CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

3

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 4 (18 aprile 2025)

La questione dei dazi americani rischia di assorbire tutte le attenzioni del dibattito mediatico. Un mondo con più barriere tariffarie è peggiore di quello senza o con moderati dazi. Tuttavia, le attuali minacce dell'amministrazione americana nei confronti dell'Europa appaiono surreali. Infatti, nel 2023, le esportazioni europee di beni verso gli USA sono state pari a circa 504 miliardi di euro e le importazioni oltre 347 miliardi di euro (saldo di 157 a favore dell'Europa). Al contrario, le esportazioni di servizi dell'Europa a 27 verso gli USA valgono quasi 319 miliardi di euro, mentre le importazioni europee di servizi dagli USA superano i 427 miliardi di euro (saldo di 108 a favore degli Stati Uniti). Quindi, il «vero» saldo complessivo che andrebbe a detrimento dell'economia statunitense, direttamente provocato dall'interscambio con l'Europa a 27, è di circa 52 miliardi di dollari, pari allo 0,18% del PIL USA.

Nella valutazione del quadro congiunturale italiano, assumeremo, quindi, che ragionevoli negoziazioni portino a un assetto degli scambi non troppo dissimile da quello attuale.

Gli indicatori congiunturali ufficiali relativi ai primi due mesi dell'anno in corso sono più «verdi» che «rossi»: crescita, magari stentata, ma non riduzione. Tutto ciò considerato, le stime dell'ICC permangono positive nella metrica dei dati destagionalizzati: +0,2% e +0,1% a gennaio e febbraio. Ma nella metrica grezza, la variazione dei giorni di calendario deprime i parametri, consegnando alle statistiche due segni meno, con febbraio (-0,9%) penalizzato dal confronto con l'analogo mese bisestile del 2024.

Al di là dei dettagli tecnici, appare ancora irrisolta la questione del maggiore reddito disponibile reale che non si trasforma in maggiori consumi. Nei primi due mesi dell'anno, il sostegno ai consumi deriva dalla fruizione del tempo libero e dal turismo: servizi e beni ricreativi, alberghi e ristoranti, trasporti aerei e telecomunicazioni sono in aumento, anche sensibile. Per contro, alimentari, mezzi di trasporto, mobili ed elettrodomestici appaiono in riduzione. Vestiario e calzature assumono una posizione intermedia tra questi estremi. La distanza dinamica servizi vs beni non appare in via di riduzione, mentre a gennaio le stime parziali delle presenze turistiche in Italia mostrano crescite robuste, soprattutto per la componente straniera (+8% rispetto al 2024 e +18,2% rispetto a gennaio 2019).

Buone nuove sul fronte dell'inflazione. La nostra ultima previsione per febbraio si posizionava al 2%, contro un dato effettivo di 1,6%, che prevediamo sia in rialzo marginale a marzo (1,7%). Il tema degli eccessivi costi dell'energia è centrale, ma non si intravedono soluzioni facili a breve termine. L'Italia, sebbene meno che in passato, resta ampiamente soggetta a impulsi esogeni provenienti dall'estero, con ridotta capacità di mitigazione nel breve termine.

La tenuta dell'occupazione, il recente rimbalzo della produzione industriale, il buon andamento del turismo, dell'inflazione e dei redditi reali, costituiscono ancora i presupposti per un impulso alla crescita attraverso la ripresa dei consumi.

Il PIL mensile sarebbe cresciuto in termini tendenziali e destagionalizzati di sette decimi a marzo, dopo due moderati aumenti in gennaio e febbraio (+0,3% e +0,1%). La crescita del primo trimestre sarebbe allo 0,4% rispetto all'analogo trimestre del 2024. Pertanto, in questo scenario, che non potrà avvalersi di correzioni statistiche favorevoli come lo scorso anno, la crescita a 0,8% nel complesso del 2025 richiede un'accelerazione. Possibile ma, ancora una volta, tutta da realizzare.
Potrebbe essere necessario, in questo contesto, un impulso esterno favorevole, come la rimessa al centro del dibattito politico-mediatico degli ulteriori passi della riforma fiscale nella direzione di una riduzione delle aliquote legali per il ceto produttivo. Questione che assume spessore anche alla luce delle dinamiche crescenti della pressione fiscale che ha raggiunto il 42,6% nella media dello scorso anno.

