



# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

# 6

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 7 (15 luglio 2020)

*A maggio, nonostante l'allentamento delle misure per il contenimento della pandemia e la graduale ripresa delle attività, la domanda delle famiglie ha stentato a trovare la strada per un rapido recupero. Nel confronto annuo l'indicatore dei consumi (ICC) segnala un calo del 29,4%, dato meno negativo se confrontato con il -47% di aprile, ma che conferma grandi difficoltà soprattutto per i servizi legati alla fruizione del tempo libero.*

*Anche nel mese di maggio sono pochi i segmenti che registrano un segno positivo: l'alimentazione domestica, le comunicazioni e l'energia sono tra i pochi settori i cui consumi sono sopra i livelli di un anno fa.*

*Per molti segmenti non solo il recupero è modesto quanto, soprattutto, denso di incognite sul futuro prossimo, come nel caso della domanda di autovetture, dei consumi presso bar e ristoranti, dei trasporti e di tutta l'area legata al turismo ed allo svolgimento di attività d'intrattenimento e relazione.*

*Sulla velocità della ripartenza e sul suo consolidamento si gioca il futuro del Paese. Non bisogna trascurare i pericoli connessi all'avvio di un possibile corto circuito depressivo. Il disagio sociale, misurato sulla base del Misery Index Confcommercio (MIC), ha conosciuto un'esplosione nel mese di aprile, legata al deciso deterioramento delle condizioni del mondo del lavoro, dipendente e autonomo. Aspettative pesantemente negative su questo versante minano la fiducia delle famiglie, spingendole ad atteggiamenti ancora più prudenti nei confronti del consumo, con il pericolo di frenare il recupero.*

*I segnali di ripresa sono evidenti già da maggio e si confermano anche in giugno, seppure con impulsi d'intensità non pienamente soddisfacente: nei primi giorni lavorativi di giugno la crescita delle percorrenze di veicoli pesanti sulle strade italiane aumenta del 9,6% rispetto agli inizi di maggio; nello stesso confronto, l'energia elettrica immessa in rete cresce del 5,4%. Al rimbalzo congiunturale del 10,4% del PIL stimato per il mese di maggio, avrebbe fatto seguito un contenuto +4,7% in giugno. Nel complesso del secondo trimestre, la riduzione del PIL sarebbe del 17,4% congiunturale e del al 21,9% su base annua. Queste cifre rendono ben chiara l'entità della montagna che il Paese deve scalare.*

## PIL MENSILE

Il quadro congiunturale, nella fase più difficile dell'emergenza sanitaria del Covid-19, presenta andamenti dei principali indicatori eccezionalmente negativi. Ad aprile la produzione industriale ha evidenziato un calo congiunturale del 19,1%, al netto dei fattori stagionali, e una flessione del 42,5% su base annua. L'occupazione ad aprile presenta andamenti congiunturali e tendenziali in calo: -1,2% rispetto al mese precedente e -2,1% rispetto allo stesso mese dello scorso anno. Il *sentiment* delle imprese e delle famiglie del mese di maggio, indicatore non rilevato nel mese di aprile, registra forti riduzioni sia congiunturali che tendenziali. Per le imprese, la fiducia del mese di maggio rispetto al mese di marzo è scesa del 35,7%, mentre su base annua il calo è stato del 49,1%. Per le famiglie, la fiducia è calata del 5,8% tra maggio e marzo, mentre la riduzione rispetto allo stesso mese del 2019 è del 16,3%. Considerando aprile come il punto di minimo congiunturale seguito dalla graduale

ripresa di tutte le attività a partire da maggio, si stima per giugno una crescita congiunturale del Pil, al netto dei fattori stagionali, del 4,7%, dato che porterebbe ad una decrescita del 17,2% rispetto allo stesso mese del 2019 (tab. 1). Nel secondo trimestre il Pil è stimato ridursi del 17,4% rispetto al primo trimestre e del 21,9% nel confronto annuo (tab.1).

