



# CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

## Pil mensile, ICC e Prezzi

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 4 (15 aprile 2022)

# 3

Pdf by:  
<https://www.pro-memoria.info>

*Il quadro congiunturale è rapidamente peggiorato nelle ultime settimane. Nel momento in cui si intravedeva una possibile normalizzazione dell'economia, legata ad una fase meno emergenziale della pandemia, l'avvio della guerra in Ucraina ha riacutizzato le incertezze. Il conseguente peggioramento delle prospettive inflazionistiche ha una natura per niente transitoria. Bisogna attrezzarsi a fronteggiare una fase di forte decelerazione dell'attività economica.*

*Sotto il profilo dell'analisi congiunturale è opportuno distinguere gli effetti depressivi che prescindono dagli effetti del conflitto, essendo preesistenti, da quelli derivanti dalla crisi Russo-Ucraina, che enfatizzano e sclerotizzano tensioni sulle materie prime energetiche e non, impattando tanto sul profilo delle quotazioni quanto sulla fluidità degli approvvigionamenti.*

*Nel confronto con febbraio 2021, l'ICC registra, comunque, una variazione positiva del 5,1%, frutto di una crescita del 27,7% per i servizi e di un calo dello 0,8% per i beni. Rispetto allo stesso mese del 2020 la domanda, nel complesso, è ancora inferiore del 10,2%. Per molti servizi la distanza percentuale è ancora molto elevata, con tempi di recupero spostati al 2023.*

*In termini congiunturali destagionalizzati, i consumi reali, nella metrica dell'ICC sono in riduzione a gennaio rispetto a dicembre e a febbraio rispetto a gennaio.*

*A marzo, il PIL, stando alle nostre stime, ha consolidato la tendenza al rallentamento emersa nei mesi precedenti, con una riduzione dell'1,7% congiunturale. Nel confronto annuo la crescita si dovrebbe attestare all'1,3%, in brusco ridimensionamento rispetto ai periodi precedenti. Nella media del primo trimestre il PIL è stimato in calo del 2,4% congiunturale, dato che porterebbe ad una crescita su base annua del 3,3%.*

*Non si arresta la tendenza al rialzo dell'inflazione. Secondo le nostre stime, a marzo la variazione dei prezzi al consumo dello 0,6% su febbraio dovrebbe portare ad un incremento, su base annua, del 6,1%. Se i prodotti energetici guidano la graduatoria degli aumenti, le tensioni si vanno ormai diffondendo a molti segmenti dei consumi, primo tra tutti l'alimentare.*

## PIL MENSILE

A gennaio 2022 la produzione industriale ha mostrato un brusco ridimensionamento (-3,4%) su dicembre, confermando la tendenza al ribasso già evidenziata dalla fine dello scorso anno. Il confronto su base annua registra una contrazione del 2,2%. Nello stesso mese l'occupazione ha ribadito la tendenza alla stabilizzazione, consolidando i timori di un esaurimento della fase di recupero.

I segnali di un'evoluzione più contenuta della domanda e l'accelerazione dell'inflazione hanno determinato, a febbraio 2022, un ulteriore deterioramento del *sentiment* degli imprenditori del commercio al dettaglio (-1,6% su gennaio). È utile ricordare che i dati del mese non riflettono ancora i timori innescati dall'inizio della guerra in Ucraina.

La tendenza al rallentamento dell'economia, su cui ha pesato nel primo bimestre del 2022 l'andamento della pandemia e la decisa accelerazione dell'inflazione a cui si sono aggiunti nelle ultime settimane i primi effetti della guerra in Ucraina, si è confermata anche a marzo. Secondo le nostre stime, il PIL dovrebbe registrare nel

Tab. 1 - PIL mensile		
	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
II trimestre 2021	2,7	17,6
III trimestre 2021	2,5	3,9
IV trimestre 2021	0,6	6,2
I trimestre 2022	-2,4	3,3
Dicembre 2021	0,5	7,7
Gennaio 2022	-1,5	5,3
Febbraio	-1,7	3,3
Marzo	-1,7	1,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia.

mese in corso una riduzione dell'1,7% su febbraio. Nel confronto annuo la variazione si attesterebbe all'1,3%, in netto ridimensionamento rispetto alla fine del 2021 (tab. 1). Nella media del primo trimestre il PIL si dovrebbe essere ridotto del 2,4% in termini congiunturali, portando la crescita su base annua al 3,3%. Anche con il pieno ed ottimale sfruttamento delle risorse del PNRR difficilmente si raggiungerà, nella media del 2022, una crescita superiore al 3%.

## ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A febbraio 2022<sup>1</sup> l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) segnala un incremento, su base annua, del 5,1%, confermando la tendenza ad un recupero meno accentuato (tab. 2). Il confronto su base annua continua a risentire delle diverse condizioni in cui hanno operato le imprese nel 2021 e nel 2022. Situazione che ha portato ad una variazione del 27,7% della domanda relativa ai servizi. Per quanto riguarda i beni il confronto, con febbraio 2021, segnala un calo dello 0,8%.

In termini destagionalizzati, dopo il brusco ridimensionamento della domanda registrato a gennaio, anche a febbraio si rileva una contrazione, con un calo su base mensile dell'1,3%, tendenza che ha interessato sia i beni che i servizi.

Nel confronto con febbraio 2020 la domanda calcolata nella metrica dell'ICC risulta ancora inferiore del 10,2% (ultima colonna di tab. 2). Per i servizi il calo si attesta al 21,3%.

<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

In un contesto in cui quasi tutti i segmenti di consumo evidenziano una minore dinamicità, i recuperi più significativi, nel confronto con il 2021, si confermano per i servizi legati al turismo e alla fruizione del tempo libero. Per questi settori il deficit rispetto a febbraio 2020 si mantiene, comunque, ingente. Anche per l'abbigliamento e le calzature, nonostante il recupero degli ultimi mesi, i livelli di consumo rimangono distanti da quelli registrati nei primi mesi del 2020.

Decisamente critica si conferma la situazione nel settore dell'*automotive* con un calo, a febbraio 2022, della domanda di autovetture da parte delle famiglie del 25,9% rispetto allo stesso mese del 2021. Anche per quei comparti, quali elettrodomestici e tv e alimentare, che avevano retto meglio l'urto del calo della domanda nel 2020, i segnali di rallentamento della domanda si stanno facendo più evidenti.

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

	Var.% su base annua								Var.% su base biennale		
	2020		2021		2022				2021	2022	
	Anno	Anno	I trim	II trim	III trim	IV trim	Gen	Feb	Anno	Gen	Feb
SERVIZI	-31,1	13,0	-31,5	45,1	15,0	39,4	26,1	27,7	-22,1	-27,3	-21,3
BENI	-7,8	7,6	4,1	20,8	2,6	5,3	5,6	-0,8	-0,8	-4,3	-5,7
TOTALE	-14,9	9,0	-5,5	25,7	6,3	12,1	9,7	5,1	-7,2	-10,8	-10,2
<b>Beni e servizi ricreativi</b>	<b>-23,4</b>	<b>13,2</b>	<b>-6,1</b>	<b>36,2</b>	<b>10,0</b>	<b>17,0</b>	<b>16,4</b>	<b>6,7</b>	<b>-13,3</b>	<b>-11,2</b>	<b>-9,8</b>
- servizi ricreativi (*)	-77,2	32,9	-98,8	312,4	78,7	-	-	-	-69,8	-72,5	-60,1
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-14,9	15,1	2,3	39,4	4,2	18,9	21,3	3,5	-2,1	-8,4	-2,8
<b>Alberghi e pasti e consumazioni fuori casa</b>	<b>-40,1</b>	<b>20,1</b>	<b>-50,6</b>	<b>89,9</b>	<b>19,5</b>	<b>74,8</b>	<b>49,6</b>	<b>57,3</b>	<b>-28,1</b>	<b>-41,9</b>	<b>-31,7</b>
- alberghi	-50,3	33,0	-70,8	187,0	31,0	140,8	250,1	178,6	-33,9	-35,0	-35,0
- pubblici esercizi	-36,8	16,8	-47,2	77,8	14,6	67,1	34,1	46,3	-26,2	-43,1	-31,1
<b>Beni e servizi per la mobilità</b>	<b>-22,1</b>	<b>14,0</b>	<b>13,5</b>	<b>62,7</b>	<b>-2,9</b>	<b>1,5</b>	<b>2,2</b>	<b>-8,5</b>	<b>-11,2</b>	<b>-18,4</b>	<b>-15,1</b>
- automobili	-17,4	4,2	48,9	64,3	-28,4	-31,3	-20,7	-25,9	-13,9	-21,2	-17,3
- carburanti	-18,9	18,5	1,2	53,0	8,9	20,2	17,8	0,6	-3,9	-11,2	-9,6
- trasporti aerei	-61,4	53,4	-82,2	739,8	93,7	290,5	350,3	300,1	-40,8	-42,8	-49,9
<b>Beni e servizi per la comunicazione</b>	<b>4,3</b>	<b>3,3</b>	<b>6,2</b>	<b>5,0</b>	<b>0,4</b>	<b>2,3</b>	<b>6,7</b>	<b>1,4</b>	<b>7,7</b>	<b>7,4</b>	<b>3,1</b>
- servizi per le comunicazioni	-5,3	-1,2	-3,0	-0,1	-4,6	2,5	-0,2	-0,5	-6,5	-4,2	-3,6
<b>Beni e servizi per la cura della persona</b>	<b>-5,5</b>	<b>6,4</b>	<b>-1,8</b>	<b>15,8</b>	<b>4,4</b>	<b>8,5</b>	<b>21,4</b>	<b>3,6</b>	<b>0,6</b>	<b>9,8</b>	<b>-4,0</b>
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-3,9	6,1	-1,7	10,2	6,3	10,0	30,8	4,4	2,0	19,0	-1,1
<b>Abbigliamento e calzature</b>	<b>-23,0</b>	<b>15,6</b>	<b>-16,0</b>	<b>61,1</b>	<b>9,7</b>	<b>26,5</b>	<b>23,4</b>	<b>11,2</b>	<b>-10,9</b>	<b>-23,0</b>	<b>-9,6</b>
<b>Beni e servizi per la casa</b>	<b>-4,0</b>	<b>8,1</b>	<b>7,1</b>	<b>15,2</b>	<b>4,3</b>	<b>6,8</b>	<b>3,4</b>	<b>1,5</b>	<b>3,8</b>	<b>2,9</b>	<b>1,5</b>
- energia elettrica	-2,0	1,6	-1,7	1,2	3,1	3,7	1,5	2,6	-0,5	0,3	-0,7
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-12,6	18,2	8,8	63,9	-0,5	16,0	7,3	3,4	3,3	-7,7	1,5
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-6,0	19,4	26,8	22,9	23,7	10,0	6,4	3,3	12,3	26,1	14,9
<b>Alimentari, bevande e tabacchi</b>	<b>1,9</b>	<b>0,8</b>	<b>0,4</b>	<b>1,2</b>	<b>1,7</b>	<b>0,0</b>	<b>-1,1</b>	<b>-1,0</b>	<b>2,7</b>	<b>1,8</b>	<b>-6,0</b>
- alimentari e bevande	2,2	0,9	0,4	1,4	2,0	0,0	-1,2	-0,8	3,1	2,1	-6,5
- tabacchi	-0,4	0,0	0,2	-0,4	0,2	0,2	-0,4	-2,0	-0,3	-0,3	-1,9