Tab. 1 – PIL mensile

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

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A febbraio 2025 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)[1] ha mostrato una diminuzione dello 0,9% rispetto allo stesso mese del 2024. La stima è sintesi di una riduzione della spesa per i beni (-1,7%) e di una crescita dello 0,7% per i servizi (tab. 2). Per una migliore lettura del dato – che attesta il permanere di una situazione di debolezza della domanda – va sottolineato come il confronto annuo risenta anche del diverso numero di giorni del mese nei due anni. Il dato destagionalizzato segnala, infatti, un modestissimo aumento sia in termini congiunturali che tendenziali (+0,1%).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Anche nel mese di febbraio 2025 le dinamiche delle diverse funzioni di consumo che compongono l'ICC sono molto articolate, ulteriore sintomo delle difficoltà dei consumi d'instradarsi in un percorso di crescita. Tra le diverse funzioni di spesa le dinamiche più positive, nel confronto annuo, si confermano quelle relative ai beni e ai servizi per la comunicazione (+5,3%). Permane in territorio positivo anche la domanda per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,3%), segmento che continua a beneficiare del positivo apporto della componente estera della domanda. A febbraio, apprezzabili segnali di recupero hanno interessato i consumi di abbigliamento e calzature (+1,4%), migliorando i non brillanti risultati dei saldi di gennaio.
Tra le macro funzioni di consumo si confermano in negativo i consumi relativi ai beni ed i servizi per la

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.

mobilità (-5,9%), i beni e i servizi ricreativi (-1,6%) e i beni e i servizi per la casa (-1,3%). Tornano in territorio negativo i beni e i servizi per la cura della persona (-0,8%) e gli alimentari bevande e tabacchi (-0,6%).

I dati complessivi sottendono, come di consueto, 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 (+7,1%) e per i servizi ricreativi (2,9%). Si acuisce, a febbraio, la crisi dell'*automotive* che segna, su base annua, un calo dell'11,2% della domanda di auto nuove da parte delle persone fisiche e dei mobili e articoli d'arredamento (-1,2%). Segnali di deterioramento si confermano anche per gli elettrodomestici (-2,2%) e per i carburanti (-1,6%).

