



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

2

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 3 (14 marzo 2019)

PIL MENSILE

Nel mese di dicembre la produzione industriale ha subito un ulteriore calo dello 0,8% su base mensile, al netto dei fattori stagionali, e del 5,4% su base annua. Nello stesso mese, l'occupazione non ha registrato variazioni di rilievo rispetto al mese precedente, mentre permane in moderata crescita nel confronto annuo (+0,1% su base mensile, +0,9% su base annua).

A gennaio la fiducia ha mostrato andamenti decrescenti tra le imprese e leggermente crescenti per i consumatori. Il clima di fiducia delle famiglie ha registrato un miglioramento dello 0,7% congiunturale, mentre il *sentiment* delle imprese, in linea con un quadro economico non favorevole, si è ridotto dello 0,5%. Anche la fiducia delle imprese al dettaglio è peggiorata (-2,1% su dicembre).

Tab. 1 - PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
I trimestre 2018	0,3	1,4
II trimestre 2018	0,1	1,2
III trimestre 2018	-0,1	0,6
IV trimestre 2018	-0,2	0,1
Nov	-0,1	-0,1
Dic	0,0	0,0
Gen '19	0,1	-0,1
Feb	0,0	-0,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confindustria-Imprese per l'Italia.

Questa situazione di permanente debolezza dei principali indicatori porta a stimare, a febbraio, una variazione congiunturale nulla del Pil mensile, dato che porterebbe ad una decrescita dello 0,1% rispetto allo stesso mese del 2018 (tab. 1).

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

Le difficoltà dell'economia, associate ad aspettative di crescita molto incerte, sono tornate a condizionare negativamente, ad inizio 2019, i comportamenti di consumo delle famiglie. Gli andamenti degli ultimi mesi sembrano suggerire come il recupero di ottobre e

novembre abbia rappresentato più un fatto episodico, concentrato in alcuni segmenti di spesa come gli elettrodomestici e l'elettronica di consumo, favorito da bassi prezzi e iniziative promozionali, che l'inizio di una fase di miglioramento della domanda.

A gennaio 2019¹ l'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha segnalato una diminuzione dello 0,3% in termini congiunturali e un aumento dell'1,1% nel confronto con

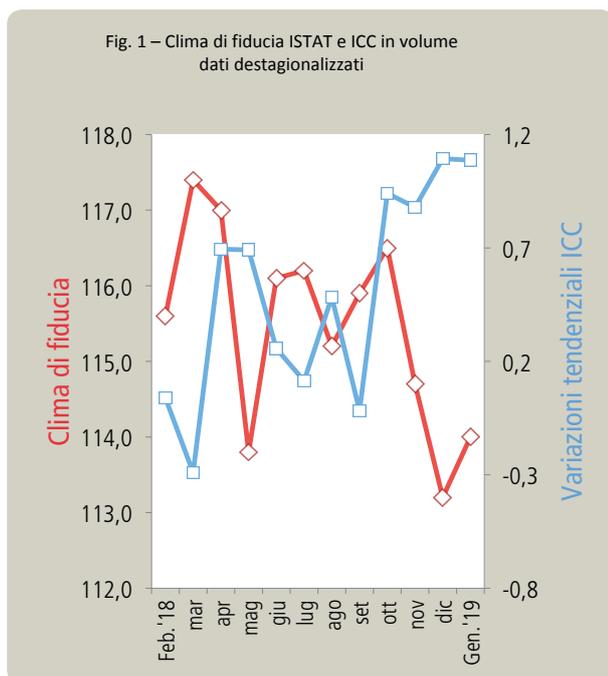
lo stesso mese del 2018 (tabb. 2 e 3). In termini di media mobile a tre mesi, dopo il recupero degli ultimi periodi l'indicatore è tornato stazionario (fig. 2).

LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

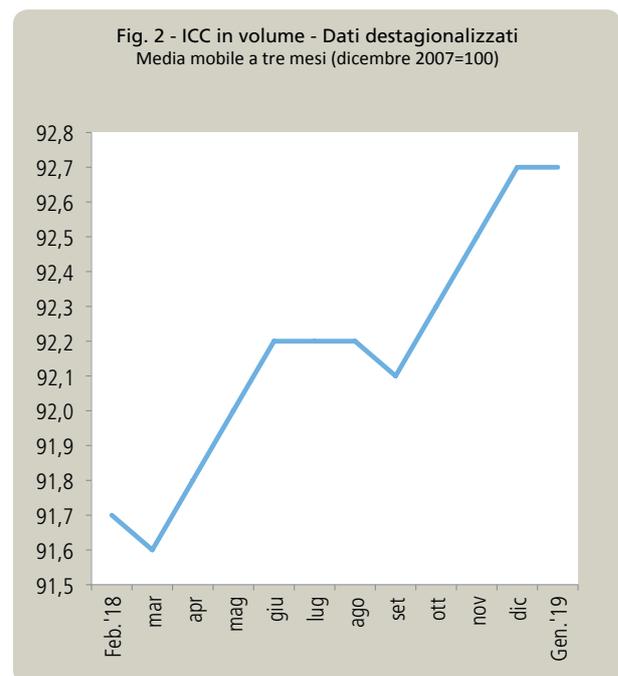
La diminuzione dello 0,3% registrata in termini congiunturali dall'ICC, nel mese di gennaio, è sintesi di una flessione dello 0,2% della domanda relativa ai servizi e dello 0,3% per i beni.

