



# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

# 10

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 11 (12 dicembre 2019)

*Da quasi un biennio l'economia italiana, osservata in prospettiva macro, sopravvive a se stessa. Le variazioni congiunturali del PIL hanno raggiunto, al massimo lo 0,1%. Per l'immediato futuro le nostre valutazioni su consumi, PIL e inflazione indicano meno probabile la recessione rispetto alla stagnazione. Non mancano sporadici segni di vitalità – le spese legate al turismo e i consumi di tecnologia – ma i potenziali riflessi di provvedimenti recenti, che complicano la vita dei produttori di reddito, potrebbero peggiorare la situazione.*

## PIL MENSILE

A settembre la produzione industriale è tornata a ridursi segnalando una contrazione dello 0,4% congiunturale, al netto dei fattori stagionali, e del 2,0% su base annua. L'occupazione del mese di settembre si è leggermente ridotta rispetto al mese precedente (-0,1%), pur risultando ancora in crescita (0,5%) nel confronto annuo.

Stando a quanto rilevato ad ottobre sul versante della fiducia di famiglie e imprese la fase di stagnazione dell'economia non sembra destinata a modificarsi nel breve periodo. La contrazione per il *sentiment* delle famiglie è stata dello 0,5% congiunturale, mentre per le imprese si è registrato un leggero aumento (0,4%). Su base annua il tendenziale di entrambi ha continuato a ridursi fortemente con -4,0% per le famiglie e -3,1% per le imprese.

Anche dal versante della domanda delle famiglie non sembrano provenire segnali di miglioramento. Considerato l'andamento dei principali indicatori, a novembre, la stima del Pil mensile presenta una variazione

congiunturale nulla, con una modesta crescita (0,4%) rispetto allo stesso mese del 2018 (tab. 1). La stima del terzo trimestre, in conformità con il dato di contabilità nazionale, resta ferma a +0,1% congiunturale, ma viene modificata sul tendenziale allo 0,3%.

Tab. 1 - PIL mensile

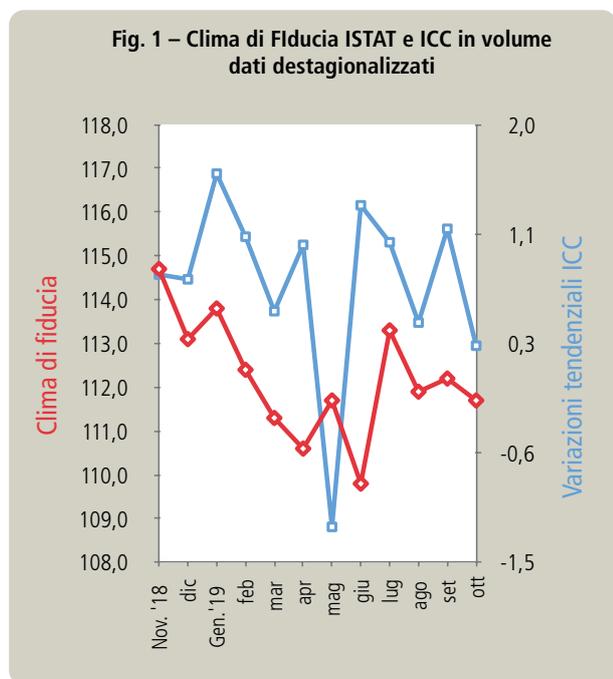
	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
IV trimestre 2018	0,1	0,0
I trimestre 2019	0,1	0,0
II trimestre 2019	0,1	0,1
III trimestre 2019	0,1	0,3
Ago. '19	0,2	0,2
Set.	-0,3	0,2
Ott.	0,2	0,2
Nov.	0,0	0,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

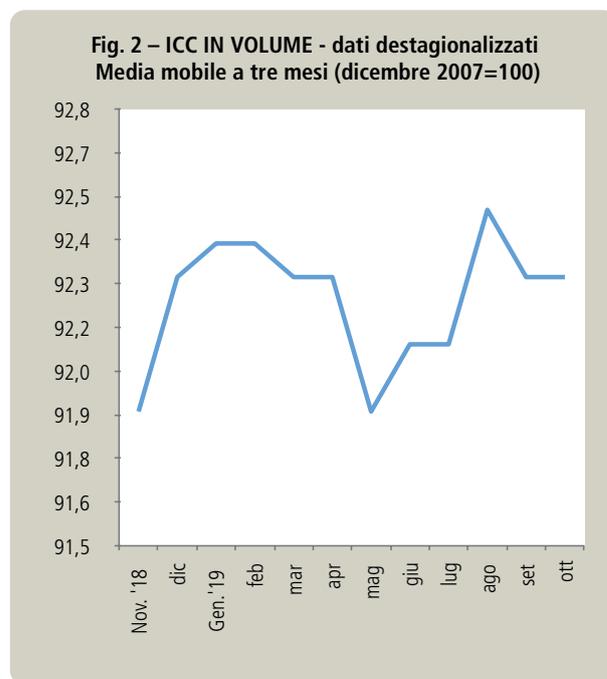
## ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

