

CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

10

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 11 (18 dicembre 2025)

Visto che una profonda incertezza domina gli scenari economici interni e internazionali, non deve stupire il cambiamento dell'interpretazione della congiuntura man mano che nuove evidenze statistiche diventano disponibili. Ciò per dire che se il mese scorso l'orientamento prevalente era negativo, oggi vogliamo, invece, valorizzare spunti positivi emersi di recente: dall'ottimo settembre per il turismo straniero, al rimbalzo statistico della produzione industriale nello stesso mese, fino alla buona tenuta degli scambi con l'estero, seppure fortemente oscillanti di mese in mese. Questi elementi, dentro un contesto di moderazione inflazionistica - ormai data per strutturale dopo le fiammate del passato - e redditi reali crescenti, sostenuti anche da un mercato del lavoro tonico, comportano lievi miglioramenti dei consumi e prospettive di aumento della fiducia e, di conseguenza, previsioni meno pessimistiche non tanto sull'anno in corso, in un certo senso compromesso in termini di crescita, quanto sul prossimo che, in fondo, potrebbe anche raggiungere una variazione del PIL all'1%.

Per quanto riguarda la lettura dei redditi delle famiglie e il loro tenore di vita, non aiutano le polemiche mediatiche che confondono i redditi con i redditi da lavoro, i redditi da lavoro con le retribuzioni, la povertà assoluta con la disuguaglianza e le ormai infinite nuove forme di povertà, né contribuisce a un informato discorso pubblico la diffusa consuetudine di scegliersi arbitrariamente i periodi temporali nei confronti dinamici o i paesi nei confronti spaziali, o le più diverse definizioni dell'input di lavoro quando si vuole stigmatizzare l'insufficiente dinamica della remunerazione del fattore lavoro.

La tabella qui presentata prova a fare luce su questi aspetti.

Reddito e Consumi – miliardi di euro del 2025 a valori concatenati e variazioni percentuali

	1 Sem 2007	1 Sem 2019	1 Sem 2025	var. % 2025-2007	var. % 2025-2019
Reddito Disponibile Lordo	747,3	672,2	698,7	-6,5	4,0
- Redditi da lavoro dipendente	404,9	411,5	436,6	7,8	6,1
- Pensioni e trasferimenti	210,5	236,7	259,7	23,4	9,7
- Imposte e contributi	-284,1	-294,7	-315,1	10,9	6,9
Consumi residenti	647,2	632,1	636,8	-1,6	0,8
ULA (milioni)	16,7	16,7	18,1	8,5	8,9
Redditi lavoro dipendente/ULA (000 di euro)	24,2	24,7	24,1	-0,6	-2,6

Le poste a valori correnti sono state deflazionate con il deflatore dei consumi (dati di fonte Istat)

Gli aspetti rilevanti da evidenziare sono due. Per i consumi - e quindi per la crescita economica - contano i redditi complessivi (prima riga) che sono cresciuti, anche grazie ai trasferimenti pubblici del 4% reale rispetto al 2019, mentre sono, come noto, ancora al di sotto del massimo raggiunto nel 2007. I redditi da lavoro dipendente, comprensivi dei contributi a favore

del dipendente, ma a carico del datore di lavoro, sono crescenti nel complesso (seconda riga) e decrescenti in termini di unità di lavoro standard (ultima riga). Ma la riduzione è limitata al 2,6% complessivo nei sei anni considerati, se la deflazione utilizza il deflatore dei consumi e non un indice di prezzo (come il NIC o l'IPCA meno esaustivi rispetto al totale dei consumi; in questo caso la perdita sarebbe lievemente superiore).

Il secondo e più rilevante aspetto riguarda ciò che non c'è in tabella ma che i numeri suggeriscono: stante il fatto che la ricchezza finanziaria presenta una dinamica positiva che più che compensa quella negativa degli asset immobiliari delle famiglie, la mancata coerenza tra consumi (+0,8% cumulato) e redditi (+4,0% cumulato) deve essere attribuita a una perdita strutturale di fiducia. Gli italiani non hanno ancora assorbito le paure derivanti dalla fiammata inflazionistica del biennio 2022-2023 e scontano ancora i residui psicologici della prolungata mancata crescita 2007-2019 dovuta alla scarsa dinamica della produttività.

Questo il quadro complessivo che va richiamato di tanto in tanto.

Tornando alla congiuntura, che appunto si legge meglio in un'ottica di respiro temporale più ampio, a settembre i principali indicatori (occupazione, produzione industriale e presenze turistiche) hanno mostrato una tendenza al miglioramento. Non si può escludere, insomma, un'intonazione più favorevole dell'economia anche perché le prime stime indicherebbero un consolidamento di questa prospettiva anche in ottobre e novembre. Sondaggi di varie fonti, per lo più attendibili, segnalerebbero prospettive favorevoli per il Black Friday, con apertura incoraggiante sui consumi di Natale e del mese di dicembre nel complesso.

