CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO 5

Pil mensile, ICC e Prezzi

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 6 (13 giugno 2025)

Il permanere di fibrillazioni a livello internazionale continua ad alimentare il clima d'incertezza generando un lieve e graduale deterioramento del quadro congiunturale.

L'economia italiana, dopo un primo trimestre complessivamente positivo, in cui è stata confermata la nostra stima di una crescita congiunturale dello 0,3%, mostra indicatori in alta frequenza progressivamente in fase di indebolimento. Negli ultimi mesi si è assistito ad un peggioramento della fiducia di famiglie e imprese che, al netto delle turbative generate a febbraio-marzo-aprile dai diversi effetti di calendario, lascia ipotizzare come il secondo trimestre possa scontare dinamiche produttive più modeste.

In sintesi, i fondamentali dell'economia restano solidi, ma stentano ancora a tradursi in comportamenti orientati a una maggiore propensione al consumo e all'investimento. Pesa l'incertezza.

Stando alle nostre stime, ad aprile e maggio il PIL crescerebbe su base congiunturale dello 0,1% (tab.1), valori che porterebbero nel mese in corso la variazione su base annua allo 0,8%. Elemento che renderebbe possibile una crescita di analoga entità nella media dell'intero 2025, ma che si scontra con le difficoltà delle famiglie di tornare su un sentiero di crescita della domanda. Tale difficoltà, più che alle dinamiche reddituali, comunque positive, è da collegarsi al permanere, anzi al peggiorare, delle aspettative per il futuro.

Molte di queste valutazioni sono confermate dall'andamento dei consumi misurati nella metrica dell'ICC. Sulla base delle prime stime l'indicatore, dopo un bimestre di forti riduzioni, in aprile sarebbe tornato in territorio positivo nel confronto annuo (+1,1%) con una crescita sia per i beni (+0,6%) sia per i servizi (+1,9%). Al netto dei diversi effetti di calendario, che hanno fortemente condizionato il confronto annuo negli ultimi mesi, si rileva come da novembre del 2024 i consumi destagionalizzati in volume siano sostanzialmente fermi.

Stasi che è sintesi di scelte molto articolate da parte dei consumatori. Le famiglie continuano a privilegiare le spese legate alla fruizione del tempo libero, alla cultura e alla ricreazione, privilegiando le dimensioni dell'esperienza e delle soluzioni rispetto all'acquisizione dei beni fisici. Le spese per i prodotti più maturi (abbigliamento, mobili, elettrodomestici, autovetture) continuano ad essere in forte difficoltà. Solo in modo episodico, come ad aprile per gli alimentari, questi problemi paiono attenuarsi, senza, peraltro, rappresentare una modifica nelle scelte di consumo di questi ultimi anni.

L'inflazione resta sotto controllo. Le nostre stime per il mese di maggio confermano l'ipotesi di esaurimento degli impulsi registrati sui prezzi al consumo a partire dall'autunno scorso, sempre di modesta entità. Nel mese di maggio i prezzi al consumo sono attesi crescere dello 0,1% congiunturale, portando l'incremento su base annua all'1,8%, in lieve rallentamento rispetto al 2,0% di aprile. A questo andamento contribuirebbe in larga parte il permanere di una tendenza al rallentamento dei prezzi degli energetici con i prezzi dei carburanti ai minimi degli ultimi tre anni.

La stabilizzazione dell'inflazione su questi valori anche nei prossimi mesi, unitamente a una politica monetaria più accomodante e al permanere di dinamiche moderatamente positive sul versante dell'occupazione e dei redditi, potrebbe contribuire a migliorare le aspettative delle famiglie, riportando alla normalità la relazione redditi-consumi e favorendo, per questa via, un'accelerazione delle dinamiche produttive e l'uscita da questa fase di quasi stagnazione.

Tab. 1 – PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
II trimestre '24	0,2	0,7
III trimestre	0,0	0,6
IV trimestre	0,2	0,5
I trimestre '25	0,3	0,6
Gen. '25	0,5	1,0
Feb	-0,3	0,1
Mar	0,1	0,8
Apr	0,1	0,6
Mag	0,1	0,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

Ad aprile 2025 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)[1] ha mostrato un aumento dell'1,1% rispetto allo stesso mese del 2024. La stima è sintesi di una crescita sia della spesa per i beni (0,6%) sia dei servizi (1,9%) (tab. 2). Il dato dell'ultimo mese, così come accaduto a marzo il cui andamento è stato rivisto al ribasso, ha risentito della diversa calendarizzazione della Pasqua. Elemento che ha influito in misura di un certo rilievo nel confronto annuo soprattutto per alcune voci di spesa come gli alimentari e i pubblici esercizi.

La stima della variazione nella metrica destagionalizzata segnala, infatti, una stasi in termini congiunturali e una marginale diminuzione (-0,1%) su base annua. Se si guarda ai dati filtrati si rileva come, al netto dei diversi effetti di calendario, da novembre la domanda sia sostanzialmente ferma.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Ad aprile 2025 le diverse funzioni di consumo che compongono l'ICC hanno mostrato, rispetto allo stesso mese del 2024, una dinamica articolata, effetto anche del diverso impatto che hanno avuto la Pasqua ed i ponti di fine mese sui comportamenti di spesa delle famiglie. In linea con quanto si rileva ormai da tempo gli incrementi più significativi hanno interessato i beni e ai servizi per la comunicazione (+8%). In positivo anche la domanda per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (2,2%), segmento tornato in positivo dopo un bimestre non favorevole in considerazione dell'impatto che hanno avuto i diversi fattori stagionali. Elementi che hanno favorito anche per gli alimentari, bevande e tabacchi (+2,6% nel confronto annuo) un parziale recupero rispetto all'andamento pesantemente negativo di marzo. Marginali variazioni hanno interessato in positivo la domanda per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,1%) e in negativo (-0,1%) i beni e i servizi

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.

per la mobilità. Anche nel mese di aprile si conferma in riduzione, nel confronto annuo, la domanda per i beni e i servizi ricreativi (-1,8%), per i beni e i servizi per la casa (-0,9%) e per l'abbigliamento e le calzature (-1,1%). Per quest'ultimo segmento i primi quattro mesi del 2025 hanno portato ad un ulteriore deterioramento della domanda, con un ampliamento dei divari rispetto ai livelli del 2019.

