CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

2

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 3 (20 marzo 2025)

L'inizio del 2025 replica le caratteristiche di disfunzionamento dell'economia italiana. Restano robusti i presupposti per una crescita dei consumi, grazie all'occupazione elevata, ai redditi reali crescenti e all'inflazione sotto controllo, sebbene in episodica crescita a febbraio, mentre non si assiste a un coerente sviluppo della spesa delle famiglie. È vero che da novembre scorso il tendenziale dei consumi, misurato nella metrica dell'ICC, è positivo e si conferma con un +0,3% a gennaio rispetto a gennaio 2024, ma l'evoluzione è stentata e permane al di sotto del suo potenziale. Anche in considerazione del nebuloso scenario internazionale, che certo non sostiene la propensione agli investimenti da parte delle aziende, un nuovo orientamento verso l'espansione della domanda interna sarebbe auspicabile.

Una spiegazione del freno alla spesa deriverebbe dall'effetto «percezione» che i consumatori avrebbero dell'effettiva dinamica dei propri redditi, come indicato in un riquadro dell'ultimo Bollettino economico della BCE (1/2025). È presumibile che le scorie psicologiche accumulate durante la recente fiammata inflazionistica, rendono le famiglie particolarmente caute nel valutare le proprie possibilità di spesa. Questa stessa interpretazione indica che con il passare del tempo e in assenza di ulteriori shock avversi, si dovrebbe ripristinare il corretto funzionamento della catena che lega maggiori redditi a maggiori consumi. Che è alla base del nostro moderato ottimismo sulle prospettive dell'economia italiana nel 2025.

Allo stesso tempo è doveroso considerare la dimensione aritmetica di tale favorevole postura. Appare comunque difficile, infatti, riconquistare il terreno perso in termini di prodotto lordo. Il trascinamento nullo ereditato dal 2024 non sarebbe migliorato nel primo bimestre dell'anno. Il PIL secondo le nostre stime sarebbe rimasto fermo a gennaio e cresciuto dello 0,2% congiunturale a febbraio, comportando la necessità di un'accelerazione nel secondo quarto a +0,5% e una prosecuzione vivace nel secondo semestre solo per raggiungere una variazione del PIL a +0,7%. I numeri di quest'accelerazione sarebbero, tuttavia, fuori linea rispetto alle variazioni trimestrali registrate nell'ultimo biennio. L'auspicata crescita del 2025 va tutta costruita da zero.

Se le spinte, come detto, devono provenire dai consumi, lo schema «più servizi meno beni» non sembra ancora generare un impulso sufficiente a sostenere l'attività produttiva nel complesso. Anche a gennaio, dai ricreativi a quelli turistici, dai viaggi alle comunicazioni, il mondo dei servizi appare tonico, al contrario di quello dei manufatti, dai durevoli per la casa alle automobili.

La stessa informazione si ricava da altri insiemi di dati. Alle perduranti fragilità della produzione industriale, si oppone il nuovo record delle presenze turistiche nel 2024, quasi a 460 milioni di notti, tendenza che dovrebbe rafforzarsi, almeno moderatamente, nell'anno in corso.

Si vive nell'ambito di equilibri incerti, caratterizzati da un ritorno agli «zero virgola» tanto dei consumi quanto del PIL. Nel frattempo, a febbraio l'inflazione dovrebbe avere raggiunto il 2%, per l'operare congiunto di incrementi sui costi

dell'energia, di modificazione alle accise sui tabacchi, di qualche aggiustamento sugli alimentari. Pure non destando eccessive preoccupazioni e, comunque all'interno dei target istituzionali, queste oscillazioni sui prezzi al consumo sono in grado di rallentare il ritorno dei consumi a migliori dinamiche in linea con le favorevoli determinanti di fondo.

