



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

2

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 3 (17 marzo 2021)

L'inizio del 2021 è caratterizzato da una completa stagnazione dell'attività economica, frutto, verosimilmente, di una prosecuzione della lenta ripresa della manifattura cui fa da contraltare un peggioramento della già critica situazione dei servizi di mercato. Il risparmio involontariamente accumulatosi presso le famiglie non trova canali adeguati per concretizzarsi in maggiori consumi a causa delle perduranti restrizioni, generando una pericolosa incertezza che mette in discussione l'auspicata ripresa.

Si era già capito: la normalizzazione dell'economia e della vita sociale dipende esclusivamente dalla vittoria sulla pandemia. Qui si pone, però, un problema definitorio riguardo a cosa significhi sconfiggere il contagio: se le attività economiche e la mobilità dovessero essere vincolate fino alla completa scomparsa del virus, allora forse, potremmo non tornare più alla normalità. Le istituzioni pubbliche dovrebbero esprimersi con maggiore chiarezza al riguardo.

È certamente condivisibile l'idea di massimizzare da subito gli impegni per la campagna vaccinale, come sembra nelle intenzioni del nuovo esecutivo.

I vuoti di domanda e di produzione che si sono generati nell'ultimo anno rischiano di tradursi in un sistema produttivo decimato, soprattutto in alcuni comparti dei servizi, con riflessi anche su settori che, al momento, appaiono più in salute e più protetti. Non vanno trascurati anche gli effetti che un lungo periodo d'incertezza e le modifiche indotte nel vivere quotidiano potrebbero avere sui comportamenti, scelte di acquisto e risparmio, delle famiglie.

Alla luce di queste considerazioni e delle conseguenti evidenze empiriche, il 2021 si prefigura sempre di più come un anno in cui, pur registrandosi una ripresa, difficilmente si potrà assistere a un significativo recupero di quanto perso nel 2020.

In termini di consumi l'ICC segnala, anche a gennaio, un andamento negativo su base annua con una flessione del 12,9%, dato in contenuto miglioramento rispetto al -13,8% di dicembre. Gli andamenti delle diverse funzioni di consumo, pur in un quadro di generalizzata riduzione, risultano molto articolati e in linea con quanto si è registrato nei mesi precedenti.

Il quadro generale, su cui non bisogna dimenticare influisce il susseguirsi di aperture e chiusure con impatti diversificati sui territori, continua ad essere caratterizzato da una situazione di estrema debolezza. L'alternanza tra diminuzioni e moderati recuperi determina di fatto una sostanziale stagnazione che porta ad una stima della variazione del PIL per il mese di febbraio dello 0,1% in termini congiunturali, in linea con quanto rilevato a gennaio (corretto leggermente al rialzo rispetto alla precedente edizione della congiuntura). Nel confronto annuo il dato si attesta al -8,3%.

PIL MENSILE

Il quadro congiunturale continua ad essere caratterizzato da una fase di profonda incertezza. In questo scenario la produzione industriale di dicembre ha fatto registrare un calo congiunturale dello 0,2%, al netto dei fattori stagionali, con una flessione dell'1,9% su base annua. Gli occupati di dicembre segnalano un calo dello 0,4% su novembre e dell'1,9 rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Il *sentiment* delle imprese del commercio al dettaglio ha registrato nel mese di gennaio, durante i primi saldi invernali, un calo dello 0,3% congiunturale, e una riduzione tendenziale del 17,3%.

In linea con questa situazione si stima, per il mese di febbraio, un aumento congiunturale del PIL dello 0,1%, al netto dei fattori stagionali, dato che porterebbe ad una decrescita dell'8,3% rispetto allo stesso mese del 2020 (tab. 1), confermando l'andamento stagnante già emerso a gennaio.

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
I trimestre 2020	-5,5	-5,6
II trimestre	-13,0	-18,1
III trimestre	16,0	-5,1
IV trimestre	-2,0	-6,6
Novembre 2020	-3,7	-7,4
Dicembre	-1,3	-8,6
Gennaio 2021	0,1	-8,9
Febbraio	0,1	-8,3
2020		-8,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

Anche i risultati di gennaio 2021¹ dell'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) vengono pubblicati solo in forma grezza e nel confronto annuo, con un'indicazione più dettagliata degli andamenti delle diverse voci che compongono le macro funzioni di spesa. In linea con quanto registrato da marzo dello scorso anno anche a

gennaio l'andamento della domanda e le scelte delle famiglie sono state fortemente condizionate dalle misure imposte per il contenimento della pandemia.

L'indicatore dei consumi registra, nel confronto annuo, un calo del 12,9% (tab. 2), sintesi di riduzioni del 38,0% per i servizi del 3,1% per i beni.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

A gennaio, in linea con quanto si è registrato nell'ultimo anno, le dinamiche settoriali evidenziano un quadro particolarmente articolato. L'evoluzione dei diversi segmenti di consumo continua, infatti, ad essere determinata non tanto dalle preferenze dei consumatori, ma dalle necessità imposte dallo stile di vita a cui ha costretto la pandemia.

