Confcommercio

CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO 4

Pil Mensile, ICC e prezzi

Prossima uscita: Congiuntura Confcommercio n. 5 (15 maggio 2026)

Il prolungarsi della crisi in Medio Oriente, i cui effetti al momento sembrano circoscritti alla ripresa dell'inflazione, rende più complessa la lettura del quadro congiunturale e degli sviluppi nel breve periodo. Gli indicatori in alta frequenza, relativi ai primi mesi del 2026, indicano come l'economia italiana sia entrata nel nuovo anno con una confortante dinamicità. Seppure con segnali d'indebolimento delle dinamiche occupazionali e con l'ormai strutturale fragilità dell'industria, arrivata a un punto di stallo, la domanda delle famiglie e il positivo andamento del turismo, sia italiano sia straniero, avevano generato importanti spunti di recupero che, nelle nostre stime, si sarebbero tradotti in una crescita congiunturale del PIL nel primo trimestre del 2026 pari a tre decimi di punto (tab.1).

I riflessi di queste moderate spinte al miglioramento, legati principalmente alle attività dei servizi, sembrano essere proseguiti anche ad aprile, mese in cui si stima una variazione del PIL dello 0,3% su marzo e dell'1,3% sullo stesso mese del 2025. Ad oggi, quindi, la catastrofe della crisi del petrolio e delle materie prime energetiche apparterrebbe più alla dimensione mediatica che all'economia reale.

Sulla debolezza della fiducia degli operatori, per adesso fa aggio la solidità dei fondamentali economici: occupazione ai massimi, inflazione ancora sotto controllo, crescita del reddito disponibile reale. Di conseguenza, la domanda delle famiglie nella metrica dell'ICC ha registrato una crescita dell'1,0% tendenziale nel primo trimestre.

Tuttavia, questo favorevole risultato non costituisce una garanzia di tenuta dell'attuale profilo nel futuro prossimo. Infatti, l'accresciuta propensione al consumo da parte delle famiglie, con effetti positivi finalmente anche su segmenti come l'automotive da tempo in sofferenza, rischia, sulla scorta del possibile aumento dell'inflazione e del peggioramento della fiducia, di conoscere nel breve periodo una brusca frenata con impatti negativi sull'attività economica e sull'occupazione.

L'inflazione, stando alle nostre stime, dovrebbe registrare ad aprile una variazione congiunturale dello 0,7% portando la crescita su base annua al 2,3%, il dato più altro da novembre 2023. Anche nell'ultimo

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	0,3	0,8
Dic. '25	0,0	1,1
Gen. '26	0,1	0,4
Feb	0,3	1,1
Mar	0,0	1,0
Apr	0,3	1,3

mese la ripresa dell'inflazione appare legata principalmente agli effetti delle turbolenze dei prezzi degli energetici. La sostanziale stabilizzazione rilevata negli ultimi giorni nei prezzi delle materie prime energetiche non attenua, peraltro, i timori di un possibile trasferimento, nel breve periodo, degli impulsi anche ad altre filiere. Allo stato attuale è impossibile individuare le tempistiche e le modalità con cui verrà risolto il conflitto. L'incertezza amplifica la volatilità dei mercati e le preoccupazioni riguardo a potenziali problemi legati agli approvvigionamenti.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A marzo 2026 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)1 è stimato in crescita dell'1,2% nel confronto con lo stesso mese del 2025. Il dato è sintesi di un aumento sia della spesa per i beni (1,5%) sia di quella per i servizi (0,9%; tab. 2). Il permanere di un andamento positivo da alcuni mesi ha portato nel complesso del primo trimestre dell'anno ad una crescita, nel confronto con lo stesso periodo del 2025, dell'1,0%. In linea con quanto già rilevato a febbraio, la tendenza al miglioramento appare sostanzialmente diffusa tra le diverse funzioni di consumo che compongono l'indicatore. I segnali di moderato recupero della domanda rischiano, però, di essere frenati già dalla seconda metà di aprile, mentre sulla prima parte del mese l'effetto Pasqua potrebbe aver prodotto ancora impulsi positivi. La strada che l'economia italiana prenderà all'attuale bivio tra consolidarsi della ripresa e l'entrata in recessione dipenderà dalla dinamica della fiducia e dall'eventuale accentuazione dei profili dell'inflazione.

