Confcommercio

CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO 3

Pil Mensile, ICC e prezzi

Prossima uscita: Congiuntura Confcommercio n. 4 (17 aprile 2026)

Le fondate preoccupazioni per l'ennesimo conflitto in corso rischiano di produrre analisi confuse. Per evitare tale esito, separiamo la descrizione del quadro congiunturale emerso alla fine di febbraio scorso dalla riflessione sulle prospettive del PIL, da marzo fino a dicembre 2026, in caso di conflitto breve e in caso di conflitto prolungato.

Al di là dei molti indicatori congiunturali in miglioramento progressivo tra ottobre 2025 e febbraio 2026, le stime dell'ICC chiariscono in modo esplicito il rafforzamento dell'economia italiana. Nel complesso, le variazioni tendenziali passano dal +0,5% di dicembre 2025 al +1,3% di febbraio 2026. Non sono solo cura della persona, tempo libero, turismo e tecnologia a sostenere la spesa. Il supposto miglioramento della propensione al consumo appare coinvolgere anche altri settori. Crescono le automobili in febbraio, si arresta la caduta dell'abbigliamento, si rafforza l'elettronica di consumo.

Ciò si traduce, col supporto dell'occupazione in rallentamento ma sui massimi e dell'inflazione sotto controllo, in una variazione tendenziale del PIL mensile che passa dal +0,5% di gennaio al +1,4% di febbraio (tab. 1).

Poi, una nuova guerra, con impatti immediati anche sui prezzi dell'energia che si riverberano sui prezzi al consumo. A marzo stimiamo un'inflazione all'1,8%, un valore ancora molto gestibile e dentro i target delle autorità monetarie. L'aspetto preoccupante è che non può essere liquidato come un caso isolato, ovviamente. Già questo, però, avrebbe un impatto negativo sull'attività del mese di marzo che fletterebbe di un decimo di punto rispetto a febbraio. Il tendenziale del PIL di marzo sarebbe comunque sopra l'1%: ciò che comporterebbe un primo trimestre in crescita all'1% rispetto a un anno prima, un valore che non si registrava dall'ultimo quarto del 2023.

Gli shock avranno, però, impatti nei prossimi mesi, di intensità correlata alla durata della crisi. Ora, visto che l'unica cosa certa è l'incertezza, abbiamo bypassato tutte le riflessioni geopolitiche sulla distribuzione di probabilità delle durate, disegnando due semplici scenari (tab. 1bis). Trascurando anche il tema delle restrizioni all'offerta fisica di prodotti energetici, facciamo passare lo shock dal solo canale «maggiori prezzi delle materie prime, maggiore inflazione, riduzione del reddito disponibile reale, riduzione dei consumi, riduzione del PIL» in due ipotesi: (1) crescita del 40% dei prezzi degli energetici (con TTF perfettamente

Tab. 1: Pil mensile (dati destagionalizzati)

	Variazioni Congiunturali	Variazioni Tendenziali
II trimestre '25	0,0	0,5
III trimestre	0,2	0,7
IV trimestre	0,3	0,8
I trimestre '26	0,5	1,0
Nov	0,3	0,7
Dic	0,0	1,2
Gen. '26	0,2	0,5
Feb	0,4	1,4
Mar	-0,1	1,1

Tab. 1bis: Scenari a confronto (var.% su anno)

2026	Inflazione	PIL
Scenario base	1,7	1,0
Shock prezzi energetici fino a maggio	2,1	0,9
Shock prezzi energetici fino a dicembre	2,6	0,5

correlato al Brent) per un periodo di due mesi dopo marzo e rientro, quindi, a giugno (cioè da 70 a 100$ per barile di Brent e ritorno a 70$) e (2) crescita da 70 a 100$ per barile con stabilizzazione su tale valore per nove mesi dopo marzo (cioè fino a dicembre). Le semplificazioni sono tante e altrettanto evidenti. Ma un esercizio semplice ha almeno il pregio di risultare comprensibile (né ciò preclude la possibilità di complicare gli scenari con ulteriori affinamenti).