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
III trimestre 2019	0,0	0,5
IV trimestre 2019	-0,2	0,1
I trimestre 2020	-5,3	-5,4
II trimestre 2020	-17,4	-21,9
Mar.'20	-12,2	-13,8
Apr	-16,6	-28,1
Mag	10,4	-20,5
Giu	4,7	-17,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

## ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

Anche in questo numero i risultati dell'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC), relativi al mese di maggio 2020<sup>1</sup>, vengono pubblicati solo in forma grezza e nel confronto annuo. Allo stesso tempo viene fornita un'indicazione più dettagliata degli andamenti delle diverse voci che compongono le macro funzioni di spesa. La progressiva ripresa delle attività e l'attenuarsi delle limitazioni nella mobilità delle persone hanno determinato, nell'ultimo mese, un contenuto recupero

della domanda. L'indicatore dei consumi registra, nel confronto annuo, un calo del 29,4%, dato che segue il -47,0% di aprile. Nel complesso degli ultimi tre mesi, si rileva, nel confronto con lo stesso periodo del 2019, una riduzione del 36,4% dei consumi, dato che si riuscirà a recuperare solo in parte nei prossimi mesi. Particolarmente difficile continua a risultare la situazione per la domanda di servizi, soprattutto per quelli legati alla fruizione del tempo libero (tab. 2).

<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.

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

Nel confronto tra maggio 2020 e lo stesso mese del 2019 i trend, pur confermandosi molto negativi per la quasi totalità degli aggregati, evidenziano alcuni timidi tentativi di recupero per alcuni segmenti. Al di là della conferma di un'evoluzione positiva per l'alimentazione domestica, per le comunicazioni e per altri servizi legati a una maggiore presenza in casa, segnali favorevoli si registrano per la domanda di elettrodomestici, tv e altri apparecchi. Allo stesso tempo un moderato recupero ha interessato l'abbigliamento e le calzature, i mobili ed i prodotti tessili per la casa ed i giochi e gli articoli per il

tempo libero. Per le autovetture il dato meno negativo di maggio va letto con cautela, in quanto nel mese sono state effettuate consegne di ordini effettuati a gennaio e febbraio.

Tra i servizi, per i quali si riscontrano ancora riduzioni che si avvicinano al 100%, qualche timido segnale di recupero si rileva per i pubblici esercizi. I limitati flussi turistici e il permanere di molte attività lavorative in casa rendono, peraltro, incerte le possibilità del settore di tornare in tempi ragionevoli su livelli vicini a quelli pre-pandemia.

