



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Natale 2023 senza pessimismo (ma con incertezza)

MARIANO BELLA
DIRETTORE UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

Roma, 6 dicembre 2023

L'Italia arriva all'attuale rallentamento in ottima salute

fatto 100 il PIL reale pro capite del 1995, nel 2019 l'indice valeva in Germania 136,9, in Francia 130,5, in Italia 109,7

fatto 100 il PIL reale aggregato nel IV trim. 2019, nel III trimestre 2023 l'indice vale in Germania 100,3, in Francia 101,7, in Italia 103,3 (**quindi anche nel 2024 staremo sopra**)

tutti hanno ben cooperato per l'uscita dalla pandemia e nell'affrontare la crisi energetica: Europa, Governo e istituzioni, cittadini, lavoratori e imprese

La teoria del rimbalzo è sbagliata

business cycle dating OCSE e PIL mensile USC

mag. 2008-apr. 2011:
36 mesi, -3,7%

set. 2011-giu. 2019:
93 mesi, +1,2%

lug. 2019-ago. 2022:
37 mesi, +2,7%

di solito, in Italia, dopo la caduta si striscia; questa volta ci siamo risollepati; volendo, potremmo esserne moderatamente orgogliosi...

Inflazione: prospettive in assenza di shock

3

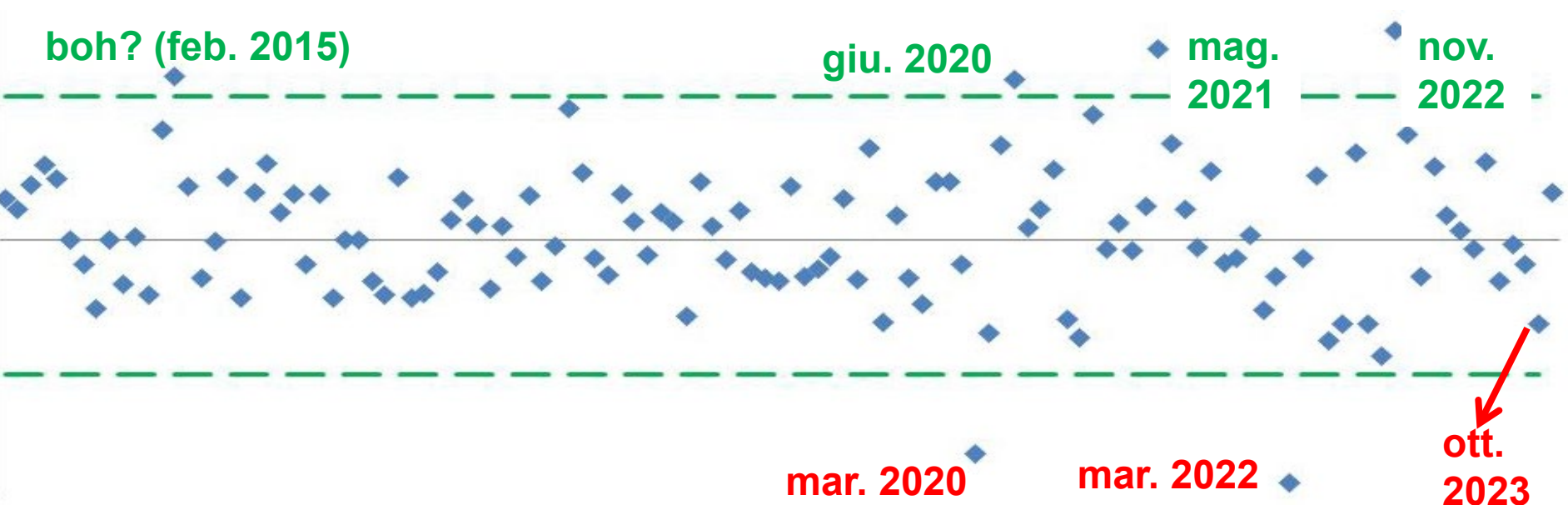
	NIC ITALIA		IPCA ITALIA		IPCA ITA core		IPCA UEM		IPCA UEM core	
var. %	cong.	tend.	cong.	tend.	cong.	tend.	cong.	tend.	cong.	tend.
gen. 23	0,1	10,0	-1,5	10,7	-1,3	6,6	-0,2	8,6	-0,4	7,1
set.	0,2	5,3	1,7	5,6	1,8	4,9	0,3	4,3	0,2	5,5
ott.	-0,2	1,7	0,1	1,8	0,1	4,4	0,1	2,9	0,2	5,0
nov.	-0,4	0,8	-0,4	0,7	-0,2	3,9	-0,5	2,4	-0,4	4,2
gen. 24	0,1	0,7	-1,6	0,6	-2,0	2,5	-0,9	2,4	-1,2	3,0
apr.	0,2	1,2	0,6	1,3	0,8	1,8	0,4	1,7	0,4	1,8
dic.	0,2	1,3	0,2	1,4	0,2	1,3	0,3	1,4	0,4	1,3
2022		8,1		8,7		4,0		8,4		4,8
2023		5,7		5,9		5,6		5,4		6,2
2024		1,1		1,1		1,6		1,5		1,6

