



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

6

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 7 (17 luglio 2025)

Anche nel secondo trimestre del 2025 la nostra economia ha continuato a mostrare, in un contesto caratterizzato da turbolenze e incertezze, importanti segnali di vivacità. Già la nostra previsione a +0,3% congiunturale per il primo quarto dell'anno in corso ad alcuni era apparsa ottimistica. Si può sempre usare la clausola di stile "con prevalenti rischi al ribasso" per qualificare la propria visione sul futuro prossimo. Noi non lo faremo.

La presenza di un quadro più positivo nel secondo trimestre, le cui evidenze principali sono date dal permanere dell'occupazione ai massimi storici e dal ritorno ad aprile della produzione industriale in territorio debolmente positivo dopo oltre un triennio, si legge nell'importante recupero della fiducia di imprese e famiglie registrato a maggio. È vero che in ottica di misurazione del sentiment di più lungo termine (secondo l'indagine Confindustria-Censis) la fiducia resta sotto i livelli del 2024. Ma le oscillazioni congiunturali, finalmente favorevoli, vanno comunque apprezzate.

In questo contesto, che beneficia anche di una stabilizzazione dell'inflazione su valori inferiori al 2%, elemento che ha portato la BCE a riportare i tassi di riferimento ai livelli di fine 2022, non mancano le incognite legate all'evolversi delle politiche commerciali.

L'incertezza sugli sviluppi futuri del contesto internazionale potrebbe frenare il recupero della fiducia, uno degli elementi portanti per il miglioramento degli investimenti e dei consumi nella seconda parte dell'anno.

Stando alle nostre stime, a maggio e giugno 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%. Nella media del secondo trimestre la nostra stima è di una crescita dello 0,4% congiunturale, andamento su cui hanno inciso i buoni risultati di aprile, e dello 0,9% tendenziale. Queste stime sono coerenti con la possibilità di realizzare, in assenza di particolari shock, una crescita nell'intero 2025 prossima allo 0,8%.

In questo contesto l'anello debole della catena continua ad essere rappresentato dalle difficoltà dei consumi di intradarsi su un sentiero di crescita consolidato. Le famiglie italiane, nonostante i miglioramenti occupazionali e reddituali, continuano a mostrare una scarsa propensione al consumo.

Queste valutazioni sono confermate dall'andamento dei consumi misurati nella metrica dell'ICC. Sulla base delle prime stime, a maggio l'indicatore, dopo il recupero di aprile, ha registrato una variazione nulla nel confronto annuo. Il dato è sintesi di una crescita per i servizi (+0,4%) e di una riduzione per i beni (-0,3%). Andamenti che consolidano, al netto di fattori episodici, la tendenza alla terziarizzazione del consumo, mentre sono i beni, soprattutto i più tradizionali, (alimentari, abbigliamento, calzature, mobili, autovetture) a mostrare i maggiori segnali di difficoltà.

I comportamenti delle famiglie non sembrano, al momento, ancora riflettere i benefici sul reddito disponibile reale derivanti dalla stabilizzazione dell'inflazione che si conferma, anche a giugno, sotto controllo. Le nostre stime indicano per

il mese in corso una variazione dei prezzi al consumo dello 0,1% congiunturale, confermando la crescita su base annua all'1,7%. L'esaurirsi delle moderate spinte inflazionistiche registrate nella parte finale del 2024 e l'ipotesi del permanere dell'inflazione sui livelli attuali anche nei prossimi mesi è confermata dalle scelte della BCE che, attuando una politica monetaria meno restrittiva, evidenzia come, al momento, il problema principale non sia rappresentato dall'andamento dei prezzi, ma dalla crescita.

Tab. 1 – PIL mensile

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
III trimestre '24	0,0	0,6
IV trimestre	0,2	0,6
I trimestre '25	0,3	0,7
II trimestre	0,4	0,9
Feb '24	-0,3	0,1
Mar	0,3	0,9
Apr	0,3	0,9
Mag	0,1	1,1
Giu	0,1	0,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A maggio 2025 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)¹ ha mostrato una variazione nulla rispetto allo stesso mese del 2024. La stima è sintesi di una diminuzione della spesa per i beni (-0,3%) e di un aumento di quella per i servizi (0,4%; tab. 2). Dopo un bimestre in cui il confronto annuo era stato condizionato da molteplici

effetti di calendario, il dato destagionalizzato dell'ultimo mese, pur confermando il permanere di una situazione sostanzialmente statica della domanda, presenta qualche segno di vivacità. Per il terzo mese consecutivo si rileva, infatti, una marginale crescita (+0,1%) in termini congiunturali.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