Tab. 1 – PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
I trimestre '24	0,4	0,3
II trimestre	0,2	0,7
III trimestre	0,0	0,5
IV trimestre	0,0	0,5
Ott. '24	0,1	0,7
Nov.	-0,1	0,6
Dic.	-0,2	0,3
Gen. '25	0,0	-0,1
Feb.	0,2	-0,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A gennaio 2025 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)[1] ha mostrato una variazione dello 0,3% rispetto allo stesso mese del 2024. La stima è sintesi di una lieve diminuzione della spesa per i beni (-0,1%) e di una crescita dell'1,4% per i servizi (tab. 2).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Nel mese di gennaio 2025 le dinamiche delle diverse funzioni di consumo che compongono l'ICC sono molto articolate, pur in un contesto di generalizzato deterioramento della domanda di beni a cui ha corrisposto un diffuso miglioramento per i diversi aggregati che includono i servizi. Tra le diverse funzioni di spesa le dinamiche più positive, nel confronto annuo, si rilevano per i beni e servizi per la comunicazione (+2,8%). Si conferma in positivo anche la domanda per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,9%), consolidando un trend che, sulla spinta di un deciso miglioramento della componente estera, prosegue da quasi quattro anni. A gennaio, apprezzabili segnali di recupero hanno interessato anche gli alimentari, le bevande e i tabacchi (+1,3%), dato che attenua solo in parte le difficoltà di questo segmento. In moderata crescita si confermano i beni e i servizi per la cura della persona (+0,4%). Segnali di un modesto recupero hanno interessato anche la domanda per l'abbigliamento e le calzature (+0,4%) a indicare una stagione dei saldi meno negativa, ma decisamente insufficiente a mitigare le difficoltà di un settore che vede da tempo una progressiva riduzione dei volumi acquistati dalle famiglie. Tra le macro funzioni di consumo si rilevano in negativo i consumi relativi ai beni ed i servizi per la mobilità (-2,0%), ai beni complementari alla ricreazione e ai beni e servizi per la casa (-0,3%). I dati complessivi sottendono, in molti casi, andamenti articolati delle diverse funzioni di spesa incluse negli aggregati.

A livello di singole voci di consumo permane la tendenza al miglioramento della domanda per i trasporti aerei (+11,2%), per i servizi ricreativi (8,7%) e per i consumi

1 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.

di energia elettrica (+0,8%). Rimane difficile, anche a gennaio, la situazione dell'*automotive* che segna, su base annua, un calo del 3,8% della domanda di auto nuove da parte delle persone fisiche e dei mobili e articoli d'arredamento (-1,9%). Segnali di deterioramento si rilevano anche per gli elettrodomestici (-1,7%) e per i carburanti (-1,0%).

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

	Var. % su base annua						Var. % su 2019	
	2023	2024				2025	2023	2024
	Anno	Anno	I Sem	II sem	Dic	Gen	Anno	Anno
SERVIZI	**4,2**	**1,2**	**1,9**	**0,7**	**1,5**	**1,4**	**-0,6**	**0,6**
BENI	**-0,8**	**0,5**	**0,1**	**0,9**	**1,1**	**-0,1**	**-1,1**	**-0,6**
TOTALE	**0,8**	**0,7**	**0,6**	**0,8**	**1,2**	**0,3**	**-0,9**	**-0,2**
Beni e servizi ricreativi	**-1,6**	**-1,5**	**-1,6**	**-1,3**	**-1,0**	**-1,1**	**-2,5**	**-3,9**
- servizi ricreativi	24,7	-3,0	-1,7	-4,1	7,4	8,7	1,9	-1,1
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-1,0	-0,7	-2,2	0,4	1,1	1,0	-0,5	-1,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	**6,7**	**1,2**	**2,1**	**0,5**	**1,7**	**1,9**	**-0,8**	**0,4**
- alberghi	10,3	0,8	0,4	1,1	3,7	3,7	-1,4	-0,6
- pubblici esercizi	5,6	1,3	2,6	0,3	1,4	1,4	-0,6	0,7
Beni e servizi per la mobilità (*)	**9,7**	**2,8**	**4,4**	**1,2**	**2,8**	**-2,0**	**-2,6**	**0,1**
- automobili	23,4	3,7	7,9	-0,9	-0,2	-3,8	-4,8	-1,3
- carburanti	1,7	1,6	1,5	1,7	1,7	-1,0	3,9	5,6
- trasporti aerei	1,7	11,0	12,0	10,2	9,2	11,2	-46,2	-40,3
Beni e servizi per la comunicazione	**-1,1**	**6,8**	**5,9**	**7,5**	**10,8**	**2,8**	**9,9**	**17,3**
- servizi per le comunicazioni	3,6	0,8	2,9	-1,1	-0,5	-0,8	-6,2	-5,4
Beni e servizi per la cura della persona	**-0,8**	**1,0**	**0,3**	**1,6**	**0,1**	**0,4**	**5,0**	**6,0**
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-2,2	-0,1	-0,6	0,5	-2,7	-0,7	6,1	6,0
Abbigliamento e calzature	**-2,5**	**-1,0**	**-1,3**	**-0,7**	**-1,4**	**0,4**	**-8,2**	**-9,1**
Beni e servizi per la casa	**-1,5**	**0,3**	**-0,9**	**1,4**	**2,0**	**-0,3**	**2,3**	**2,7**
- energia elettrica	-2,1	2,2	1,7	2,6	2,8	0,8	-3,2	-1,1
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-3,3	-2,3	-3,8	-1,1	-2,0	-1,9	-1,2	-3,5
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-3,0	6,6	3,4	9,1	10,7	-1,7	7,3	14,4
Alimentari, bevande e tabacchi	**-2,8**	**-0,7**	**-1,3**	**-0,1**	**-1,2**	**1,3**	**-3,1**	**-3,8**
- alimentari e bevande	-3,6	-0,8	-1,4	-0,2	-1,3	1,5	-4,4	-5,2
- tabacchi	2,5	-0,3	-0,5	-0,1	-0,1	0,3	7,0	6,7