assenza di shock vuole dire «media della variazione congiunturale del mese osservata nei 16 anni dal 2005 al 2020» (non è una previsione); ad aprile 2024 normalizzazione generalizzata: per questo **la BCE, che **vede tutta la tabella**, non ha aumentato i tassi-**

Shock esogeni e fiducia delle famiglie

la relazione presa sul serio

media +/- 2 st.dev. delle var. % congiunturali del clima di fiducia delle famiglie (gen. 2014-ott.2023)



nessun effetto immediato e diretto: Kuwait ago 90, Iraq Desert Storm gen. 91, Bosnia ago. 95, Kosovo mar. 99, 11 set. 2001, Afghanistan ott. 01, Iraq mar. 03, Libia ott. 11

e forse da qui si capisce che vuol dire «incertezza maggiore rispetto a una situazione normale»

Nel frattempo la congiuntura peggiora (ma l'occupazione cresce!!)

2023 -var. % cong.	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov
fiducia imprese	1,0	-0,1	0,8	0,3	-1,5	-0,5	0,7	-1,9	-1,7	-1,0	-0,5
prod. industriale	-0,7	-0,1	-0,6	-2,0	1,7	0,5	-0,9	0,3	0,0		
occupazione	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,4	-0,4	0,4	0,3	0,1	
fiducia famiglie	-1,6	3,1	1,1	0,4	-0,4	3,3	-1,7	-0,2	-1,0	-3,6	2,0
vendite dettaglio	1,1	-1,0	-0,5	-0,3	0,1	-0,6	-0,3	-0,6	-0,6		
PIL mensile USC	0,3	0,0	0,0	-0,4	0,0	0,0	-0,3	0,4	0,1	0,0	0,0

... rallentamento... Ma: (1) ago-set bimestre migliore di tutti i tempi per presenze turistiche in Italia, (2) la produzione industriale ha smesso di scendere, (3) l'occupazione tiene (è ai massimi storici), (4) black week OK

Black Friday e consumi di dicembre

Black Friday-Cyber Monday (Black Week)

Italia, miliardi di euro correnti					var. % 2023 su 2022
	2018	2021	2022	2023	
on line		1,80	2,20	2,41	9,5
negozio fisico		1,68	1,83	1,90	3,8
totale	1,00	3,48	4,03	4,31	6,9

premiato il canale on line, sfida difficile per i negozi fisici, ma da raccogliere perché non c'è alternativa (negli USA il quarto giovedì di novembre è il Thanksgiving Day, festa nazionale, e non si lavora nemmeno il venerdì: quindi il rito dello shopping è soprattutto fisico)

* sulla base delle ricerche di mercato più autorevoli (non solo quella di Confcommercio), consideriamo coinvolto il 40% dei 48 milioni di italiani adulti: pertanto 19,2 milioni di italiani hanno (avrebbero) acquistato spendendo a testa tra 220 e 230 euro