Il dato è espressione di andamenti molto articolati delle diverse macro-funzioni di spesa. L'unica variazione positiva di un certo rilievo ha riguardato le spese per i beni e servizi per le comunicazioni (+0,6% su dicembre), sul cui andamento continua a influire il favorevole

andamento della domanda per i beni dell'ICT. Per contro, la diminuzione più significativa si è registrata per i beni e servizi per la mobilità (-1,7%), segmento su cui ha pesato un andamento non positivo della domanda di autovetture acquistate dalle persone fisiche. In diminuzione è risultata anche la spesa per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (-0,4% su dicembre). Relativamente alle altre voci di spesa si rileva una sostanziale stagnazione.



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

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.

Tab. 2 - Variazioni % congiunturali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

	2018											2019
	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	GEN
SERVIZI	0,3	-0,4	1,7	-0,6	-0,1	-0,3	0,0	0,6	0,4	-0,2	0,3	-0,2
BENI	0,2	0,0	0,0	0,4	0,2	-0,3	0,5	-0,9	0,8	0,3	-0,1	-0,3
di cui alimentari e bevande	0,4	0,0	-0,5	0,3	-0,2	0,0	-0,2	0,1	0,0	-0,1	-0,1	0,1
TOTALE	0,2	-0,1	0,5	0,1	0,1	-0,3	0,4	-0,4	0,7	0,2	0,0	-0,3
Beni e servizi ricreativi	0,3	0,1	-0,1	0,0	0,3	-0,3	0,6	-0,5	0,1	0,3	0,0	0,1
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	0,4	-0,4	2,1	-1,0	-0,5	-0,3	0,0	1,0	0,8	-0,5	0,5	-0,4
Beni e servizi per la mobilità	-1,0	0,1	2,4	0,9	1,0	-1,6	1,4	-3,0	3,6	-0,4	1,5	-1,7
Beni e servizi per le comunicazioni	0,6	0,1	0,5	0,8	0,4	0,5	0,4	0,6	1,3	0,8	0,1	0,6
Beni e servizi per la cura della persona	0,1	-0,1	0,0	0,1	0,2	0,1	0,0	-0,1	0,2	0,0	-0,2	0,0
Abbigliamento e calzature	0,1	-0,4	0,4	-0,2	0,1	-0,6	0,6	-1,1	0,7	0,1	-0,4	-0,2
Beni e servizi per la casa	0,8	0,1	-0,4	0,3	0,2	0,4	0,4	-0,1	-0,2	1,6	-1,6	0,0
Alimentari, bevande e tabacchi	0,3	-0,1	-0,6	0,3	-0,1	-0,2	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	-0,1	-0,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

LE DINAMICHE TENDENZIALI

A gennaio 2019 l'ICC è risultato, nel confronto su base annua, in aumento dell'1,1%. Il dato dell'ultimo mese è sintesi di un'evoluzione positiva sia della domanda relativa ai servizi (+1,5%), sia della spesa per i beni (+0,9%).

In linea con quanto rilevato negli ultimi mesi sulla tenuta di quest'ultima componente ha influito un andamento più positivo, rispetto ad inizio 2018, della domanda di beni inclusi nelle comunicazioni e nella mobilità.

Queste due funzioni di consumo fanno segnare, a gennaio, una variazione, nel confronto annuo, pari rispettivamente al +6,9% e al +3,1%.

Andamenti positivi, su base annua, si sono registrati anche per gli alberghi i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,6%), per i beni e i servizi per la casa (+1,5) e per i beni e i servizi ricreativi (+1,0). Sostanzialmente stabile è risultata, rispetto a gennaio del 2018, la domanda per i beni e i servizi per la cura della persona