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 (+7,6%), per i servizi ricreativi (6,9%) e per gli alberghi (+5,8%). In recupero le spese per i pasti e consumazioni fuori casa (+1,3%) e gli acquisti di carburanti (+3,0%) dopo un primo trimestre negativo. Rimane molto difficile la situazione dell'*automotive* che sconta una riduzione del 5,6%, su base annua, delle autovetture acquistate dai privati. Si conferma anche ad aprile 2025 la tendenza al rallentamento della domanda per i mobili e gli articoli d'arredamento (-0,9%) e per gli elettrodomestici (-1,6%).

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	Mar	Apr	Anno	Gen-apr
SERVIZI	**4,2**	**1,3**	**0,7**	**0,2**	**0,3**	**1,9**	**0,7**	**-4,6**
BENI	**-0,8**	**0,5**	**0,9**	**-2,1**	**-2,9**	**0,6**	**-0,6**	**-3,5**
TOTALE	**0,8**	**0,7**	**0,8**	**-1,4**	**-1,9**	**1,1**	**-0,1**	**-3,9**
Beni e servizi ricreativi	**-1,6**	**-1,2**	**-1,1**	**-2,7**	**-3,9**	**-1,8**	**-3,7**	**-10,6**
- servizi ricreativi	24,7	2,8	4,0	3,1	3,1	6,9	4,8	2,1
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-1,0	-0,7	0,4	-1,4	-2,9	-0,2	-1,2	-6,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	**6,7**	**1,2**	**0,4**	**-1,4**	**-0,7**	**2,2**	**0,4**	**-9,2**
- alberghi	10,3	0,8	1,0	0,4	0,1	5,8	-0,6	12,1
- pubblici esercizi	5,6	1,4	0,3	-1,9	-0,9	1,3	0,7	-13,4
Beni e servizi per la mobilità (*)	**9,7**	**2,8**	**1,2**	**-3,6**	**-1,5**	**-0,1**	**0,2**	**-5,4**
- automobili	23,4	3,7	-0,9	-5,2	-0,7	-5,6	-1,3	-11,9
- carburanti	1,7	1,8	1,7	-3,2	-2,7	3,0	5,8	2,2
- trasporti aerei	1,7	11,0	10,2	7,6	8,0	7,6	-40,3	-38,1
Beni e servizi per la comunicazione	**-1,1**	**6,8**	**7,4**	**9,5**	**9,1**	**8,0**	**17,3**	**28,5**
- servizi per le comunicazioni	3,6	0,8	-1,3	2,6	2,4	0,0	-5,4	-1,2
Beni e servizi per la cura della persona	**-0,8**	**1,0**	**1,7**	**0,0**	**-0,2**	**0,1**	**6,0**	**6,7**
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-2,2	-0,1	0,5	-0,6	-0,9	-0,4	6,0	9,3
Abbigliamento e calzature	**-2,5**	**-1,0**	**-0,7**	**-2,1**	**-4,3**	**-1,1**	**-9,1**	**-22,6**
Beni e servizi per la casa	**-1,5**	**0,3**	**1,4**	**-1,5**	**-0,9**	**-0,9**	**2,7**	**1,9**
- energia elettrica	-2,1	2,2	2,6	-0,7	-0,9	-1,1	-1,1	-2,4
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-3,3	-2,3	-1,1	-2,4	-0,9	-0,9	-3,5	-4,6
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-3,0	6,6	9,1	-3,0	-2,3	-1,6	14,4	17,2
Alimentari, bevande e tabacchi	**-2,8**	**-0,7**	**-0,1**	**-2,8**	**-5,7**	**2,6**	**-3,7**	**-4,2**
- alimentari e bevande	-3,6	-0,8	-0,1	-3,1	-6,4	3,0	-5,2	-5,8
- tabacchi	2,5	-0,3	-0,1	-0,3	-0,4	0,3	6,7	7,1

(*) 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 maggio una variazione dello 0,1% dell'indice in termini congiunturali e una crescita dell'1,8% su base annua. A questo andamento ha contribuito in larga parte il permanere di una tendenza al rallentamento dei prezzi degli energetici con i prezzi dei carburanti che si collocano ai minimi degli ultimi tre anni.

Il moderato rientro dell'inflazione, atteso per il mese in corso, è in linea con le aspettative di una stabilizzazione nei prossimi mesi su valori attorno o inferiori al 2%. L'attenuarsi dei timori di una ripresa dell'inflazione, soprattutto per quei beni e servizi che le famiglie acquistano con maggiore frequenza, potrebbe indurre un miglioramento nel sentiment delle famiglie stimolando la ripresa della domanda, riportandola a dinamiche più coerenti con l'evoluzione del reddito disponibile reale.

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

(*) Il dato ISTAT di aprile 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