CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

4

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 5 (15 maggio 2025)

Con il proseguire del 2025 l'incertezza, che per molti versi è stata la costante degli ultimi anni, più che diradarsi si moltiplica. L'ultimo colpo alla stabilità delle aspettative degli operatori è stato inferto dalla questione dazi, né si può prevederne, con qualche grado di fiducia, l'evoluzione.

Gli effetti di questa situazione più che negli indicatori in alta frequenza, che mostrano ancora importanti spunti di positività come l'occupazione o il turismo, si manifestano sulla fiducia di imprese e famiglie, in ridimensionamento a marzo, e sulle oscillazioni repentine dei mercati finanziari.

Per l'Italia, sulla base degli indicatori congiunturali ufficiali, dopo un gennaio che per molti versi è risultato superiore alle aspettative, il bimestre febbraio-marzo sarebbe stato sensibilmente meno favorevole. Su questi mesi hanno inevitabilmente giocato un ruolo anche la differenza nei giorni lavorativi e la diversa collocazione della Pasqua, soprattutto per alcuni consumi.

Sulla base delle stime dell'ICC, i consumi calano nella metrica dei dati grezzi (-2,3 e -0,7% a febbraio e marzo), ma in termini destagionalizzati indicano nell'ultimo mese una crescita dello 0,4%, con modesti spunti di recupero sia per i beni sia per i servizi, segnale ancora troppo modesto per testimoniare un'inversione di tendenza.

Si conferma, dunque, anche in questa prima parte del 2025, la difficoltà per le famiglie di trasformare i maggiori redditi reali in maggiori consumi. È il pezzo che manca a una più florida crescita.

Le turbative generate da effetti di calendario, anno bisestile e diversa collocazione temporale della Pasqua, pur rendendo più complessa la lettura dei dati non nascondono il fatto che le famiglie continuino, in una situazione di fragilità della domanda, a privilegiare le spese per la fruizione del tempo libero, della cultura e della ricreazione. Per contro alimentari, vestiario e calzature, mezzi di trasporto, mobili ed elettrodomestici si confermano in riduzione.

In questo contesto l'inflazione, pur in moderato aumento, continua a non destare particolari preoccupazioni. Secondo le nostre stime ad aprile i prezzi al consumo sono attesi crescere dello 0,3% portando l'incremento su base annua al 2,2%. Il dato, in lieve risalita su marzo, potrebbe, stando anche alla stabilizzazione dell'inflazione di fondo e all'attenuarsi delle tensioni sugli energetici, rappresentare il picco di questa fase di moderata crescita dei prezzi.

Pertanto, maggiori redditi reali, tenuta dell'occupazione sui massimi, inflazione sotto controllo e politica monetaria accomodante, rappresentano ancora solidi presupposti per un impulso favorevole ai consumi che si tradurrebbe in una moderata ma significativa accelerazione del PIL. Ammesso che l'incertezza e la fiducia si stabilizzino.

Il primo trimestre dell'anno in corso sarebbe stato positivo, con una variazione del prodotto lordo destagionalizzato e corretto dagli effetti di calendario di tre decimi di punto, pari a una crescita tendenziale di mezzo punto (tab. 1). Ricordando che quest'anno per ottenere la variazione sui dati grezzi è necessario togliere un decimo di punto ai dati

filtrati, e acquisendo una stima per aprile di una lieve crescita tendenziale allo 0,8% (+0,1 congiunturale) a svolgimento favorevole delle condizioni di contesto si può confermare una crescita complessiva nel 2025 pari a +0,8%.

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	0,3	0,5
Dic '24	-0,1	0,3
Gen. '25	0,4	0,6
Feb	-0,1	0,1
Mar	0,3	1,0
Apr	0,1	0,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A marzo 2025 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)[1] ha mostrato una diminuzione dello 0,7% rispetto allo stesso mese del 2024. La stima è sintesi di una riduzione della spesa per i beni (-1,2%) e di una crescita dello 0,4% per i servizi (tab. 2). Il dato dell'ultimo mese, così come accaduto a febbraio i cui risultati sono stati rivisti al ribasso, è stato condizionato da alcuni effetti di calendario. La diversa collocazione della Pasqua ha, infatti, influito in misura di un certo rilievo nel confronto annuo soprattutto per alcune voci di spesa come gli alimentari e i pubblici esercizi.

Il dato destagionalizzato segnala, infatti, un lieve aumento sia in termini congiunturali (+0,4%), che tendenziali (+0,6%), dinamiche che al momento appaiono più un tentativo di recupero che un inizio di una fase meno stagnante della domanda da parte delle famiglie.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Nel mese di marzo 2025 le diverse funzioni di consumo che compongono l'ICC hanno mostrato, rispetto allo stesso mese del 2024, una generalizzata tendenza al peggioramento. L'unica macro-funzione di spesa che evidenzia una crescita è quella relativa ai beni e ai servizi per la comunicazione (+9%). I cali di domanda più significativi si sono registrati per alimentare, bevande e tabacchi (-2,7%), segmento che mostra da tempo una tendenza al ridimensionamento accentuata a marzo dalla diversa tempistica della Pasqua, e i beni e i servizi ricreativi (-2,2%). Si conferma difficile anche la situazione per i beni e i servizi per la casa (-1,2%), i beni e i servizi per la mobilità (-0,8%), per l'abbigliamento e le calzature (-0,7%) e i beni e i servizi per la cura della persona (-0,4%). In lieve peggioramento è risultata anche la domanda per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (-0,1%), segmento che ha risentito della diversa collocazione della Pasqua, soprattutto nella ristorazione.