In linea con una situazione che, su base annua, non sembra mostrare particolari mutamenti, sia in termini di dinamiche sia di preferenze dei consumatori, anche a maggio 2025 le diverse funzioni di consumo che compongono l'ICC hanno mostrato andamenti articolati. L'unico incremento di rilievo ha interessato, come di consueto, i consumi relativi ai beni e ai servizi per la comunicazione (+7,6%). Variazioni lievemente positive si sono registrate per la domanda per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,2%) e per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,2%). Tutte le altre macro-

funzioni evidenziano, sia pure con diverse intensità, un arretramento, su base annua, dei quantitativi acquistati dalle famiglie. In particolare per gli alimentari, le bevande e i tabacchi dopo la decisa crescita rilevata ad aprile la domanda è tornata in territorio debolmente negativo (-0,1%), confermando le difficoltà di uscire da una fase, ormai strutturale, di ridimensionamento dei consumi. Marginali variazioni negative della domanda hanno interessato anche i beni e i servizi per la mobilità (-0,2%). Nel mese di maggio le difficoltà maggiori, nel confronto con lo stesso mese del 2024, si registrano per i beni e i

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.

servizi ricreativi (-1,6%), per i beni e i servizi per la casa (-1,4%) e per l'abbigliamento e le calzature (-1,0%). 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 (+5,7%), per i servizi ricreativi (4,7%) e per gli alberghi (+1,0%). Si conferma la tendenza al recupero

delle spese per i carburanti (+1,6%) e la stasi dei consumi relativi ai pasti e consumazioni fuori casa. Rimane molto difficile la situazione dell'*automotive* che sconta una riduzione del 4,0%, su base annua, delle autovetture acquistate dai privati. Si conferma anche a maggio 2025 la tendenza al rallentamento della domanda per i mobili e gli articoli d'arredamento (-0,9%), per gli elettrodomestici (-3,5%) e per l'energia elettrica.

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	Apr	Mag	Anno	Gen-mag
SERVIZI	4,2	1,3	0,7	-0,1	1,0	0,4	0,7	-2,4
BENI	-0,8	0,5	1,0	-2,0	1,0	-0,3	-0,6	-2,8
TOTALE	0,8	0,7	0,8	-1,5	1,1	0,0	-0,1	-2,6
Beni e servizi ricreativi	-1,6	-1,2	-1,0	-2,6	-0,9	-1,6	-3,7	-10,6
- servizi ricreativi	24,7	2,8	4,0	3,1	6,9	4,7	4,8	5,5
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-1,0	-0,7	0,4	-1,4	-3,1	-0,7	-1,2	-6,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	6,7	1,2	0,4	-1,6	0,8	0,2	0,4	-3,9
- alberghi	10,3	0,8	1,0	0,5	4,1	1,0	-0,6	15,8
- pubblici esercizi	5,6	1,4	0,3	-2,2	0,0	0,0	0,7	-8,0
Beni e servizi per la mobilità (*)	9,7	2,8	1,2	-3,6	-1,3	-0,2	0,2	-5,9
- automobili	23,4	3,7	-0,9	-5,2	-5,5	-4,0	-1,3	-14,0
- carburanti	1,7	1,8	1,7	-3,2	0,8	1,6	5,7	2,9
- trasporti aerei	1,7	11,0	10,2	7,6	7,3	5,7	-40,3	-37,2
Beni e servizi per la comunicazione	-1,1	6,8	7,4	8,8	8,0	7,6	17,3	28,5
- servizi per le comunicazioni	3,6	0,8	-1,3	1,2	-1,2	-0,5	-5,4	-2,0
Beni e servizi per la cura della persona	-0,8	1,0	1,7	-0,1	-0,2	0,2	6,0	6,1
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-2,2	0,0	0,6	-0,6	-1,3	-0,9	6,0	8,2
Abbigliamento e calzature	-2,5	-1,0	-0,7	-2,1	-2,2	-1,0	-9,1	-16,9
Beni e servizi per la casa	-1,5	0,3	1,4	-1,5	-1,6	-1,4	2,6	1,6
- energia elettrica	-2,1	2,2	2,6	-0,7	-1,1	-2,6	-1,1	-2,8
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-3,3	-2,4	-1,1	-2,4	-2,3	-0,9	-3,5	-5,5
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-3,0	6,6	9,0	-2,8	-4,0	-3,5	14,4	14,5
Alimentari, bevande e tabacchi	-2,8	-0,7	0,0	-2,7	4,7	-0,1	-3,7	-3,7
- alimentari e bevande	-3,6	-0,7	0,0	-3,1	5,4	0,0	-5,1	-5,0
- tabacchi	2,5	-0,3	-0,1	-0,3	0,3	-0,8	6,7	6,2

(*) 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 consumo², si stima per il mese di giugno una variazione dello 0,1% dell'indice in termini congiunturali e una crescita dell'1,7% su base annua. Il consolidarsi di una fase di stabilizzazione dell'inflazione dovrebbe favorire, nei

prossimi mesi, l'ulteriore recupero della fiducia da parte delle famiglie. Elemento che, associato al permanere di dinamiche positive per molti indicatori reali, occupazione e redditi tra tutti, potrebbe portare nella seconda parte dell'anno all'atteso, e necessario, miglioramento della domanda.

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

(*) Il dato ISTAT di maggio 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 a 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 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](#)).