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	Gen	Feb	Anno	Anno
SERVIZI	**4,2**	**1,3**	**1,9**	**0,7**	**0,7**	**0,7**	**-0,6**	**0,7**
BENI	**-0,8**	**0,5**	**0,1**	**0,9**	**-0,6**	**-1,7**	**-1,1**	**-0,6**
TOTALE	**0,8**	**0,7**	**0,6**	**0,8**	**-0,2**	**-0,9**	**-0,9**	**-0,2**
Beni e servizi ricreativi	**-1,6**	**-1,2**	**-1,5**	**-1,1**	**-1,2**	**-1,6**	**-2,5**	**-3,7**
- servizi ricreativi	24,7	2,8	1,6	4,0	3,4	2,9	1,9	4,8
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-1,0	-0,7	-2,2	0,4	-0,7	0,3	-0,5	-1,2
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	**6,7**	**1,2**	**2,1**	**0,4**	**1,1**	**1,3**	**-0,8**	**0,4**
- alberghi	10,3	0,7	0,4	1,0	0,1	1,2	-1,4	-0,7
- pubblici esercizi	5,6	1,3	2,6	0,3	1,4	1,3	-0,6	0,7
Beni e servizi per la mobilità (*)	**9,7**	**2,9**	**4,5**	**1,2**	**-3,5**	**-5,9**	**-2,6**	**0,2**
- automobili	23,4	3,7	7,9	-0,9	-3,8	-11,2	-4,8	-1,3
- carburanti	1,7	1,8	1,9	1,7	-3,9	-1,6	3,9	5,8
- trasporti aerei	1,7	11,0	12,0	10,2	7,5	7,1	-46,2	-40,3
Beni e servizi per la comunicazione	**-1,1**	**6,8**	**6,0**	**7,4**	**5,9**	**5,3**	**9,9**	**17,3**
- servizi per le comunicazioni	3,6	0,8	3,0	-1,3	-2,2	0,4	-6,2	-5,4
Beni e servizi per la cura della persona	**-0,8**	**1,0**	**0,3**	**1,7**	**0,8**	**-0,8**	**5,0**	**6,0**
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-2,2	-0,1	-0,6	0,5	0,5	-1,9	6,1	6,0
Abbigliamento e calzature	**-2,5**	**-1,0**	**-1,3**	**-0,7**	**-0,1**	**1,4**	**-8,2**	**-9,1**
Beni e servizi per la casa	**-1,5**	**0,3**	**-0,9**	**1,4**	**-1,1**	**-1,3**	**2,3**	**2,7**
- energia elettrica	-2,1	2,2	1,7	2,6	1,0	-2,6	-3,2	-1,1
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-3,3	-2,3	-3,8	-1,1	-2,0	-1,2	-1,2	-3,5
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-3,0	6,6	3,4	9,1	-3,8	-2,2	7,3	14,4
Alimentari, bevande e tabacchi	**-2,8**	**-0,7**	**-1,3**	**-0,1**	**0,0**	**-0,6**	**-3,1**	**-3,7**
- alimentari e bevande	-3,6	-0,8	-1,4	-0,1	-0,1	-0,6	-4,4	-5,2
- tabacchi	2,5	-0,3	-0,5	-0,1	0,3	-1,0	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 degli andamenti registrati dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo[2], si stima per il mese di marzo una variazione dello 0,2% dell'indice in termini congiunturali e una crescita dell'1,7% su base annua. Dopo le fibrillazioni di gennaio le dinamiche inflazionistiche sembrano essersi stabilizzate. L'attenuarsi di alcune pressioni sugli energetici e gli alimentari, unitamente ad un'inflazione di fondo che si mantiene al di sotto del 2%, portano confermare l'ipotesi di una variazione dei prezzi al consumo sui valori attuali anche nei prossimi mesi.

In un contesto in cui i fattori d'incertezza sono molteplici l'attenuarsi dei timori di una ripresa "importante" dell'inflazione rappresenta uno degli elementi necessari a ridare fiducia alle famiglie e spingerle ad atteggiamenti di consumo più compatibili con le dinamiche occupazionali e reddituali.

Solo con una normalizzazione del circuito reddito-consumi, che sembra essersi inceppato negli ultimi anni, sarà possibile raggiungere, in presenza di difficoltà sul versante dell'export e di incertezze nelle decisioni d'investimento delle imprese, gli obiettivi di crescita fissati per il 2025.

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			
Apr '24	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	0,8	2,4	-0,2	0,2
Feb (*)	*0,2 (0,6)*	*0,1 (0,3)*	*0,3 (2,1)*	*0,2 (0,8)*	*0,4 (0,1)*
Mar (**)	*0,2*	*0,1*	*0,5*	*0,2*	*0,3*
		VARIAZIONI TENDENZIALI			
Apr '24	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	2,1	0,8	1,1	2,9
Feb (*)	*1,6 (2,0)*	*2,4 (2,8)*	*3,1 (5,0)*	*-0,1 (0,4)*	*2,9 (2,6)*
Mar (**)	*1,7*	*2,6*	*5,2*	*0,7*	*2,6*

(*) Il dato ISTAT di febbraio è definitivo; 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