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.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Anche a marzo la componente più dinamica dei consumi è stata quella relativa ai beni e ai servizi per la mobilità (+7,7%). Lievemente più contenuta è stata la crescita per i beni e servizi per la comunicazione (+5,0%), segmento da anni tra i più vitali. In territorio positivo, sia pure con variazioni

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

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

più modeste, si trovano anche i beni e i servizi per la cura della persona (+2,3%), i beni e i servizi per la casa (1,0%) e l'abbigliamento e le calzature (0,3%). Per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa, dopo un periodo di progressiva crescita, la variazione sullo stesso mese del 2025 è nulla. Solo per i beni e servizi ricreativi (-3,7%), segmento le cui dinamiche interne si confermano molto articolate, e gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,4%), la domanda risulta in regresso rispetto allo stesso mese del 2025.

A livello di singole voci di consumo si osserva, anche a marzo, il permanere di molti aggregati in territorio positivo, sia pure con diverse intensità. In particolare, spicca, anche nell'ultimo mese, la tendenza al deciso recupero dell'*automotive*, che registra, nel confronto annuo, una netta crescita degli acquisti da parte dei privati (+18,0%). I dati dell'ultimo bimestre non devono, peraltro, portare a guardare con minore preoccupazione al futuro del settore, in considerazione dei pesanti cali di domanda rilevati nei periodi precedenti e delle molte problematiche ancora aperte. Tra le voci più dinamiche si confermano gli elettrodomestici (7,2%), i trasporti aerei (+4,0%), l'energia elettrica (2,7%), gli alberghi (+1,8%) e i prodotti farmaceutici e terapeutici (+1,9%). Per i servizi ricreativi in senso stretto il sensibile rallentamento nel tasso di crescita (+0,9%) riflette essenzialmente il ridimensionamento della spesa per il cinema. In territorio negativo si confermano, a marzo, i mobili e gli articoli d'arredamento (-0,9%), l'alimentazione domestica (-0,5%) e i pasti e le consumazioni fuori casa (-0,4%).

Relativamente ai carburanti, tornati in territorio negativo (-0,5%), appare ancora prematuro leggere il dato come una risposta delle famiglie al repentino aumento dei prezzi.

PREZZI AL CONSUMO: LE TENDENZE A BREVE TERMINE

Sulla base degli andamenti registrati dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo2, si stima per il mese di aprile 2026 un aumento dello 0,7% dell'indice in termini congiunturali, con una variazione su base annua del 2,3%, il valore più alto dalla fine del 2023 (tab. 3). L'aumento atteso per il mese in corso continua a riflettere essenzialmente le tensioni sulle materie prime negoziate sui mercati internazionali. Per adesso, ciò produce effetti quasi esclusivamente sul costo dell'energia e dei trasporti. In termini prospettici il prolungarsi della crisi contribuisce ad alimentare il clima d'incertezza, nonostante al momento sembra essersi determinata una fase di stallo dei prezzi, sia in termini di tempistiche e dimensioni del trasferimento degli impulsi alle altre filiere, sia di possibili problematiche legate agli approvvigionamenti. Situazione che, inevitabilmente, rischia di incidere negativamente sui comportamenti di consumo delle famiglie e sulle già limitate prospettive di 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					
Mag.'25	-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	0,2	0,1	1,2	2,8
Mar (*)	0,5 (0,6)	0,3 (0,2)	1,8 (1,8)	2,5 (2,0)	-1,6 (-0,5)
Apr (**)	0,7	0,3	1,1	2,5	1,5
Variazioni tendenziali					
Mag.'25	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	2,5	-2,2	-0,6	6,1
Mar (*)	1,7 (1,8)	2,8 (2,7)	-1,6 (-1,6)	2,0 (1,5)	3,4 (4,5)
Apr (**)	2,3	2,4	3,6	3,8	2,2

(*) Il dato ISTAT di marzo 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 e 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