

# Turismo, trasporti, abbigliamento e tempo libero i settori più colpiti



Riduzione complessiva dell'ICC dell'1,1% congiunturale a febbraio, pari a una riduzione dell'1,7% rispetto allo stesso mese del 2019, e calo del PIL mensile di **mezzo punto percentuale in termini tendenziali a febbraio**. Considerando la previsione per il mese di marzo che indica una riduzione tendenziale pari a 2,4 punti percentuali, il primo trimestre subirebbe una riduzione di PIL rispetto allo stesso periodo del 2019 pari a un punto percentuale.

Immaginando un approfondimento della crisi nei mesi di marzo e aprile, un alleggerimento delle condizioni restrittive sulla produzione e sulle attività commerciali nonché sulla mobilità di merci e persone già nel mese di maggio e una normalizzazione all'inizio di giugno, nell'anno 2020 si rischia una perdita dei consumi complessivi delle famiglie pari ad oltre 18 miliardi di euro (quasi il -2,6%), con un **PIL a -1,0%** rispetto al 2019. Queste valutazioni considerano solo in parte gli effetti favorevoli dei provvedimenti in discussione in queste ore.

**La maggior parte delle perdite colpirebbe la filiera del turismo in senso lato (oltre 13 mld di euro), con uno spostamento di parte dei consumi fuori casa verso l'alimentazione domestica** e con gravi difficoltà per trasporti (-6 mld) – compresi gli acquisti di autoveicoli – e vestiario

e calzature (-3,4 mld), settore che soffrirebbe della riduzione del reddito disponibile reale (Tab. 1).

### **Tab. 1 – Stime annuali per i principali settori di consumo per l'intero 2020**

#### **PIL MENSILE**

Il quadro congiunturale, che riflette solo in minima parte gli effetti della crisi innescata dal Covid-19, presenta andamenti diversi dei principali indicatori. A gennaio la produzione industriale ha evidenziato una ripresa, con una crescita del 3,7% congiunturale, al netto dei fattori stagionali, e una flessione dello 0,4% su base annua. L'occupazione registra andamenti congiunturali e tendenziali opposti, mostrando nello stesso mese una contrazione dello 0,2% su dicembre ed una debole crescita (0,3%) nel confronto annuo.

La fiducia dei consumatori è risultata, nel mese di febbraio, in calo mentre è in aumento quella delle imprese. La contrazione per il sentiment delle famiglie è stata dello 0,4% congiunturale, mentre per le imprese si è registrato un aumento dello 0,6%. Su base annua il tendenziale del clima delle imprese ha registrato un aumento del 1,8% mentre per le famiglie c'è stato un calo dello 0,9%.

#### **Tab 2 PIL mensile**

Variazioni Congiunturali    Variazioni Tendenziali

II trimestre 2019    0,1    0,4

III trimestre 2019    0,1    0,5

IV trimestre 2019    -0,3    0,1

I trimestre 2020    -0,8    -1,0

Dic. '19    -0,3    -0,2

Gen '20    0,3    0,1

Feb    -0,4    -0,5

Mar    -1,9    -2,4

**Fonte: Ufficio Studi Confcommercio**

Considerando il deciso peggioramento registrato a marzo si

stima per il mese in corso una flessione congiunturale del Pil, al netto dei fattori stagionali, dell'1,9% dato che porterebbe ad una decrescita del 2,4% rispetto allo stesso mese del 2019 (tab. 1). Nel complesso del primo trimestre il Pil è stimato ridursi dello 0,8% rispetto all'ultimo quarto e dell'1,0% nel confronto annuo (tab. 2).

### **ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)**

A febbraio 2020 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) ha evidenziato, al netto dei fattori stagionali, un deterioramento della domanda delle famiglie, con un calo dell'1,1% su base congiunturale e una flessione dell'1,7% su base annua. Il dato incorpora una parte degli effetti sui consumi delle famiglie derivanti dalla crisi sanitaria, in considerazione dell'emergere dei primi focolai nel nostro Paese nell'ultima settimana del mese. In termini di media mobile a tre mesi si rafforza la tendenza al ridimensionamento avviatasi nella parte finale del 2019 (fig. 2).

Fonte: Ufficio Studi Confcommercio

### **LE DINAMICHE CONGIUNTURALI**

La diminuzione dell'1,1% registrata in termini congiunturali dall'ICC nel mese di febbraio è sintesi di un deciso ridimensionamento della domanda relativa ai servizi (-3,0%) e di una flessione dello 0,3% per quella per i beni.

Il dato dell'ultimo mese, pur espressione di una diffusa tendenza al peggioramento, evidenzia situazioni articolate per i diversi segmenti di consumo. Solo per i beni ed i servizi per la cura della persona si rileva un andamento debolmente positivo (+0,4%). Risulta stabile la domanda per l'abbigliamento e le calzature. Per tutte le altre funzioni si rileva una riduzione che ha assunto toni particolarmente ampi per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (-4,7%). Per molte voci di consumo legate ai servizi per il tempo libero la mobilità, incluse in altri aggregati, si rilevano diminuzioni di entità più o meno analoga.