Si tratta di segnali deboli, in attesa di conferma, ma che sarebbe inappropriato trascurare, tanto più che per il bimestre ottobre-novembre il PIL mensile indica una crescita congiunturale di quattro decimi di punto (tab. 1) coerente con una possibile variazione tendenziale dell'ultimo quarto dell'anno in corso attorno all'1%.

Tab. 1 – PIL mensile – dati destagionalizzati		
	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
IV trimestre '24	0,1	0,5
I trimestre '25	0,3	0,7
II trimestre	-0,1	0,5
III trimestre	0,0	0,4
Lug '25	0,0	0,5
Ago	-0,5	0,1
Set	0,4	0,4
Ott	0,4	0,8
Nov	0,4	1,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

In questo contesto, nonostante i progressi registrati in termini di rientro dell'inflazione, scesa a ottobre all'1,2%, con i positivi effetti sulla dinamica del reddito reale delle famiglie, i consumi si confermano l'anello debole della catena, per la già citata condizione precaria della fiducia. A settembre, infatti, le vendite a volume hanno registrato un andamento negativo confermando e amplificando le difficoltà di molti segmenti di consumo. Tuttavia, questa dinamica sembra essersi marginalmente modificata a ottobre. La spesa delle famiglie, misurata nella metrica dell'ICC, aumenta di un decimo di punto rispetto a ottobre 2024 (tab. 2). Se la variazione anno su anno appare marginale, la variazione congiunturale (+0,4% rispetto a settembre) porta a guardare con maggior fiducia alla possibile evoluzione della domanda nei prossimi mesi.

La domanda si conferma negativa per l'automotive, l'abbigliamento e le calzature, gli alimentari, i mobili e gli elettrodomestici. I servizi, tornati a crescere dopo un trimestre deludente, si confermano, anche in questi ultimi mesi del 2025, la componente più dinamica.

I prezzi al consumo sono, nel complesso, in diminuzione da alcuni mesi. A novembre la nostra stima è di un'ulteriore lieve flessione (-0,1%) con una variazione su base annua che rimane all'1,2% (tab. 3). Le attese sono di un ulteriore rientro

delle dinamiche dei prezzi dei beni alimentari e degli altri prodotti e servizi acquistati con maggior frequenza dalle famiglie. Il consolidarsi di queste dinamiche dovrebbe contribuire ad alimentare il recupero della fiducia delle famiglie restituendo maggiore slancio alla domanda per consumi.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A ottobre 2025 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)¹ è stimato in crescita dello 0,1% nel confronto con lo stesso mese del 2024. Il marginale miglioramento segue un bimestre molto difficile. La stima per ottobre è sintesi di una riduzione della spesa per i beni (-0,3%) e di una crescita di quella per i servizi (1,0%; tab. 2).

La percezione di una domanda che stenta a ritrovare la strada della crescita è in parte attenuata dalle dinamiche destagionalizzate che segnalano a ottobre un recupero dello 0,4% su settembre con un miglioramento che coinvolge entrambe le componenti (beni e servizi).

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 trim	III trim.	Set	Ott	Anno	Gen-ott
SERVIZI	3,9	1,3	1,3	0,0	-0,3	1,0	0,3	0,3
BENI	-1,3	0,9	-0,6	-1,1	-0,8	-0,3	-0,6	-2,2
TOTALE	0,4	1,0	0,0	-0,6	-0,7	0,1	-0,3	-1,3
Beni e servizi ricreativi	-1,1	-1,7	-1,2	-1,1	-1,4	-0,4	-3,6	-4,8
- servizi ricreativi	42,6	-8,7	7,8	2,4	5,4	2,0	6,4	17,0
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-1,0	-0,7	-0,8	1,1	-1,2	0,3	-1,2	-2,8
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	6,3	1,7	1,0	-0,2	-1,1	1,0	0,3	0,1
- alberghi	9,5	2,6	2,4	1,2	0,3	0,0	-0,5	-1,9
- pubblici esercizi	5,4	1,4	0,6	-0,8	-1,6	1,2	0,6	0,8
Beni e servizi per la mobilità (*)	7,0	5,3	-4,5	-2,9	-0,5	-3,8	0,5	-3,9
- automobili	22,1	6,7	-14,7	-12,0	-9,1	-12,2	2,1	-9,9
- carburanti	-3,1	3,9	1,8	1,8	6,2	1,5	2,5	2,4
- trasporti aerei	9,1	18,8	5,3	2,5	2,4	0,5	-32,2	-29,2
Beni e servizi per la comunicazione	-1,1	6,9	8,2	10,5	9,6	11,3	17,4	26,6
- servizi per le comunicazioni	3,6	1,1	0,2	1,2	-0,9	0,3	-5,3	-4,3
Beni e servizi per la cura della persona	-0,7	-0,7	0,0	0,4	1,5	0,9	4,3	4,0
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-2,2	0,0	-1,2	-1,3	0,8	0,8	6,0	5,3
Abbigliamento e calzature	-2,5	-1,0	-1,8	-2,3	-7,2	-1,1	-9,1	-11,8
Beni e servizi per la casa	-2,3	0,7	-0,6	-1,5	-0,4	0,0	2,2	0,7
- energia elettrica	-2,1	2,2	1,3	-3,8	1,2	0,2	-1,1	-2,3
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-3,3	-2,4	-2,5	-0,3	-1,7	-1,7	-3,5	-6,1
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-3,0	6,6	-2,4	-5,7	-4,0	-4,0	14,4	10,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-2,8	-0,7	1,5	-1,4	-1,6	-0,7	-3,7	-4,5
- alimentari e bevande	-3,6	-0,7	1,8	-1,6	-1,9	-0,8	-5,1	-6,0
- tabacchi	2,5	-0,3	0,1	-0,2	0,0	0,2	6,7	6,3