Come già avvenuto nei mesi precedenti sono i servizi legati alla mobilità ed alla fruizione del tempo libero quelli che hanno segnalato gli andamenti più negativi. Per molti segmenti i cali superiori al 50% sono diventati quasi la norma, rendendo sempre più concreta l'ipotesi di dover ricostruire, all'uscita dalla crisi sanitaria, un sistema produttivo fortemente depauperato. Ricostruzione che non potrà essere immediata.

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.

In forte difficoltà continuano a trovarsi anche alcuni segmenti della domanda relativa ai beni, che nel complesso hanno tenuto meglio rispetto ai servizi. In particolare per l'abbigliamento e le calzature anche la concomitanza con l'inizio dei saldi invernali non sembra aver rappresentato

uno stimolo adeguato (-16,4% nel confronto con gennaio 2020). In decisa riduzione continua a risultare anche la domanda di carburanti (-16%) segmento che risente in misura di rilievo delle limitazioni alla mobilità.

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

	2019	2020	2020				2021		
	Anno	Anno	I trim	II trim	III trim	IV trim	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	0,8	-30,4	-16,5	-52,5	-17,1	-36,1	-38,7	-41,4	-38,0
BENI	0,7	-8,3	-8,8	-18,7	-2,6	-3,5	-7,7	-4,2	-3,1
TOTALE	0,7	-15,0	-11,0	-29,3	-7,4	-12,6	-16,6	-13,8	-12,9
Beni e servizi ricreativi	0,0	-20,4	-14,6	-37,8	-11,4	-18,2	-24,2	-17,9	-12,1
- servizi ricreativi	4,1	-75,0	-30,6	-97,0	-78,7	-86,2	-85,0	-86,0	-76,0
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	0,9	-15,0	-17,5	-30,9	-2,7	-11,4	-23,9	-12,1	-3,0
Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa	0,9	-41,4	-25,3	-69,5	-20,2	-54,7	-59,3	-62,9	-59,3
- alberghi	2,0	-52,7	-31,8	-87,1	-36,1	-64,3	-68,0	-70,0	-70,0
- pubblici esercizi	0,5	-37,7	-24,1	-63,7	-11,3	-52,9	-58,0	-61,8	-57,4
Beni e servizi per la mobilità	-0,8	-24,2	-28,2	-47,6	-6,2	-12,6	-12,7	-17,3	-13,6
- automobili	0,2	-19,0	-38,3	-46,5	12,0	8,7	12,9	0,1	-0,7
- carburanti	-0,4	-22,1	-18,5	-41,4	-9,2	-19,2	-22,6	-19,5	-16,0
- trasporti aerei	-7,7	-72,7	-32,0	-97,3	-69,3	-83,0	-89,7	-86,7	-79,1
Beni e servizi per la comunicazione	7,5	8,8	4,3	6,4	8,9	14,1	15,1	12,0	9,0
- servizi per le comunicazioni	3,1	2,3	2,6	3,2	2,1	1,6	1,4	1,8	1,6
Beni e servizi per la cura della persona	-0,2	-7,1	-2,7	-17,5	-3,9	-4,1	-3,4	-8,3	-1,0
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-1,1	-4,7	-0,1	-9,6	-5,0	-4,2	-1,9	-9,2	-2,7
Abbigliamento e calzature	1,1	-24,0	-16,7	-45,7	-14,8	-22,0	-39,6	-21,4	-16,4
Beni e servizi per la casa	1,7	-4,1	-5,8	-10,5	-0,1	-0,5	-4,0	-1,6	0,4
- energia elettrica	0,7	-1,5	-0,6	-3,3	-1,7	-0,3	-1,5	1,3	-0,8
- mobili, tessili e arredamento per la casa	0,9	-12,5	-16,7	-34,1	3,0	-4,9	-18,1	0,0	-0,1
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	8,2	-6,0	-8,0	-15,5	-5,7	1,2	-0,2	-9,1	4,3
Alimentari, bevande e tabacchi	0,0	2,0	4,2	0,6	-0,2	3,3	0,8	5,4	1,8
- alimentari e bevande	0,1	2,3	4,8	0,8	0,0	3,7	0,8	5,9	2,0
- tabacchi	-1,2	-0,4	-0,1	-0,4	-1,4	0,5	0,4	0,7	0,1

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 2021 un aumento dello 0,2% in termini congiunturali e dello 0,4% su base annua.

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.'20	0,1	0,2	-0,1	-0,6	0,0
Apr	0,1	1,3	-3,9	-0,6	2,6
Mag	-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 (*)	0,5 (0,3)	0,9 (0,6)	1,1 (1,6)	1,3 (0,5)	0,5 (0,0)
Feb. (**)	0,2	0,2	0,0	0,7	0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mar.'20	0,1	1,1	-2,9	-0,3	0,8
Apr	0,0	2,8	-4,2	-2,5	1,0
Mag	-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 (*)	0,2 (0,0)	0,9 (0,6)	-0,9 (-0,4)	-1,8 (-2,5)	1,0 (0,5)
Feb. (**)	0,4	0,9	-0,8	-0,2	1,1

(*) 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 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](#)).