Tab. 3 – ICC IN QUANTITA' – VARIAZIONI CONGIUNTURALI (dati

destagionalizzati)

2019 2020

MAR APR MAG GIU LUG AGO SET OTT NOV DIC GEN FEB

SERVIZI 0,0 -0,1 -0,9 1,0 -0,3 -0,2 0,7 0,6 0,2 -0,4 -0,5 -3,0

BENI -0,8 0,3 -1,1 1,9 -0,3 -0,1 -0,1 0,0 -0,8 0,2 -0,1 -0,3

di cui alimentari e bevande -0,4 1,9 -1,5 1,4 -0,4 -0,6 0,4  
0,1 -0,2 0,0 0,3 -0,2

TOTALE -0,6 0,2 -1,0 1,6 -0,3 -0,1 0,2 0,2 -0,5 0,0 -0,2 -1,1

Beni e servizi ricreativi -0,1 0,5 -0,7 0,6 0,0 0,1 -0,5 0,0  
-0,3 0,1 0,0 -0,2

Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa 0,0 -0,3 -1,2 1,3  
-0,6 -0,4 1,4 0,9 0,4 -0,8 -1,0 -4,7

Beni e servizi per la mobilità -2,3 -1,3 -2,7 4,0 -0,9 0,8  
-0,6 -0,3 -2,8 0,9 -1,4 -0,6

Beni e servizi per le comunicazioni -0,5 1,1 0,4 1,8 0,3 -0,6  
0,4 0,6 -0,2 0,9 0,2 -1,3

Beni e servizi per la cura della persona 0,0 0,1 -0,2 0,2 -0,1  
0,0 0,1 -0,1 -0,1 0,1 0,1 0,4

Abbigliamento e calzature -0,4 -0,6 -0,5 1,6 0,2 -0,3 0,4 -0,3  
-0,2 0,5 -0,1 0,0

Beni e servizi per la casa -0,3 0,1 -0,2 1,4 -0,1 -0,2 -0,2  
-0,1 -0,2 -0,1 0,2 -0,4

Alimentari, bevande e tabacchi -0,6 1,5 -1,4 1,4 -0,4 -0,4 0,1  
0,4 -0,3 -0,1 0,3 -0,3

Fonte: Ufficio Studi Confcommercio

## LE DINAMICHE TENDENZIALI

A febbraio 2020 l'ICC ha mostrato, nel confronto annuo, una diminuzione dell'1,7%, amplificando in modo significativo la tendenza al rallentamento già evidenziata nell'ultimo quarto del 2019. Il dato dell'ultimo mese è sintesi di un calo del 2,8% della domanda per i servizi e di una riduzione dell'1,2% per i beni. Nel confronto con lo stesso mese del 2019 si confermano andamenti articolati delle diverse macro-funzioni di spesa derivanti anche dall'eredità dei mesi precedenti.

*Il segmento più vivace si mantiene quello relativo alla spesa*

*effettuata dalle famiglie per i beni e i servizi per le comunicazioni (+2,9%). Al di là della crisi che interessa da qualche mese i consumi di beni e servizi per la mobilità (-7,1% su base annua), legata alla minore domanda di auto da parte dei privati, anche nel confronto tendenziale le voci che evidenziano un peggioramento deciso, seppur mitigato in parte dalla destagionalizzazione, sono quelle relative alla fruizione del tempo libero.*

In particolare le spese per gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa che avevano rappresentato uno dei pochi spunti di vivacità del 2019 hanno segnalato nel confronto annuo una riduzione del 5,0%. Anche in questo caso flessioni di analoga entità si rilevano per le altre voci quali i servizi ricreativi ed i trasporti aerei inclusi in altri aggregati.

Tab. 4 – ICC IN QUANTITA' – VARIAZIONI TENDENZIALI (dati destagionalizzati)

2018 2019 2020

Anno Anno I Sem III trim IV trim Dic Gen Feb

SERVIZI 0,0 1,0 0,6 1,3 1,5 1,1 0,8 -2,8

BENI 0,0 0,6 0,8 1,0 -0,3 -0,5 -0,8 -1,2

TOTALE 0,0 0,7 0,7 1,1 0,3 0,0 -0,3 -1,7

Beni e servizi ricreativi -0,6 -0,1 -0,2 0,3 -0,2 -0,1 -0,1 -0,3

Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa 1,5 1,0 0,5 1,3 1,8 1,2 0,5 -5,0

Beni e servizi per la mobilità -0,3 -0,2 1,1 0,6 -3,4 -4,9 -5,1 -7,1

Beni e servizi per le comunicazioni 1,1 6,9 6,9 8,1 6,0 6,6 6,2 2,9

Beni e servizi per la cura della persona 0,0 0,0 0,3 -0,2 -0,3 -0,3 0,1 0,4

Abbigliamento e calzature -1,6 1,0 0,4 2,0 1,2 1,7 1,1 0,5

Beni e servizi per la casa 0,8 1,1 1,2 1,3 0,6 0,5 0,2 -0,1

Alimentari, bevande e tabacchi -0,8 0,0 -0,1 0,1 0,0 0,0 -0,5  
0,1

Fonte: Ufficio Studi Confcommercio

## 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, per il mese di marzo 2020 si stima una riduzione dello 0,1% in termini congiunturali. Nel confronto con lo stesso mese del 2019, i prezzi risulterebbero invariati.

### Tab. 5 – STIMA DELLA VARIAZIONE DEI PREZZI AL CONSUMO

di cui

INDICE GENERALE Prodotti alimentari e bevande analcoliche  
Abitazione, acqua, elettricità e combustibili Trasporti  
Servizi ricettivi e di ristorazione

#### VARIAZIONI CONGIUNTURALI

Apr.'19 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 -0,1 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. (\*) 0,0 (-0,1) 0,5 (0,1) -0,1 (0,0) -0,9 (-0,3) 0,1  
(-0,6)

Mar. (\*\*) -0,1 0,4 0,0 -0,6 -0,5

#### VARIAZIONI TENDENZIALI

Apr.'19 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 0,2 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. (\*) 0,4 (0,4) 0,7 (0,6) -2,8 (-2,7) 1,6 (2,2) 1,4 (0,5)  
Mar. (\*\*) 0,0 1,7 -2,8 -0,3 0,3

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

(\*\*) Previsioni.

Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio

## **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).