(\*) I valori omessi nella tabella presentano variazioni % superiori al 10.000%.  
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 marzo 2022 una variazione dello 0,6% in termini congiunturali e del 6,1% su base annua. Il persistere di forti tensioni sui mercati delle materie

prime (energetiche e non) continua a spingere al rialzo la dinamica dei prezzi, tendenza che, pure in ipotesi di distensione inflazionistica e geopolitica, permarrrebbe almeno fino ai mesi estivi.

**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					
Apr '21	0,4	0,7	1,1	-0,3	2,3
Mag	0,0	0,3	0,4	0,2	-0,5
Giu	0,1	-0,4	0,0	0,8	0,6
Lug	0,5	-0,6	2,4	1,4	0,7
Ago	0,4	0,4	0,7	1,6	0,6
Set	-0,2	0,1	0,1	-1,4	0,2
Ott	0,7	0,3	4,4	0,9	-0,5
Nov	0,6	0,8	2,7	1,2	-1,0
Dic	0,4	0,7	0,3	0,7	0,3
Gen.'22	1,6	1,4	9,0	-0,4	1,5
Feb (*)	0,9 (0,8)	1,0 (0,5)	3,7 (4,0)	2,0 (1,2)	-0,2 (0,4)
Mar (**)	0,6	0,8	0,4	2,5	0,1
VARIAZIONI CONGIUNTURALI					
Apr '21	1,1	-0,5	5,0	2,9	0,8
Mag	1,3	-0,7	5,9	4,8	0,1
Giu	1,3	-0,6	5,9	4,5	1,5
Lug	1,9	0,1	9,1	5,2	2,1
Ago	2,0	0,8	9,6	5,3	2,3
Set	2,5	1,1	9,8	7,0	2,7
Ott	3,0	1,1	11,4	8,7	2,5
Nov	3,7	1,5	14,1	10,5	2,7
Dic	3,9	2,9	14,4	9,6	3,5
Gen.'22	4,8	3,6	22,7	7,8	4,3
Feb (*)	5,7 (5,6)	4,8 (4,5)	27,4 (27,7)	9,0 (8,1)	4,0 (4,4)
Mar (**)	6,1	5,7	27,7	9,5	4,1

(\*) Il dato ISTAT di febbraio è definitivo. (\*\*) Previsioni.

Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Pdf by:  
<https://www.pro-memoria.info>

<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 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 stagionalizzate con la procedura TRAMO-SEATS.

Pdf by:  
<https://www.pro-memoria.info>

## 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

*FONTE: 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](#)).