Il risultato, presentato nella tabella dice che uno shock temporaneo avrebbe impatti molto limitati: ricalcolando l'inflazione su base annuale e confrontandola con la baseline (senza guerra) la crescita media dei prezzi sarebbe di quattro decimi superiore, con un PIL sotto di un decimo rispetto al riferimento. Lo scenario di conflitto prolungato ridurrebbe significativamente il PIL: dalla baseline a +1% la crescita sarebbe limitata a 0,5%/0,6%, soprattutto per una minore dinamica dei consumi via minore reddito reale causato da un'inflazione al 2,6% rispetto a una base all'1,7%. Svanirebbe, insomma, la ripresa dell'economia italiana.

Nello scenario peggiore abbiamo anche considerato un impatto negativo sul livello di attività economica derivante da minori investimenti e da minore domanda mondiale, con riflessi negativi sulle esportazioni di beni e di servizi (turismo). Infine, sempre nello scenario peggiore a dicembre 2026 l'inflazione oscillerebbe attorno al 4% tendenziale: non si potrebbero escludere pregiudizi rilevanti anche sulle performance dell'economia italiana nel 2027.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A febbraio 2026 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)[1] è stimato in crescita dell'1,3% nel confronto con lo stesso mese del 2025. Il dato è sintesi di un aumento sia della spesa per i beni (1,4%) sia di quella per i servizi (1,1%; tab. 2). Le dinamiche dell'ultimo mese rappresentano un consolidamento dei segnali di recupero emersi nel bimestre precedente. A conferma di una evoluzione più favorevole della domanda si rileva come la tendenza si stia diffondendo ai diversi segmenti di consumo. Rispetto al recente passato, infatti, si riduce il numero di settori che presentano variazioni negative. In questo contesto di recupero della propensione al consumo, si inseriscono i timori di un possibile ritorno a comportamenti di spesa più restrittivi. L'inizio del conflitto in Iran, con il ritorno dell'incertezza e i timori di una recrudescenza dell'inflazione, potrebbero bloccare sul nascere le possibilità di passare da una fase di recupero ad una di vera crescita.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Analizzando quanto rilevato a febbraio 2026 per le diverse funzioni di consumo si osserva come, dopo un lungo periodo in territorio negativo, la componente più dinamica sia risultata quella relativa ai beni e ai servizi per la mobilità (+6,0). Lievemente più contenuta è risultata la crescita per i beni e servizi per la comunicazione (+5,8%), segmento da anni tra i più dinamici. In territorio positivo, sia pure con variazioni più modeste, si trovano anche i beni e i servizi per la cura della persona (+1,8%), i beni e i servizi per la casa (0,8%), gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,4%), gli alimentari, le bevande e i tabacchi (0,3%) e l'abbigliamento e le calzature (0,1%). Tra le macro-funzioni solo il segmento dei beni e servizi ricreativi (-2,1%) ha mostrato un andamento negativo, sintesi, peraltro, di dinamiche articolate al suo interno.

A livello di singole voci di consumo si segnala, a febbraio, come a differenza del recente passato quasi tutti gli aggregati mostrino, sia pure con diverse intensità, andamenti favorevoli. In particolare, spicca il recupero dell'*automotive* che, dopo 13 mesi di riduzioni, registra una crescita degli acquisti da parte dei privati (+9,5%). In linea con quanto si rileva da tempo le famiglie continuano a prestare molta attenzione a quei beni e servizi la cui domanda è attinente al tempo libero come i servizi ricreativi in senso stretto (+6,9%, grazie al permanere di performance positive per gli spettacoli cinematografici), gli elettrodomestici (6,2%), i trasporti aerei (+3,9%) e i carburanti (+3,4%). Positivi anche gli andamenti per la spesa per l'energia elettrica (1,7%), gli alberghi (+1,5%), i prodotti farmaceutici e terapeutici (+1,1%) e, in misura più contenuta, l'alimentazione domestica

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.