* la metà dei suddetti acquisti sarebbero anticipazioni di spese natalizie (soprattutto regali in senso proprio)

* nonostante l'effetto «sostituzione» una buona *black week* è di ottimo auspicio per i consumi complessivi di dicembre (cfr. crescita della fiducia delle famiglie a novembre del 2% rispetto a ottobre)

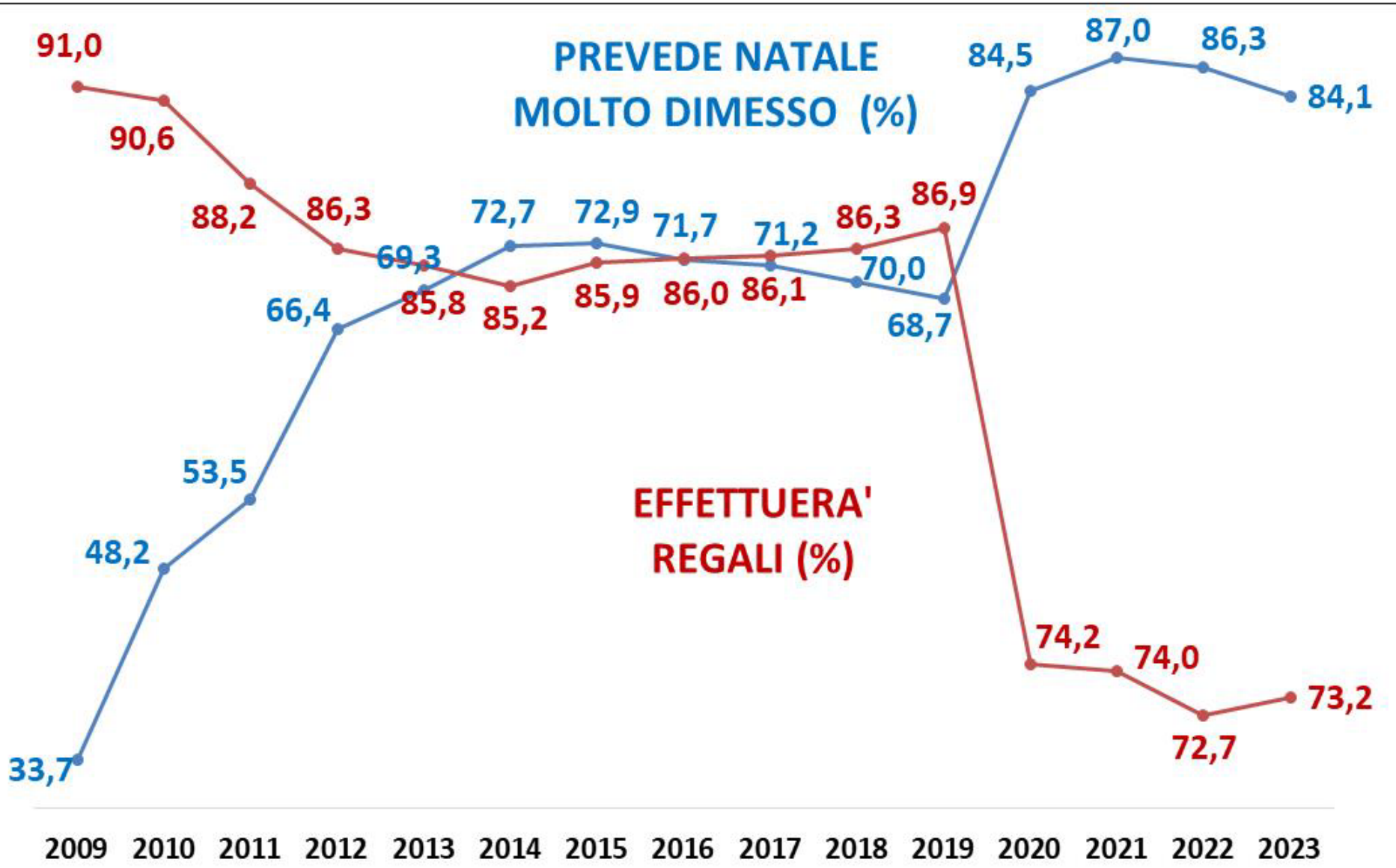
Il conto delle tredicesime e congetture sulla spesa di dicembre

