



# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

# 6

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 7 (18 luglio 2023)

*Il secondo trimestre del 2023 evidenzia spiccati segnali di rallentamento dell'attività. Le criticità che investono alcune grandi economie europee e le difficoltà nel riportare l'inflazione su valori più prossimi agli obiettivi di politica monetaria stanno inducendo una minore dinamicità della nostra economia.*

*Gli indicatori che lo testimoniano vanno dal progressivo rallentamento dell'attività industriale (quattro mesi consecutivi in riduzione congiunturale) all'emergere di un'evoluzione meno favorevole della domanda per consumi fino al rallentamento nel recupero delle presenze turistiche, sia di italiani sia di stranieri (-2% circa rispetto al 2019 nei primi quattro mesi del 2023).*

*Gli indicatori sul sentiment di famiglie e imprese mostrano qualche cedimento nel mese di maggio, a conferma che il rallentamento potrebbe protrarsi anche nei prossimi mesi.*

*In questo contesto solo il mercato del lavoro continua a mostrare elementi di vivacità con un incremento degli occupati ad aprile su marzo pari a 48mila unità (+390 mila nel confronto annuo). Il permanere di tali favorevoli dinamiche indicherebbe che gli operatori economici reputano l'attuale fase di quasi stagnazione come temporanea. A nostro avviso, sciogliere o meno questi nodi tra rallentamento e incertezza sul futuro dipenderà dalla velocità di rientro delle tensioni inflazionistiche.*

*A maggio, i consumi, misurati nella metrica dell'ICC, hanno registrato una riduzione dello 0,2% nel confronto annuo. Il dato è sintesi di un marcato e diffuso rallentamento della domanda di beni (-1,2%) e di una crescita dei consumi per la componente relativa ai servizi (+2,6%), sebbene, anche per questo aggregato, emergano i primi segnali di una minore dinamicità. Relativamente ai beni solo la domanda per le autovetture evidenzia importanti segnali di recupero (+11,5% tendenziale). Le favorevoli dinamiche registrate dalla fine dello scorso anno hanno solo attenuato le difficoltà di un settore che, nel confronto pre-pandemico, evidenzia ancora un sensibile gap in termini di volumi. Tra gli altri beni anche a maggio si conferma in decisa riduzione la dinamica dei consumi alimentari (-4,3% tendenziale), dell'energia elettrica (-3,6%) e del vestiario (-2,0%).*

*Secondo le nostre stime il PIL a giugno sarebbe marginalmente diminuito (-0,1%) rispetto a maggio, con una crescita dell'1,3% su base annua. Nel complesso del secondo trimestre la crescita si attesterebbe allo 0,2% in termini congiunturali, dato determinato dalla positiva eredità lasciata dal primo quarto dell'anno, e all'1,1% nel confronto con lo stesso periodo del 2022.*

Anche a giugno l'inflazione è attesa proseguire nel percorso di graduale rientro delle dinamiche. Per il mese in corso la nostra stima è di un aumento dello 0,4% congiunturale e di una variazione del 6,8% nel confronto annuo. L'attenuarsi di tensioni nelle fasi a monte e il, sia pur modesto, rallentamento nei tassi di crescita dell'inflazione di fondo, consolidano le attese di una parte finale del 2023 più favorevole, circostanza che potrebbe contribuire al rendere il percorso di recupero della domanda delle famiglie più agevole.

## PIL MENSILE

Anche a giugno, in linea con quanto registrato nel bimestre precedente, la nostra economia dovrebbe aver mostrato una tendenza al rallentamento. Su questo andamento hanno pesato sia le difficoltà dell'industria sia la minor dinamicità dei servizi. Secondo le nostre stime, nel mese in corso il PIL è atteso registrare, nel confronto con maggio, una diminuzione dello 0,1%. Su base annua questo andamento si tradurrebbe in una crescita dell'1,3%. Nel complesso del secondo trimestre si stima una crescita dello 0,2% in termini congiunturali, conseguenza della positiva eredità lasciata dal primo trimestre, e dell'1,1% nel confronto con lo stesso periodo del 2022 (tab. 1).

Tab. 1 - PIL mensile		
	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
III trimestre '22	0,4	2,5
IV trimestre	-0,1	1,5
I trimestre '23	0,6	1,9
II trimestre	0,2	1,1
Marzo '23	0,5	1,7
Apr	-0,1	1,1
Mag	0,0	0,9
Giu	-0,1	1,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

## ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A maggio 2023<sup>1</sup> l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha evidenziato una riduzione dello 0,2% sullo stesso mese del 2022 (tab. 2), confermando il trend negativo già emerso ad aprile (la stima è stata rivista al ribasso in conseguenza di una dinamica più sfavorevole del previsto dell'indice delle vendite al dettaglio).