(*) 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

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

Le stime di ottobre 2025 confermano il permanere di andamenti articolati delle diverse funzioni di consumo che compongono l'ICC, con pochi segmenti che mostrano spunti di crescita. L'incremento più significativo si conferma quello relativo ai consumi di beni e servizi per la comunicazione (+11,3%), andamento che continua a essere guidato principalmente dalla componente relativa ai beni. Variazioni positive si sono registrate anche per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,0%) e per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,9%). Stabile la domanda per i beni e i servizi per la casa. Le altre macro-funzioni evidenziano un arretramento, su base annua, dei quantitativi acquistati dalle famiglie. Le maggiori difficoltà si confermano quelle relative al segmento dei beni e i servizi per la mobilità (-3,8%). Più contenute, ma non meno significative, sono le riduzioni registrate per l'abbigliamento e le calzature (-1,1%), per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,7%) e per i beni e i servizi ricreativi (-0,4%).

A livello di singole voci di consumo mostrano variazioni positive gran parte dei segmenti la cui domanda è attinente al tempo libero come i servizi ricreativi in senso stretto (2,0%), i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,2), i carburanti (1,5%) e i trasporti aerei (+0,5%). In moderata crescita si stimano i consumi di energia elettrica (0,2%) e sostanzialmente stabile la spesa per gli alberghi. Relativamente alle altre funzioni di spesa, oltre la decisa flessione rilevata per le auto (-12,2%), si conferma la tendenza al rallentamento della domanda per gli elettrodomestici (-4,0%), per i mobili e gli articoli d'arredamento (-1,7%) e per gli alimentari (-0,8%). Tali dinamiche, unitamente ai cali rilevati per l'abbigliamento e le calzature, consolidano la tendenza, in un contesto di marginale crescita della domanda, a comprimere le spese per i prodotti più maturi a vantaggio di quelle che attualmente vengono percepite come maggiormente rappresentative del proprio benessere.

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 novembre una riduzione dello 0,1% dell'indice in termini congiunturali e una crescita dell'1,2% su base annua.

Si consolida pertanto la fase di rientro dell'inflazione con prezzi che, nel complesso, sarebbero in riduzione da un trimestre. In questo contesto apprezzabili segnali di rallentamento dell'inflazione cominciano a registrarsi,

su base annua, per gli alimentari e gli altri prodotti acquistati con maggior frequenza. Il consolidarsi di queste dinamiche dovrebbe attenuare, nei prossimi mesi, il divario tra la percezione della variazione dei prezzi e le dinamiche reali favorendo il recupero della fiducia delle famiglie, la cui mancanza rappresenta il principale ostacolo al miglioramento della domanda per consumi e di conseguenza per una crescita meno asfittica.

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					
Dic. '24	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	0,1	0,7	-4,1	0,7	2,7
Mag	-0,1	0,4	-0,7	-1,6	1,0
Giu	0,2	0,0	-1,0	0,9	1,1
Lug	0,4	0,0	1,1	1,0	-0,2
Ago	0,1	0,2	-1,1	0,5	0,0
Set	-0,2	-0,1	0,1	-1,6	1,3
Ott (*)	-0,3 (0,0)	0,1 (0,1)	-0,6 (0,3)	-0,4 (0,0)	-1,3 (-0,5)
Nov (**)	-0,1	0,1	0,5	0,2	-1,5
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Dic. '24	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	1,9	3,2	4,6	-0,8	3,9
Mag	1,6	3,2	3,9	-1,9	3,4
Giu	1,7	3,5	2,4	-0,8	3,6
Lug	1,7	3,9	0,6	-0,3	2,9
Ago	1,6	4,0	-0,8	-0,2	3,2
Set	1,6	3,7	-1,0	0,3	3,8
Ott (*)	1,2 (1,6)	2,5 (2,5)	-1,7 (-0,9)	0,2 (0,6)	3,9 (4,7)
Nov (**)	1,2	1,9	-1,5	0,3	4,3

(*) Il dato ISTAT di ottobre è definitivo; tra parentesi le previsioni del mese precedente. (**) Previsioni.
Fonte: Istat e previsioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

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 trimestrale 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 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 postali 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, ANCM, 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](#)).