Confcommercio

CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO 6

Pil Mensile, ICC e prezzi

Prossima uscita: Congiuntura Confcommercio n. 7 (17 luglio 2026)

Anche nel secondo trimestre l'economia italiana mostra innegabili segnali di vivacità. Gli indicatori in alta frequenza dicono che ad aprile occupazione, turismo e produzione industriale sono in miglioramento. Anche la domanda di durevoli (autovetture) continua il percorso di recupero. A maggio, la fiducia delle famiglie è in ripresa, dopo un bimestre problematico.

Restano presenti ottime ragioni per coltivare dubbi e preoccupazioni. Però, se la fragile tregua in Medio Oriente si trasformerà in un periodo di stabilità, i già presenti segnali di attenuazione dei prezzi delle materie prime energetiche potrebbero consolidarsi, così come si potrebbero sensibilmente ridurre i rischi di difficoltà negli approvvigionamenti. Il miglioramento del contesto avrebbe l'effetto di raffreddare le tensioni sui prezzi, attenuando gli effetti negativi derivanti dalla recente ripresa dell'inflazione. Se dovesse verificarsi un rallentamento nelle dinamiche economiche questo potrebbe limitarsi ai mesi a cavallo tra la fine dell'estate e l'inizio dell'autunno.

In linea con questo scenario, il secondo trimestre dovrebbe essere stato caratterizzato da un'evoluzione del PIL ancora positiva ad aprile e maggio e una stasi a giugno (tab. 1). La sintesi di queste dinamiche si traduce, secondo una prima stima, in una crescita del PIL nel secondo trimestre dello 0,4% congiunturale e dell'1,3% su base annua, stima corroborata da un positivo effetto base (il secondo quarto del 2025 è stato caratterizzato da stagnazione). In considerazione di quanto accaduto nella prima parte del 2026, e con segnali sempre più concreti di una possibile "normalizzazione" in Medio Oriente, si rafforza la possibilità di una crescita nell'anno in corso prossima all'1%, anche nell'ipotesi di una seconda parte dell'anno meno dinamica.

I consumi, calcolati nella metrica dell'ICC, si confermano a maggio in territorio positivo, consolidando la fase di recupero iniziata alla fine del 2025, con una variazione nel confronto annuo dell'1,2% (tab. 2). Anche nell'ultimo mese la tendenza al miglioramento dei volumi acquistati dalle famiglie è sostanzialmente diffusa, con marcati spunti di recupero per l'automotive.

Anche la domanda per i servizi, soprattutto quelli legati alla fruizione del tempo libero, si mantiene in costante crescita, anche per la perdurante spinta del turismo.

In questo contesto l'incognita principale è rappresentata dall'andamento dell'inflazione. Sulla base delle nostre stime, per il mese di giugno è attesa una variazione dei prezzi al consumo dello 0,3% su maggio, comportando un'ulteriore moderata accelerazione su base annua (3,3%; tab. 3). Al momento, le tensioni inflazionistiche si concentrano nei settori in cui i prezzi riflettono in maniera diretta le dinamiche delle materie prime energetiche. Tra gli elementi positivi si rileva come, dopo la stasi di maggio, per gli alimentari è attesa una moderata diminuzione, in linea con l'esaurirsi delle tensioni sugli alimentari non lavorati.

Tab. 1: Pil mensile (dati destagionalizzati)

	Variazioni Congiunturali	Variazioni Tendenziali
III trimestre '25	0,2	0,7
IV trimestre	0,3	0,9
I trimestre '26	0,3	0,8
II trimestre	0,4	1,3
Feb '26	0,1	0,8
Mar	0,3	1,1
Apr	0,1	1,2
Mag	0,2	1,5
Giu	0,0	1,0

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A maggio 2026 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)[11] 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 (1,3%) sia di quella per i servizi (1,2%; tab. 2). La domanda delle famiglie si conferma in recupero, consolidando l'opinione che i positivi risultati conseguiti nella prima parte del 2026 (anche nell'ultimo mese la disponibilità di nuove informazioni ha portato ad un miglioramento del dato rispetto alle prime stime) siano rappresentativi di un processo non occasionale la cui entità e durata rischia, peraltro, di essere limitata dal riacutizzarsi 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.