La valutazione dell'ultimo mese è sintesi di un aumento della domanda per i servizi (+2,6%) e di una flessione di quella relativa ai beni (-1,2%). Il percorso di recupero

della domanda comincia a mostrare segnali di difficoltà, con sensibili rallentamenti anche nelle dinamiche di quelle voci legate al tempo libero che avevano guidato la ripresa nell'ultimo biennio.

Tutto ciò consolida i timori di un ritorno dei consumi in volume ai livelli del 2019, calcolati nella metrica dell'ICC, solo nel 2024. Traguuardo che, per alcune voci di spesa, appare, comunque, complicato da raggiungere (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

Anche a maggio 2023 le componenti più dinamiche della domanda sono state quelle relative ai servizi, che nel complesso evidenziano un incremento del 2,6% nel confronto con lo stesso mese del 2022.

Relativamente ai consumi di beni si rileva una riduzione dell'1,2% nel confronto annuo. Il settore dell'automotive

consolida la tendenza al recupero con una variazione tendenziale dell'11,5%. Continua la fase di netta riduzione della domanda per l'energia elettrica (-3,6%), gli alimentari (-4,3%), e l'abbigliamento e le calzature (-2,0%).

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

	Var.% su base annua								Var.% su 2019		
	2021		2022		2023				2022	2023	
	Anno	Anno	II trim	III trim	IV trim	I trim.	Apr	Mag	Anno	Gen-mag	mag
<b>SERVIZI</b>	<b>12,6</b>	<b>16,1</b>	<b>33,9</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>11,4</b>	<b>4,7</b>	<b>2,6</b>	<b>-10,7</b>	<b>-12,6</b>	<b>-8,4</b>
<b>BENI</b>	<b>7,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,9</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,1</b>	<b>0,2</b>	<b>-3,0</b>	<b>-1,2</b>	<b>-1,2</b>	<b>-3,3</b>	<b>-0,1</b>
<b>TOTALE</b>	<b>8,3</b>	<b>4,2</b>	<b>8,6</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>2,9</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,2</b>	<b>-4,1</b>	<b>-6,0</b>	<b>-2,6</b>
<b>Beni e servizi ricreativi</b>	<b>13,0</b>	<b>4,3</b>	<b>8,7</b>	<b>0,2</b>	<b>-1,7</b>	<b>1,0</b>	<b>-2,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>-8,6</b>	<b>-11,7</b>	<b>-12,5</b>
- servizi ricreativi	33,1	170,8	808,9	104,4	38,9	68,9	10,4	9,0	-18,0	-4,1	19,5
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	14,3	3,6	4,0	1,3	-0,7	3,5	2,4	1,5	0,8	0,3	8,3
<b>Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa</b>	<b>19,5</b>	<b>23,0</b>	<b>52,6</b>	<b>4,1</b>	<b>7,1</b>	<b>19,2</b>	<b>6,2</b>	<b>2,4</b>	<b>-13,5</b>	<b>-16,9</b>	<b>-8,5</b>
- alberghi	26,2	37,0	119,0	7,0	22,3	36,8	22,6	12,0	-20,7	-13,5	-12,2
- pubblici esercizi	17,9	19,5	40,9	2,8	4,8	16,2	2,8	0,2	-11,2	-17,6	-7,5
<b>Beni e servizi per la mobilità</b>	<b>9,3</b>	<b>5,2</b>	<b>5,3</b>	<b>6,5</b>	<b>10,8</b>	<b>13,5</b>	<b>4,3</b>	<b>5,1</b>	<b>-9,8</b>	<b>-9,0</b>	<b>-4,5</b>
- automobili	5,5	-15,6	-23,1	-7,8	2,4	10,0	16,9	11,5	-23,8	-21,3	-17,5
- carburanti	8,8	16,1	20,8	12,0	14,6	13,5	-4,2	0,0	0,9	-0,4	4,0
- trasporti aerei	17,4	103,7	287,5	56,6	39,4	55,7	21,8	16,6	-17,0	-3,7	0,5
<b>Beni e servizi per la comunicazione</b>	<b>4,7</b>	<b>5,0</b>	<b>4,4</b>	<b>7,6</b>	<b>2,8</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,8</b>	<b>14,1</b>	<b>12,1</b>	<b>8,9</b>
- servizi per le comunicazioni	1,4	1,5	0,8	2,6	1,5	3,6	1,6	1,5	-3,3	-2,3	-5,9
<b>Beni e servizi per la cura della persona</b>	<b>6,6</b>	<b>4,9</b>	<b>5,4</b>	<b>1,9</b>	<b>1,0</b>	<b>0,3</b>	<b>-2,9</b>	<b>0,6</b>	<b>4,9</b>	<b>5,3</b>	<b>2,5</b>
- prodotti farmaceutici e terapeutici	6,0	6,1	6,4	1,8	0,8	-0,4	-4,7	0,0	8,1	9,4	5,5
<b>Abbigliamento e calzature</b>	<b>15,7</b>	<b>4,6</b>	<b>7,0</b>	<b>2,0</b>	<b>-2,8</b>	<b>0,4</b>	<b>-2,5</b>	<b>-2,0</b>	<b>-6,7</b>	<b>-15,3</b>	<b>15,9</b>
<b>Beni e servizi per la casa</b>	<b>8,6</b>	<b>-0,7</b>	<b>0,9</b>	<b>-1,9</b>	<b>-4,3</b>	<b>-1,4</b>	<b>-3,2</b>	<b>-1,2</b>	<b>3,6</b>	<b>3,5</b>	<b>3,1</b>
- energia elettrica	4,1	-1,0	2,0	-1,1	-7,2	-4,0	-4,3	-3,6	1,6	-0,9	0,0
- mobili, tessili e arredamento per la casa	18,0	-1,2	0,5	-4,2	-5,5	-0,9	-6,4	-0,4	1,9	1,7	-0,1
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	19,0	-1,0	2,4	-4,0	-6,4	-1,8	-3,5	-1,4	10,8	13,9	4,7
<b>Alimentari, bevande e tabacchi</b>	<b>0,4</b>	<b>-3,5</b>	<b>-2,1</b>	<b>-3,2</b>	<b>-5,8</b>	<b>-3,9</b>	<b>-4,6</b>	<b>-3,8</b>	<b>-1,6</b>	<b>-3,6</b>	<b>-5,7</b>
- alimentari e bevande	0,9	-3,9	-2,3	-3,6	-6,4	-4,4	-5,1	-4,3	-0,9	-3,1	-5,1
- tabacchi	-3,5	-0,8	-1,0	-0,6	-0,3	0,0	-0,4	-0,8	-6,4	-7,2	-9,1