Tab. 2: Variazioni tendenziali dell'ICC in quantità (dati grezzi)

	Var. % su base annua						Var. % su 2019	
	2024	2025	2026				2024	2025
	Anno	Anno	III trim.	IV trim.	Gen	Feb	Anno	Anno
SERVIZI	1,9	0,7	0,5	0,8	1,7	1,1	-0,3	0,4
BENI	0,8	-1,1	-1,4	-0,2	0,5	1,4	-1,5	-2,6
TOTALE	1,1	-0,5	-0,6	0,1	0,7	1,3	-1,1	-1,6
Beni e servizi ricreativi	**-1,7**	**-1,1**	**-1,0**	**-1,2**	**-1,4**	**-2,1**	**-6,2**	**-7,3**
- servizi ricreativi	-7,9	5,4	-5,7	4,2	8,1	6,9	9,0	14,8
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-1,0	0,1	1,2	0,5	1,0	0,8	-1,4	-1,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	**1,7**	**0,4**	**0,8**	**-0,3**	**1,5**	**0,4**	**0,4**	**0,9**
- alberghi	3,8	1,3	1,4	1,2	6,0	1,5	0,6	1,9
- pubblici esercizi	1,0	0,2	0,6	-0,7	0,0	0,1	0,3	0,5
Beni e servizi per la mobilità (*)	**6,6**	**-2,9**	**-2,6**	**-1,0**	**-1,2**	**6,0**	**-0,8**	**-3,6**
- automobili	7,0	-9,6	-12,0	-7,0	-3,8	9,5	2,4	-7,5
- carburanti	5,2	0,7	1,8	2,7	-0,2	3,4	3,8	4,5
- trasporti aerei	18,8	5,1	2,5	6,2	4,2	3,8	-32,2	-28,8
Beni e servizi per la comunicazione	**7,1**	**5,3**	**7,0**	**6,4**	**3,4**	**5,8**	**16,6**	**22,8**
- servizi per le comunicazioni	1,6	0,2	1,8	1,5	-2,1	3,9	-5,3	-5,1
Beni e servizi per la cura della persona	**0,9**	**0,8**	**0,7**	**1,9**	**0,8**	**1,8**	**8,4**	**9,3**
- prodotti farmaceutici e terapeutici	0,0	-0,4	-1,2	0,8	0,0	1,1	6,0	5,6
Abbigliamento e calzature	**-0,9**	**-1,8**	**-2,3**	**-1,1**	**-1,1**	**0,1**	**-9,1**	**-10,7**
Beni e servizi per la casa	**0,1**	**-0,4**	**-1,2**	**0,6**	**2,1**	**0,8**	**0,9**	**0,5**
- energia elettrica	2,2	-0,6	-3,8	1,2	4,1	1,7	-1,1	-1,7
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-2,3	-1,0	-0,3	0,8	1,2	-0,1	-3,4	-4,4
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	3,4	3,6	0,7	5,4	8,3	6,2	11,2	15,2
Alimentari, bevande e tabacchi	**-0,6**	**-0,6**	**-1,3**	**-0,2**	**1,4**	**0,3**	**-3,6**	**-4,2**
- alimentari e bevande	-0,6	-0,7	-1,4	-0,2	1,6	0,3	-4,9	-5,5
- tabacchi	-0,3	-0,1	-0,2	0,0	-0,3	0,3	6,7	6,6

(*) Nella voce beni e servizi per la mobilità è stata inclusa la spesa per servizi postali e di corriere precedentemente inclusa nelle comunicazioni

(+0,3%) e i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,1%).

Anche per i mobili e gli articoli d'arredamento la diminuzione della domanda, dopo alcuni mesi di recupero appare abbastanza contenuta (-0,1%).