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

	Var. % su base annua						
	2024	2025	2026				
	Anno	Anno	IV trim.	I trim	Mar	Apr	Mag
SERVIZI	2,0	0,7	1,0	1,2	1,2	1,9	1,2
BENI	0,9	-1,1	-0,1	2,0	4,2	2,0	1,3
TOTALE	1,2	-0,5	0,1	1,7	3,2	2,0	1,2
Beni e servizi ricreativi	**-1,7**	**-0,9**	**-0,8**	**-2,0**	**-2,1**	**-2,6**	**-2,8**
- servizi ricreativi	-7,9	10,1	18,7	7,3	1,3	9,8	12,5
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-1,0	0,0	0,5	1,8	0,9	-1,1	-0,3
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	**1,7**	**0,3**	**-0,3**	**0,7**	**0,3**	**2,1**	**0,7**
- alberghi	3,8	1,1	1,2	6,2	7,6	8,7	2,4
- pubblici esercizi	1,0	0,0	-0,7	-0,9	-1,5	0,1	0,2
Beni e servizi per la mobilità (*)	**6,5**	**-3,0**	**-1,1**	**5,5**	**12,5**	**10,0**	**6,5**
- automobili	7,0	-9,6	-7,0	7,8	18,1	19,4	15,7
- carburanti	5,2	0,6	2,7	4,1	10,0	6,5	1,6
- trasporti aerei	18,8	5,1	6,2	4,9	4,9	2,6	3,0
Beni e servizi per la comunicazione	**7,1**	**5,4**	**6,4**	**5,5**	**9,5**	**5,6**	**5,3**
- servizi per le comunicazioni	1,6	0,2	1,2	0,1	2,8	2,4	2,8
Beni e servizi per la cura della persona	**0,9**	**0,9**	**2,1**	**2,4**	**4,2**	**4,5**	**1,7**
- prodotti farmaceutici e terapeutici	0,0	-0,3	1,0	2,3	5,0	5,6	1,0
Abbigliamento e calzature	**-0,9**	**-1,8**	**-1,1**	**-0,3**	**2,0**	**0,9**	**0,2**
Beni e servizi per la casa	**0,5**	**-0,3**	**0,7**	**2,1**	**2,3**	**2,0**	**1,2**
- energia elettrica	3,8	-0,3	1,7	3,0	2,8	1,9	2,0
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-2,3	-1,0	0,7	0,1	-0,6	2,8	0,2
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	3,4	3,6	5,4	10,2	10,6	7,7	7,9
Alimentari, bevande e tabacchi	**-0,6**	**-0,6**	**-0,2**	**0,9**	**1,6**	**-1,9**	**-0,1**
- alimentari e bevande	-0,6	-0,7	-0,2	1,1	1,7	-2,1	0,0
- tabacchi	-0,3	-0,1	0,0	0,2	0,5	-0,2	-0,3

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

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Le dinamiche rilevate nell'ultimo mese sono in linea con quanto registrato nei periodi più recenti con una ripresa della domanda sostanzialmente diffusa. Anche a maggio, la componente più

dinamica dei consumi è stata quella relativa ai beni e ai servizi per la mobilità (+6,5%). Lievemente più contenuta è stata la crescita per i beni e servizi per la comunicazione (+5,3%), segmento tra i più vitali negli ultimi anni. In territorio positivo, sia pure con variazioni più modeste, si trovano anche i beni e i servizi per la cura della persona (+1,7%), i beni e i servizi per la casa (1,2%) gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,7%) e l'abbigliamento e le calzature (0,2%). Solo per i beni e servizi ricreativi (-2,8%), segmento le cui dinamiche interne si confermano molto articolate, e gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,1%), la domanda risulta in regresso rispetto allo stesso mese del 2025.

Tra le singole voci di consumo spicca la tendenza al deciso recupero dell'*automotive* che registra, nel confronto annuo, una netta crescita degli acquisti da parte dei privati (+15,7%). Va ricordato che i dati degli ultimi mesi pur attenuando sensibilmente le perdite registrate nei periodi più recenti lasciano ancora aperti molti dei problemi che condizionano da tempo lo sviluppo del settore. Per i servizi ricreativi in senso stretto si conferma anche a maggio il permanere di un trend favorevole (+12,5%, evoluzione su cui continua a svolgere un ruolo significativo la ripresa degli spettacoli cinematografici). Tra le voci più dinamiche si confermano gli elettrodomestici (+7,9%), i trasporti aerei (+3,0%), gli alberghi (+2,4%), l'energia elettrica (2,0%), i carburanti (+1,6%) e i prodotti farmaceutici e terapeutici (+1,0%). In marginale miglioramento risultano anche i pasti e le consumazioni fuori casa, l'abbigliamento e le calzature e i mobili e gli articoli d'arredamento (+0,2%).

Per gli alimentari, dopo un bimestre di andamenti contrastanti, la situazione a maggio sembra tornata ad una sostanziale stabilizzazione dei volumi acquistati.

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 giugno 2026 un aumento dello 0,3% dell'indice in termini congiunturali, con una variazione su base annua del 3,3% (tab. 3).

Anche nel mese in corso le tensioni inflazionistiche sono attese concentrarsi prevalentemente nei settori in cui i prezzi riflettono in maniera diretta le dinamiche dei costi internazionali delle materie prime energetiche. Tra gli elementi positivi si rileva come, dopo la stasi di maggio, per gli alimentari sia attesa una moderata diminuzione, in linea con l'esaurirsi delle tensioni sui non lavorati.

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					
Lug '25	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	-2,3	0,7
Feb	0,7	0,2	0,1	1,2	2,8
Mar	0,5	0,3	1,8	2,5	-1,6
Apr	1,1	0,8	2,5	2,5	2,1
Mag (*)	0,4 (0,5)	0,1 (0,7)	-0,1 (1,1)	0,1 (0,5)	1,7 (0,8)
Giu (**)	0,3	-0,2	0,6	0,8	1,1
Variazioni tendenziali					
Lug '25	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	-1,4	3,5
Feb	1,5	2,5	-2,2	-0,5	6,1
Mar	1,7	2,8	-1,6	2,1	3,4
Apr	2,7	2,9	5,1	3,8	2,8
Mag (*)	3,2 (3,4)	2,6 (3,4)	5,8 (7,3)	5,5 (6,0)	3,5 (2,6)
Giu (**)	3,3	2,4	7,5	5,4	3,4

(*) Il dato ISTAT di maggio 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