miliardi di euro correnti	2008	2019	2022	2023
13ma netta dipendenti e pensionati	36,7	43,4	47,4	50,1
ICI/IMU/Tasi+tasse auto+canone Rai+eccesso costi energia (nel 2022)	6,7	7,3	13,7	7,9
13ma disponibile per consumi compresi gli indipendenti (netto risparmio)	31,8	38,6	34,9	43,6
consumi medi da 13ma per famiglia a prezzi costanti (euro del 2023)	1.850	1.936	1.598	1.882

cresce il volume delle 13esime per aumento occupati (+439mila sul 2022 e +420mila sul 2019 nei primi 10 mesi), nuovi pensionati entrano con migliori storie contributive, taglio cuneo rispetto al passato (3 miliardi di euro correnti almeno), fine (provvisoria) dell'inflazione, fine dell'effetto maggiori oneri in bolletta (occhio: se diciamo che paghiamo certe cose con le 13esime allora ci rimane libero lo stipendio!!)

ci aspettiamo un buon mese di dicembre per gli acquisti e i consumi delle famiglie (la spesa totale dei primi 9 mesi è superiore dello 0,6% rispetto al 2019) ... sarebbe di ottimo auspicio per un complicato 2024

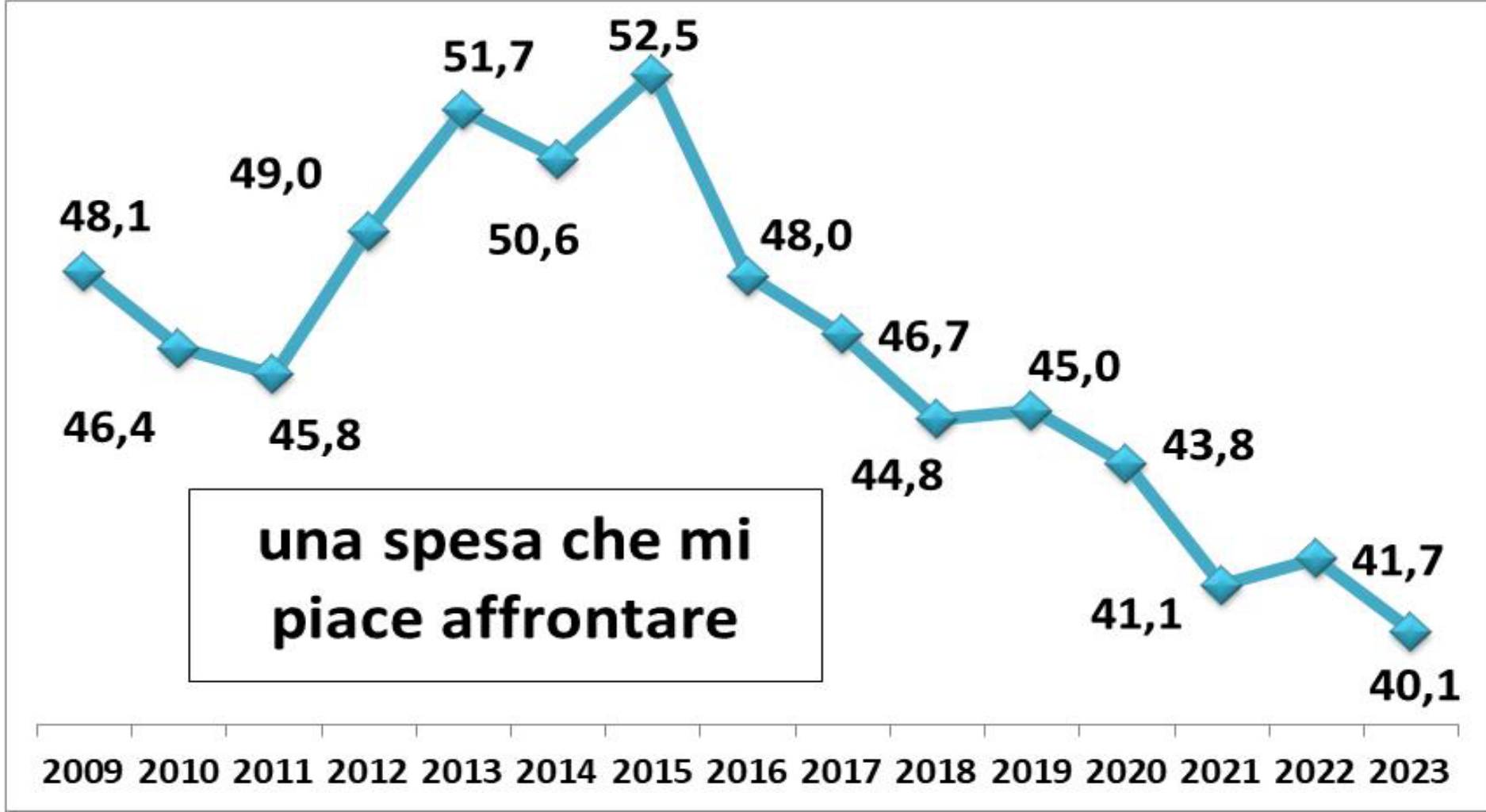
Sentiment specifico sul Natale