Tab. 3 - Variazioni % tendenziali dell'ICC in quantità - dati destagionalizzati

	2017	2018					2019	
	Anno	Anno	I sem	III trim.	IV trim.	Nov	Dic	Gen
SERVIZI	3,2	1,4	1,6	1,1	1,2	1,1	1,1	1,5
BENI	0,6	-0,1	-0,5	-0,2	0,8	0,8	1,1	0,9
TOTALE	1,4	0,4	0,2	0,2	1,0	0,9	1,1	1,1
Beni e servizi ricreativi	2,7	0,9	1,1	0,7	0,6	0,8	0,5	1,0
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	2,6	1,4	1,5	1,2	1,3	1,0	1,0	1,6
Beni e servizi per la mobilità	1,7	0,2	-1,2	-0,3	3,6	2,4	6,2	3,1
Beni e servizi per le comunicazioni	4,6	3,5	2,1	3,3	6,4	6,6	6,2	6,9
Beni e servizi per la cura della persona	1,3	0,9	1,0	1,0	0,7	0,7	0,4	0,3
Abbigliamento e calzature	0,4	-1,6	-1,7	-1,9	-1,1	-1,1	-1,4	-0,7
Beni e servizi per la casa	1,5	0,7	0,4	0,8	1,4	2,1	0,7	1,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,4	-0,8	-0,6	-1,0	-1,0	-1,1	-0,9	-0,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

(+0,3. Per contro, la domanda relativa agli alimentari, alle bevande e ai tabacchi (-0,8%) e all'abbigliamento

e alle calzature (-0,7%) continua a segnalare una tendenza alla riduzione.

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 consumo², per il mese di febbraio 2019 si stima, rispetto a gennaio,

un aumento dello 0,1%. Nel confronto con lo stesso mese del 2018 il tasso d'inflazione dovrebbe collocarsi all'1,0%, in modesta risalita rispetto a gennaio.

Tab. 4 - 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. '18	0,3	0,1	0,1	0,7	0,7
Apr.	0,1	0,3	-2,2	0,3	1,7
Mag	0,3	0,8	-0,1	0,8	0,9
Giu	0,2	-0,3	0,1	1,8	-0,1
Lug	0,3	-0,8	2,4	0,2	0,5
Ago	0,4	0,0	0,1	2,3	-0,2
Set	-0,5	-0,2	0,0	-2,4	0,4
Ott	0,0	0,0	2,4	-0,7	-0,9
Nov	-0,2	0,5	0,1	-0,5	-1,7
Dic	-0,1	0,0	0,0	-0,9	-0,4
Gen. '19 (*)	0,1 (-0,2)	0,9 (0,1)	0,6 (0,4)	-1,4 (-1,8)	0,1 (0,0)
Feb. (**)	0,1	0,1	0,1	0,5	0,1
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mar. '18	0,8	0,5	2,5	1,8	1,5
Apr.	0,5	1,2	0,0	0,4	1,2
Mag	1,0	1,9	-0,1	2,6	1,5
Giu	1,3	2,4	0,0	4,2	1,0
Lug	1,5	2,4	2,6	4,0	1,2
Ago	1,6	2,2	2,8	4,2	1,1
Set	1,4	1,5	2,7	4,1	1,3
Ott	1,6	0,7	4,8	3,9	1,2
Nov	1,6	0,9	4,8	3,5	1,3
Dic	1,1	0,8	4,8	1,2	1,1
Gen. '19 (*)	0,9 (0,6)	0,6 (-0,1)	3,4 (3,1)	1,0 (0,6)	1,2 (1,1)
Feb. (**)	1,0	1,4	3,5	0,7	1,0

(*) 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 in Mariano, R. S., Y. Murasawa, (2003). A new coincident index of business cycles based on monthly and quarterly series, *Journal of Applied Econometrics*, 18(4), 427-443. Questa metodologia permette di gestire in modo ottimale indicatori economici osservati con diversa frequenza temporale e con diversa tempestività. Si considerano 5 indicatori mensili di fonte ISTAT (indice di produzione industriale, numero di occupati, clima di fiducia delle famiglie, delle imprese manifatturiere e del commercio al dettaglio e indice dei nuovi ordinativi), l'indicatore dei consumi Confcommercio (ICC), 1 indicatore sullo stato di salute dell'occupazione dirigenziale del terziario di mercato (A.Pastore) e 2 indicatori trimestrali di fonte ISTAT (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 2017, il 57% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 33,5% 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 66,4% per il totale dei consumi e al 45,7% per i servizi.

La banca dati utilizzata si basa su serie mensili (primo dato gennaio 2000) dei livelli di spesa in valore ed in quantità da cui si desumono gli indici di prezzo. Nel caso di informazioni trimestrali si è proceduto all'interpolazione dei dati mancanti.

La base per i livelli in volume è rappresentata dall'anno 2010. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC a base 2010. Per l'abbigliamento e le calzature le serie elementari sono deflazionate con l'IPCA riportato a base 2010.

Le serie sono destagionalizzate con la procedura TRAMO-SEATS.

Per ulteriori informazioni sulla metodologia di costruzione dell'ICC si rimanda alla nota pubblicata il 28 marzo 2011. Per la metodologia di stima dell'indice dei prezzi si rimanda alla nota pubblicata il 6 settembre 2011 ([Sito Confcommercio > Ufficio Studi](#)).

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 disk, supporti magnetici 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, ANCM, ASSAEROPORTI, FEDERALBERGHI, FIPE, FIT, ISTAT, MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, SIAE, SITA, TERNA, UNRAE