Ad ottobre 2019<sup>1</sup> l'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha confermato la tendenza al rallentamento con una diminuzione dello 0,1% su base congiunturale ed una

crescita dello 0,2% su base annua (+1,2% a settembre). In termini di media mobile a tre mesi si osserva una stabilità (fig. 2).



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

### LE DINAMICHE CONGIUNTURALI

La diminuzione dello 0,1% registrata in termini congiunturali dall'ICC nel mese di ottobre è sintesi di un aumento della domanda relativa ai servizi (+0,1%) e di una riduzione per quella per i beni (-0,2%).

Il dato dell'ultimo mese è espressione di una generalizzata tendenza alla stagnazione a cui si associano segnali di ridimensionamento per molte delle funzioni di consumo. Solo per i beni ed i servizi per le comunicazioni si registra una tendenza al miglioramento di qualche rilievo (+0,9%),

dinamica determinata dalla componente relativa ai beni. Debolmente positiva (+0,1% su settembre) è risultata anche la domanda per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa. Per contro la diminuzione più consistente ha continuato ad interessare i beni e i servizi per la mobilità (-0,7% sul mese precedente). Più contenuta è stata la riduzione per i beni ed i servizi per la casa (-0,3%). Per le altre funzioni di consumo si rileva una modesta flessione (-0,1%) su settembre.

<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.

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

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

Ad ottobre 2019 l'ICC ha mostrato, nel confronto annuo, un aumento dello 0,2%, in netto ridimensionamento rispetto all'1,2% di settembre. Il dato dell'ultimo mese è derivato da una crescita dello 0,6% della domanda per i servizi e dello 0,1% per i beni.

Nel confronto con ottobre del 2018 le diverse macrofunzioni di spesa evidenziano dinamiche molto articolate. Il segmento più dinamico si conferma quello relativo alla spesa effettuata dalle famiglie per i beni e i servizi per le comunicazioni (+6,5%). In recupero è risultata anche la

domanda per l'abbigliamento e le calzature (+1,5%). In moderata crescita si presentano anche i consumi di beni e servizi per la casa (+0,6%). Sostanzialmente stabili, nel confronto con ottobre del 2018, le spese per gli alberghi i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,1%). Per contro i consumi di beni e servizi per la mobilità sono tornati in territorio negativo (-1,2%). Relativamente agli alimentari, le bevande e i tabacchi si consolida la tendenza al ridimensionamento (-0,5%).

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

	2018	2019					
	Anno	I trim.	II trim.	III trim	Ago	Set	Ott
<b>SERVIZI</b>	<b>-0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>	<b>0,6</b>
<b>BENI</b>	<b>-0,0</b>	<b>1,1</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>0,1</b>	<b>1,2</b>	<b>0,1</b>
<b>TOTALE</b>	<b>-0,0</b>	<b>1,1</b>	<b>0,4</b>	<b>0,9</b>	<b>0,4</b>	<b>1,2</b>	<b>0,2</b>
Beni e servizi ricreativi	-0,6	-0,4	-0,2	0,1	-0,2	0,2	-0,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	1,5	1,2	-0,4	0,8	0,9	0,9	0,1
Beni e servizi per la mobilità	-0,4	3,6	-1,8	0,8	-0,7	2,1	-1,2
Beni e servizi per le comunicazioni	1,2	5,8	7,7	7,3	6,5	7,1	6,5
Beni e servizi per la cura della persona	-0,0	0,6	0,3	-0,1	-0,3	0,0	-0,1
Abbigliamento e calzature	-1,5	0,7	0,2	1,9	1,0	2,5	1,5
Beni e servizi per la casa	0,8	1,3	1,3	1,2	0,8	1,2	0,6
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,8	-0,6	0,7	-0,1	-0,4	-0,1	-0,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Qualche riduzione si è registrata anche per i beni e servizi ricreativi (-0,2%) e i beni e i servizi per la cura della persona (-0,1%).

## 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 novembre 2019 si stima una diminuzione

dello 0,2% in termini congiunturali. Nel confronto con lo stesso mese del 2018, i prezzi crescerebbero dello 0,3%, confermando il dato di ottobre.

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

(\*) Il dato ISTAT di ottobre è provvisorio. (\*\*) 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 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 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 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 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.

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