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 (+4,7%), per i servizi ricreativi (3,1%) e in misura più contenuta per gli alberghi (+0,8%). Rimane complessa 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.

situazione dell'*automotive* la cui riduzione dello 0,7%, su base annua, della domanda di auto nuove da parte delle persone fisiche si configura come l'ottavo mese in negativo. Debole anche la domanda per i mobili e gli articoli d'arredamento (-3,2%). Segnali di deterioramento si confermano anche per gli elettrodomestici (-1,5%) e per i carburanti (-0,8%).

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

	Var. % su base annua						Var. % su 2019	
	2023	2024	2025				2024	2025
	Anno	Anno	II sem	I trim	Feb	Mar	Anno	I trim
SERVIZI	**4,2**	**1,3**	**0,7**	**0,3**	**-0,9**	**0,4**	**0,7**	**-4,9**
BENI	**-0,8**	**0,5**	**0,9**	**-1,5**	**-2,9**	**-1,2**	**-0,6**	**-2,0**
TOTALE	**0,8**	**0,7**	**0,8**	**-1,0**	**-2,3**	**-0,7**	**-0,1**	**-2,9**
Beni e servizi ricreativi	**-1,6**	**-1,2**	**-1,1**	**-2,2**	**-3,0**	**-2,2**	**-3,7**	**-7,1**
- servizi ricreativi	24,7	2,8	4,0	3,1	2,8	3,1	4,8	3,9
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-1,0	-0,7	0,4	-0,3	-0,9	0,6	-1,2	-4,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	**6,7**	**1,2**	**0,4**	**-0,7**	**-2,7**	**-0,1**	**0,4**	**-12,1**
- alberghi	10,3	0,8	1,0	1,1	0,4	0,8	-0,6	18,7
- pubblici esercizi	5,6	1,4	0,3	-1,2	-3,5	-0,3	0,7	-17,5
Beni e servizi per la mobilità (*)	**9,7**	**2,8**	**1,2**	**-3,4**	**-6,3**	**-0,8**	**0,2**	**-5,0**
- automobili	23,4	3,7	-0,9	-5,2	-11,2	-0,7	-1,3	-10,1
- carburanti	1,7	1,7	1,7	-2,6	-3,1	-0,8	5,7	1,9
- trasporti aerei	1,7	11,0	10,2	6,4	7,3	4,7	-40,3	-40,1
Beni e servizi per la comunicazione	**-1,1**	**6,8**	**7,4**	**9,2**	**9,4**	**9,0**	**17,3**	**29,5**
- servizi per le comunicazioni	3,6	0,8	-1,3	1,9	-0,2	1,4	-5,4	-0,2
Beni e servizi per la cura della persona	**-0,8**	**1,0**	**1,7**	**-0,2**	**-0,9**	**-0,4**	**6,0**	**8,6**
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-2,2	-0,1	0,5	-0,8	-2,0	-1,0	6,0	10,1
Abbigliamento e calzature	**-2,5**	**-1,0**	**-0,7**	**-1,2**	**-2,9**	**-0,7**	**-9,1**	**-16,0**
Beni e servizi per la casa	**-1,5**	**0,3**	**1,4**	**-1,6**	**-2,6**	**-1,2**	**2,7**	**0,9**
- energia elettrica	-2,1	2,2	2,6	-0,7	-2,1	-0,9	-1,1	-2,5
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-3,3	-2,3	-1,1	-3,4	-5,3	-3,2	-3,5	-9,3
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-3,0	6,6	9,1	-2,7	-2,4	-1,5	14,4	16,0
Alimentari, bevande e tabacchi	**-2,8**	**-0,7**	**-0,1**	**-1,6**	**-2,4**	**-2,7**	**-3,7**	**-2,9**
- alimentari e bevande	-3,6	-0,8	-0,1	-1,8	-2,6	-3,0	-5,2	-4,2
- tabacchi	2,5	-0,3	-0,1	-0,3	-1,0	-0,4	6,7	6,8

(*) 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 aprile una variazione dello 0,3% dell'indice in termini congiunturali e una crescita del 2,2% su base annua. L'ulteriore rialzo dell'inflazione atteso per il mese in corso continua a non destare particolari preoccupazioni e potrebbe rappresentare il punto di massima di questa fase di piccola ripresa dei prezzi. Le tensioni che si erano registrate nei mesi precedenti sugli energetici sembrano in via di rientro e, stando alla stabilizzazione dell'inflazione di fondo su valori di poco inferiori al 2%, non sembrano essersi trasferite ad altre filiere. Permane pertanto l'ipotesi di una variazione dei prezzi al consumo nei prossimi mesi in contenuto rallentamento.

La stabilizzazione dell'inflazione, su valori lievemente inferiori a quelli attuali, potrebbe rappresentare un'iniezione di fiducia per le famiglie in un contesto in cui le incertezze sugli sviluppi futuri sono molto elevate e portare a quel miglioramento della domanda necessario a raggiungere una crescita dello 0,8% nel 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			
Mag.'24	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	0,1	0,3	0,2	0,4
Mar (*)	*0,3 (0,2)*	*0,0 (0,1)*	*1,2 (0,5)*	*0,0 (0,2)*	*1,0 (0,3)*
Apr (**)	*0,3*	*0,2*	*0,7*	*0,0*	*1,2*
		VARIAZIONI TENDENZIALI			
Mag.'24	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	2,4	3,1	-0,1	2,9
Mar (*)	*1,9 (1,7)*	*2,5 (2,6)*	*6,0 (5,2)*	*-0,9 (-0,7)*	*3,3 (2,6)*
Apr (**)	*2,2*	*2,7*	*9,8*	*-1,5*	*2,4*

(*) Il dato ISTAT di marzo 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