(*) Nella voce beni e servizi per la mobilità è stata inclusa la spesa per servizi postali e di corriere precedentemente inclusa nelle comunicazioni
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[2], si stima per il mese di febbraio una variazione dello 0,6% dell'indice in termini congiunturali e una crescita del 2,0% su base annua. La decisa risalita del mese in corso, in linea con quanto rilevato a gennaio, risente degli aumenti dei prezzi dei tabacchi e delle tensioni sugli energetici. Al netto di questi elementi la situazione appare ancora sotto controllo e dovrebbe, in assenza di shock tali da trasferire importanti impulsi inflazionistici lungo le diverse filiere, rientrare nei prossimi mesi.

Il permanere dell'inflazione su valori compatibili con quelli sperimentati nel decennio precedente rappresenta una delle chiavi per il miglioramento della domanda. La consapevolezza, da parte delle famiglie, del superamento della fase più critica dell'inflazione permetterebbe, infatti, di ridurre l'incertezza favorendo la normalizzazione del circuito reddito-consumi che sembra essersi inceppato negli ultimi anni.

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					
Mar '24	0,0	-0,2	-1,5	0,8	0,6
Apr	0,1	0,0	-2,8	0,6	2,1
Mag	0,2	0,5	-0,1	-0,5	1,4
Giu	0,1	-0,2	0,4	-0,2	1,0
Lug	0,4	-0,5	2,9	0,5	0,5
Ago	0,2	0,2	0,3	0,4	-0,3
Set	-0,2	0,2	0,4	-2,2	0,8
Ott	0,0	1,2	0,2	-0,3	-1,4
Nov	-0,1	0,7	0,3	0,1	-1,9
Dic	0,1	-0,4	0,4	0,7	-0,6
Gen.'25 (*)	*0,6 (0,3)*	*1,0 (0,2)*	*2,4 (1,5)*	*-0,3 (0,1)*	*0,2 (0,1)*
Feb (**)	*0,6*	*0,3*	*2,1*	*0,8*	*0,1*
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Mar '24	1,2	2,9	-6,9	2,4	4,0
Apr	0,8	2,5	-9,0	2,0	4,4
Mag	0,8	2,0	-9,5	2,5	4,5
Giu	0,8	1,4	-6,2	1,6	4,2
Lug	1,3	0,9	-2,2	1,5	4,3
Ago	1,1	0,9	-1,4	-0,2	4,4
Set	0,7	1,2	-1,3	-2,3	4,0
Ott	0,9	2,5	-1,6	-2,3	3,5
Nov	1,3	2,8	-0,6	-0,6	3,4
Dic	1,3	2,1	0,0	0,5	2,9
Gen.'25 (*)	*1,5 (1,2)*	*2,3 (1,5)*	*0,8 (-0,1)*	*1,0 (1,4)*	*2,9 (2,8)*
Feb (**)	*2,0*	*2,8*	*5,0*	*0,4*	*2,6*

(*) Il dato ISTAT di gennaio è provvisorio; tra parentesi le previsioni del mese precedente. (**) 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 sinistri denunciati con convenzione garanzia ponte dei dirigenti e indice del fatturato delle imprese dei servizi) e 1 indicatore trimestrali mensilizzato (deflatore del PIL). 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 2023, il 60,9% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 34,9% e per i beni è dell'88,7%. Escludendo le spese relative ai fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 70,6% per il totale dei consumi e al 47,5% 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
- Servizi postalie di corriere
- Motocicli
- Automobili
- Carburanti
- Pedaggi
- Trasporti aerei

Beni e servizi per la comunicazione
- Telecomunicazioni, telefonia e dotazioni per l'informatica
- 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, ASSOCIAZIONE ANTONIO PASTORE, 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).

Informazioni: **Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia** · **Livia Patrignani,** tel. 06.5866294 · e-mail l.patrignani@confcommercio.it