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

	2019	2020			
	Anno	I trim	Mar	Apr	Mag
<b>SERVIZI</b>	<b>1,1</b>	<b>-16,2</b>	<b>-46,8</b>	<b>-71,4</b>	<b>-50,2</b>
<b>BENI</b>	<b>0,6</b>	<b>-8,8</b>	<b>-27,4</b>	<b>-36,0</b>	<b>-20,2</b>
<b>TOTALE</b>	<b>0,7</b>	<b>-10,9</b>	<b>-33,0</b>	<b>-47,0</b>	<b>-29,4</b>
<b>Beni e servizi ricreativi</b>	<b>0,0</b>	<b>-17,3</b>	<b>-47,1</b>	<b>-69,4</b>	<b>-45,9</b>
- servizi ricreativi	3,6	-32,0	-89,6	-98,0	-92,0
- giochi, giocattoli, articoli per sport e campeggio	0,9	-30,6	-62,8	-85,3	-57,4
<b>Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa</b>	<b>1,1</b>	<b>-23,4</b>	<b>-66,0</b>	<b>-94,5</b>	<b>-65,9</b>
- alberghi	1,2	-31,3	-86,1	-93,3	-88,0
- pubblici esercizi	1,0	-22,0	-62,0	-94,8	-60,0
<b>Beni e servizi per la mobilità</b>	<b>-0,1</b>	<b>-27,9</b>	<b>-66,9</b>	<b>-83,0</b>	<b>-45,1</b>
- automobili	-0,1	-38,3	-82,3	-97,8	-35,2
- carburanti	-0,7	-18,4	-51,3	-68,4	-46,4
- trasporti aerei	4,0	-32,0	-85,2	-99,3	-96,0
<b>Beni e servizi per la comunicazione</b>	<b>6,8</b>	<b>4,0</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,9</b>
- servizi per le comunicazioni	2,0	2,0	4,8	5,2	2,5
<b>Beni e servizi per la cura della persona</b>	<b>-0,1</b>	<b>-3,4</b>	<b>-13,3</b>	<b>-21,6</b>	<b>-9,8</b>
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-1,1	-0,6	-4,0	-3,7	0,0
<b>Abbigliamento e calzature</b>	<b>1,1</b>	<b>-15,2</b>	<b>-61,0</b>	<b>-85,2</b>	<b>-54,7</b>
<b>Beni e servizi per la casa</b>	<b>1,2</b>	<b>-5,5</b>	<b>-19,9</b>	<b>-26,3</b>	<b>-16,3</b>
- energia elettrica	-0,6	-0,5	2,1	6,5	6,7
- mobili, tessili e arredamento per la casa	0,9	-16,0	-52,0	-83,7	-60,0
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	8,2	-7,6	-39,2	-44,5	-17,6
<b>Alimentari, bevande e tabacchi</b>	<b>0,0</b>	<b>3,9</b>	<b>3,7</b>	<b>2,9</b>	<b>3,7</b>
- alimentari e bevande	0,1	4,5	3,7	3,3	4,4
- tabacchi	-1,2	-0,1	3,5	0,1	-0,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## PREZZI: LE TENDENZE A BREVE TERMINE DEI PREZZI AL CONSUMO

Sulla base delle dinamiche registrate dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo<sup>2</sup>, per il mese di giugno 2020 si stima una variazione

dello 0,1% in termini congiunturali e una diminuzione dello 0,2% nel confronto con lo stesso mese del 2019 confermando il dato di maggio.

**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					
Lug. '19	0,0	-0,3	-1,1	0,2	0,2
Ago	0,4	0,1	0,1	2,1	-0,3
Set	-0,6	-0,4	0,0	-3,6	0,8
Ott	-0,1	0,1	0,9	0,0	-0,9
Nov	-0,2	0,5	0,1	-0,8	-1,9
Dic	0,2	0,0	0,1	0,6	-0,5
Gen. '20	0,1	0,8	-0,1	0,3	0,3
Feb.	-0,1	0,1	-0,1	-0,9	0,1
Mar	0,1	0,2	-0,1	-0,6	0,0
Apr	0,1	1,3	-3,9	-0,6	2,6
Mag. (*)	-0,2 (0,0)	0,6 (0,4)	-0,4 (-0,1)	-1,6 (-0,9)	0,3 (0,3)
Giu. (**)	0,1	0,1	0,0	0,4	0,2
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Lug. '19	0,4	0,8	-0,3	0,8	1,1
Ago	0,4	0,9	-0,3	0,6	1,0
Set	0,3	0,7	-0,3	-0,7	1,5
Ott	0,2	0,8	-1,8	0,0	1,4
Nov	0,2	0,8	-1,8	-0,3	1,3
Dic	0,5	0,8	-1,7	1,2	1,2
Gen. '20	0,5	0,6	-2,7	2,9	1,5
Feb.	0,3	0,3	-2,8	1,6	1,4
Mar	0,1	1,1	-2,9	-0,3	0,8
Apr	0,0	2,8	-4,2	-2,5	1,0
Mag. (*)	-0,2 (-0,1)	2,6 (2,5)	-4,4 (-4,0)	-4,1 (-3,2)	0,9 (0,7)
Giu. (**)	-0,2	3,1	-4,5	-4,5	0,9

(\*) Il dato ISTAT di maggio 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](#)).