campione: 1.440 casi (>18 anni), rilevazione 6-15 novembre 2023

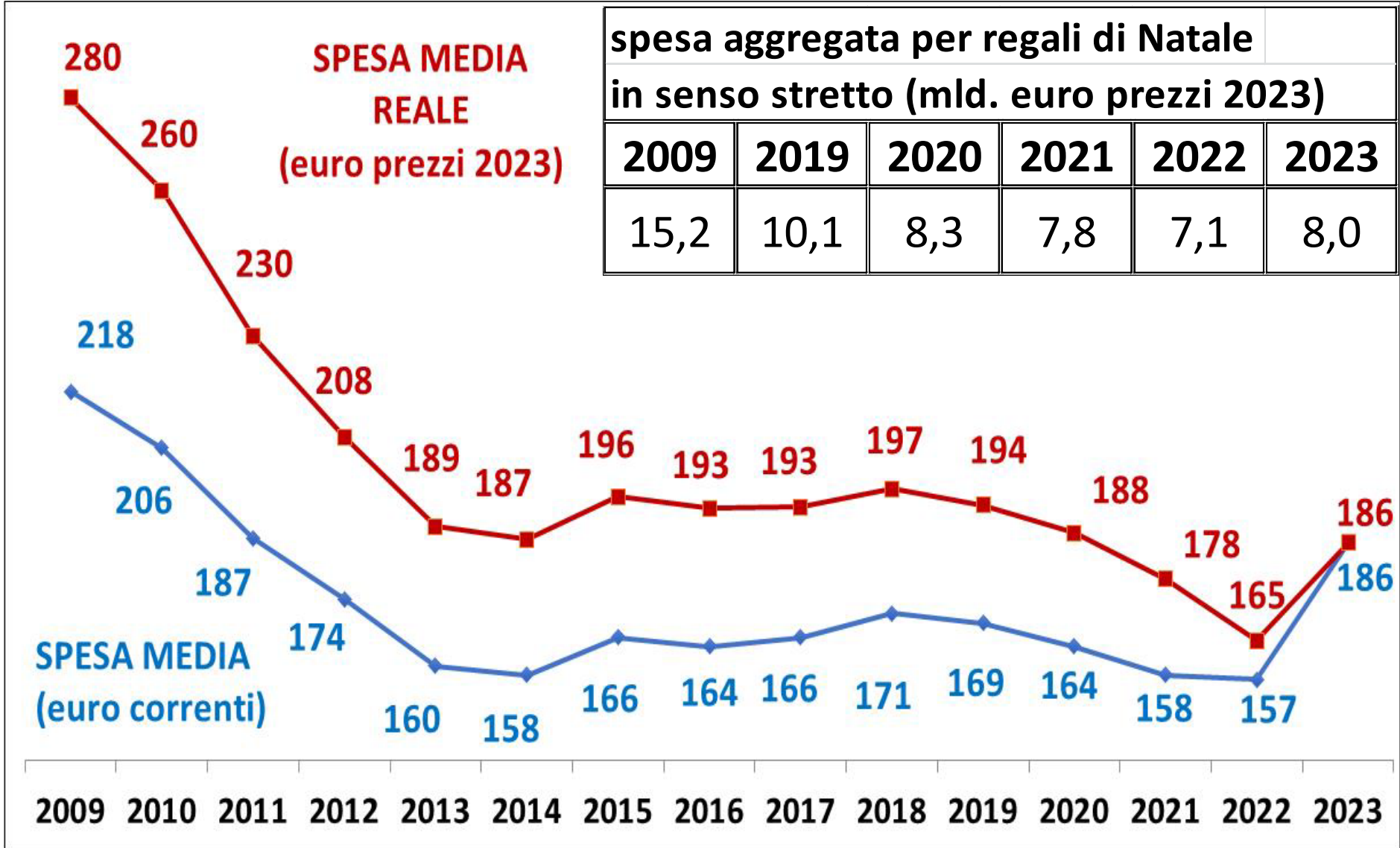
Propensione a fare i regali a Natale

come considera gli acquisti per i regali di Natale... (%)



campione: 1.057 casi (solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale 2023)

Spesa media pro capite per i regali di Natale



campione: 1.057 casi; (solo coloro che faranno acquisti per i regali di Natale: 43 milioni di residenti)

PIL 2024: noi e il governo

PIL - var. %		Ufficio Studi Confcommercio		Nadef novembre scenario programmatico (nostra ipotesi profilo trimestrale)	
		cong.	tend.	cong.	tend.
2023	I trim	0,6	2,1	0,6	2,1
	II trim	-0,4	0,3	-0,4	0,3
	III trim	0,1	0,1	0,1	0,1
	IV trim	0,2	0,5	0,4↓	0,7
2024	I trim	0,3	0,2	0,3	0,4
	II trim	0,3	0,9	0,4	1,2
	III trim	0,3	1,1	0,5	1,6
	IV trim	0,4	1,3	0,5	1,7
2023	Anno	0,8		0,8	
2024	Anno	0,9↓		1,2↓↓	

non sono differenze di dettaglio: se l'analisi congiunturale è presa sul serio un decimo di punto trim. su trim. rileva; le nuove previsioni di alcuni importanti istituti oggi si collocano attorno al mezzo punto per la var. % del PIL del prossimo anno (ma, secondo me, sono valutazioni troppo pessimistiche)

chart 1: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio (USC) su dati EUROSTAT.

chart 2: elaborazioni USC su dati OCSE e USC.

chart 3: elaborazioni USC su dati ISTAT e EUROSTAT.

chart 4: elaborazioni USC su dati ISTAT.

chart 5: elaborazioni USC su dati OCSE, USC e S&P Global.

chart 6: elaborazioni e stime USC su dati Politecnico di Milano-Osservatori.Net e indagini Format Research per Confcommercio, vari anni.

chart 7: elaborazioni e stime USC su dati ISTAT e INPS; per i dettagli tecnici si vedano le precedenti edizioni della ricerca su www.confcommercio.it (sezione pubblica Ufficio Studi).

chart 8-9-10: elaborazioni USC su dati Istat e indagini Format Research-Confcommercio, vari anni.

chart 11: elaborazioni, stime e previsioni USC su dati ISTAT e NADEF 2023.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Natale 2023 senza pessimismo (ma con incertezza)

MARIANO BELLA
DIRETTORE UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

Roma, 6 dicembre 2023