I recuperi vanno, comunque, valutati con cautela e per molte funzioni di consumo limitano solo la caduta rispetto ai volumi acquistati alla fine dello scorso decennio.

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 2026 un aumento dello 0,6% dell'indice in termini congiunturali, con una variazione su base annua dell'1,8% (tab. 3). L'aumento atteso per il mese in corso riflette i primi effetti sui prezzi derivanti dall'inizio del conflitto in Iran. Al momento le tensioni sembrano essersi scaricate su quei prodotti, come i carburanti, per i quali i tempi di trasferimento dalle materie prime alla fase finale, cioè al consumo, sono più rapide. Tali impulsi risulterebbero parzialmente mitigati dai recenti provvedimenti del governo in materia di riduzione delle accise. Se, al momento, la ripresa dell'inflazione è entro i limiti stabiliti dalla BCE, rimangono molte incognite sulla sua possibile futura evoluzione. Come illustrato nella tabella 1bis con il prolungarsi del conflitto le tensioni, che al momento sono concentrate su pochi segmenti, rischiano di trasferirsi lungo le diverse filiere, innescando una nuova fiammata inflazionistica che, seppure di dimensioni inferiori a quella del 2022-2023, potrebbe compromettere le possibilità di recupero dei consumi e la crescita.

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 a un insieme più ampio di beni e servizi rispetto a quelli considerati nell'ICC.

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.'25	0,1	0,7	-4,0	0,7	2,7
Mag	-0,1	0,4	-0,8	-1,5	1,0
Giu	0,2	0,0	-1,0	0,8	1,1
Lug	0,4	0,0	1,1	1,0	-0,1
Ago	0,1	0,2	-1,1	0,5	-0,1
Set	-0,2	-0,1	0,1	-1,6	1,4
Ott	-0,3	0,1	-0,6	-0,3	-1,3
Nov	-0,2	0,1	0,1	-0,2	-2,2
Dic	0,2	0,1	0,3	1,4	-0,9
Gen. '26	0,4	0,8	2,4	-2,4	0,7
Feb (*)	0,7 (0,3)	0,2	0,1	1,2	2,8
Mar (**)	0,6	0,2	1,8	2,0	-0,5
Variazioni tendenziali					
Apr.'25	1,9	3,2	4,6	-0,7	3,9
Mag	1,6	3,2	3,8	-1,8	3,4
Giu	1,7	3,5	2,4	-0,7	3,5
Lug	1,7	3,9	0,7	-0,3	2,9
Ago	1,6	4,0	-0,8	-0,2	3,1
Set	1,6	3,7	-1,0	0,3	3,7
Ott	1,2	2,5	-1,7	0,3	3,9
Nov	1,1	1,9	-1,9	0,0	3,4
Dic	1,2	2,3	-2,0	0,6	3,0
Gen. '26	1,0	2,4	-2,0	-1,5	3,5
Feb (*)	1,5 (1,1)	2,5	-2,2	-0,6	6,1
Mar (**)	1,8	2,7	-1,6	1,5	4,5

(*) Il dato ISTAT di febbraio è definitivo; tra parentesi le previsioni del mese precedente. (**) Previsioni.
Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio

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 2024, il 60,2% del valore dei consumi effettuati sul territorio. Per i servizi l'incidenza è del 35,2% e per i beni è dell'87,5%. Escludendo le spese relative ai fitti figurativi dal totale dei consumi e dei servizi di Contabilità Nazionale la rappresentatività, stimata, sale al 70,0% per il totale dei consumi e al 48,1% per i servizi.
La base per i livelli in volume è rappresentata dall'anno 2025. Come indici di prezzo delle serie elementari si è utilizzato il relativo NIC a base 2025. 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 · Livia Patrignani**, tel. 06.5866294 · e-mail l.patrignani@confcommercio.it