,8	-82,4	-87,1	-36,1	-69,0	-67,5	-74,0	-75,0	-3,0
- pubblici esercizi	0,5	-37,1	-24,1	-62,5	-63,7	-11,7	-49,8	-39,4	-56,1	-40,4	6,8
Beni e servizi per la mobilità	-0,8	-24,3	-28,6	-67,6	-47,6	-6,2	-12,6	10,7	-19,9	-7,0	141,6
- automobili	0,2	-19,0	-38,3	-82,3	-46,5	12,0	8,7	48,8	-0,6	11,6	458,8
- carburanti	-0,4	-22,3	-19,4	-51,4	-41,4	-9,2	-19,2	-8,5	-28,8	-14,0	40,9
- trasporti aerei	-7,7	-72,7	-32,0	-85,2	-97,3	-69,3	-83,0	-79,8	-87,3	-87,5	5,0
Beni e servizi per la comunicazione	7,5	8,7	4,4	-0,7	6,4	8,9	13,7	4,2	3,3	4,0	5,4
- servizi per le comunicazioni	3,1	2,3	2,8	2,5	3,2	2,0	1,1	0,8	0,5	1,4	0,4
Beni e servizi per la cura della persona	-0,2	-7,1	-2,7	-11,5	-17,5	-3,9	-4,1	-6,3	-10,1	-10,4	2,3
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-1,1	-4,7	-0,1	-2,0	-9,6	-5,0	-4,1	-11,7	-12,5	-12,9	-9,6
Abbigliamento e calzature	1,1	-24,0	-16,7	-66,2	-45,7	-14,8	-22,0	-15,1	-38,1	-16,9	95,2
Beni e servizi per la casa	1,7	-4,1	-5,8	-20,6	-10,5	-0,1	-0,6	6,9	0,5	-0,3	24,2
- energia elettrica	0,7	-1,5	-0,6	1,1	-3,3	-1,7	-0,3	-1,5	-1,0	-3,4	-0,3
- mobili, tessili e arredamento per la casa	0,9	-12,6	-16,7	-53,6	-34,1	3,0	-5,3	12,5	-7,1	-3,7	91,0
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	8,2	-6,1	-8,0	-40,0	-15,5	-5,7	0,9	29,3	16,8	12,3	84,0
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	2,0	4,2	4,6	0,6	-0,2	3,4	-0,5	3,2	-5,1	0,4
- alimentari e bevande	0,1	2,3	4,8	4,8	0,8	0,0	3,7	-0,6	3,6	-5,8	0,4
- tabacchi	-1,2	-0,4	-0,1	3,5	-0,4	-1,4	0,5	0,2	0,1	0,1	0,3

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 aprile 2021 un aumento dello 0,4% in termini congiunturali e dell'1,1% su base annua,

tornando sui valori della primavera del 2019. Anche sul dato di questo mese pesano gli aumenti registrati dai prodotti energetici, regolamentati e non, in seguito alla ripresa dei corsi delle materie prime petrolifere.

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

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