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 consumo<sup>2</sup> si stima per il mese di giugno un incremento dello 0,4% in termini congiunturali e una crescita del 6,8% su base annua. La minor dinamicità dell'inflazione

di fondo consolida le attese di una parte finale del 2023 più favorevole, anche se permangono incertezze sull'orizzonte temporale entro il quale la variazione dei prezzi al consumo risulterà coerente con gli obiettivi delle autorità di politica monetaria.

**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					
Lug '22	0,4	0,3	-0,3	1,6	0,0
Ago	0,8	0,9	6,1	-1,7	0,7
Set	0,3	1,2	0,5	-2,1	1,6
Ott	3,4	1,9	24,1	-0,4	-0,8
Nov	0,5	0,9	2,4	0,1	-0,8
Dic	0,3	0,3	-1,0	0,1	0,4
Gen. '23	0,1	0,9	-4,9	0,8	0,7
Feb	0,2	1,5	-4,2	1,2	0,6
Mar	-0,4	0,9	-6,7	0,0	0,6
Apr	0,4	0,3	-0,3	1,0	1,7
Mag (*)	0,3 (0,5)	1,0 (0,3)	0,5 (2,0)	-0,9 (0,1)	1,3 (0,5)
Giu (**)	0,4	0,5	0,4	0,3	0,8
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Lug '22	7,9	10,0	24,7	13,9	6,4
Ago	8,4	10,5	31,5	10,3	6,5
Set	8,9	11,7	32,1	9,5	8,0
Ott	11,8	13,5	57,0	8,1	7,6
Nov	11,8	13,6	56,6	6,9	7,9
Dic	11,6	13,1	54,5	6,2	8,1
Gen. '23	10,0	12,6	34,8	7,4	7,2
Feb	9,1	13,2	24,5	6,6	8,1
Mar	7,6	13,2	15,1	2,6	8,0
Apr	8,2	12,1	16,9	5,1	8,4
Mag (*)	7,6 (7,8)	11,9 (11,1)	15,5 (17,2)	3,0 (4,0)	7,9 (7,1)
Giu (**)	6,8	11,2	14,4	-0,2	7,0

(\*) (\*) Il dato ISTAT di maggio è provvisorio; tra parentesi la stima della precedente Congiuntura. (\*\*) 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](#)).