



CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

8

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 8 (17 settembre 2025)

La conferma della stima della variazione del PIL a -0,1% nel secondo trimestre del 2025 riduce ulteriormente gli spazi di ottimismo per l'esito complessivo dell'anno in corso. Data la buona qualità degli ingredienti di base, resta, però, sul piatto dell'analisi congiunturale, una residua possibilità di risultati favorevoli nel prosieguo dell'anno, sebbene, certo, non brillanti. Intanto, l'occupazione resta sui massimi con una crescita in poco più di quattro anni di oltre 2,1 milioni e di questi il 93% è dato da dipendenti con contratti a tempo indeterminato. Le attese sono di una stabilizzazione sugli attuali livelli per tutta la seconda parte del 2025. Quindi, il mercato del lavoro smette di crescere, ma non si contrae.

Una valutazione attenta delle dinamiche del reddito disponibile delle famiglie indica un volume di risorse attualmente ai massimi dal 2011 (dal 2009 in termini pro capite). Il reddito da lavoro, una componente importante del reddito complessivo, per quanto non abbia ancora recuperato le perdite patite rispetto al 2019, dovrebbe anch'esso colmare il 3-4% di divario in termini reali entro la metà del prossimo anno.

L'inflazione resta abbondantemente sotto il 2%, la nostra stima per settembre è di una variazione nulla su agosto e di una crescita dell'1,7% su base annua, e i giustificati timori di un effetto fiducia legato alle dinamiche dei prezzi degli alimentari, soprattutto non lavorati, devono essere bilanciati dai miglioramenti sui costi dell'energia. Occorre anche valorizzare positivamente tanto la riduzione dell'incertezza importata dallo scenario internazionale quanto i segnali di miglioramento registrati sul versante della produzione industriale, tornata a luglio in territorio positivo nel confronto annuo.

Nonostante le fragilità la nostra economia dovrebbe aver mostrato nei mesi estivi modesti segnali di recupero, dopo la negativa performance primaverile. Secondo le nostre stime il PIL dovrebbe essere cresciuto dello 0,4% su base congiunturale e dello 0,9% su base annua (tab. 1).

L'indicatore dei consumi Confcommercio, nonostante questi buoni ingredienti di base, continua a mostrare dinamiche stentate, a conferma di tendenze già emerse nel recente passato e cristallizzate dai conti trimestrali nazionali. Nella metrica dell'ICC i dati grezzi mostrano ad agosto una riduzione su base annua (-0,2%), sintesi di un contenuto miglioramento della domanda per i servizi (0,2%) e di un calo di quella per i beni (-0,8%) (tab. 2). Quadro di sostanziale stagnazione che non viene modificato dalle risultanze del dato destagionalizzato. A luglio i consumi sarebbero calati di un decimo di punto nella metrica destagionalizzata nel confronto tendenziale, con una ripresa ad agosto (+0,4%), tuttavia insufficiente a compensare il calo di giugno.

La spinta del turismo e della tecnologia non basta a neutralizzare i cali negli acquisti di automobili e di altri beni durevoli, giusto per tacere della perdurante riduzione negli acquisti di vestiario e calzature.

Pertanto, appare di palmare evidenza uno iato tra fondamentali economici e comportamenti di acquisto. È la scarsa fiducia prospettica a frenare gli acquisti delle famiglie.

Non sono tanto le oscillazioni mensili a preoccupare quanto il posizionamento strutturale del sentiment rispetto al 2024 (-5%) o al 2023 (-15%), secondo una recente ricerca Confcommercio-Censis.

Un'acuta analisi della BCE riferita al 2024 indica che l'Italia ha una tra le performance peggiori in termini di scarto tra coloro che sottostimano le crescite del reddito disponibile reale e coloro che le sovrastimano, enfatizzando l'errore di percezione riguardo alle risorse potenzialmente destinabili al consumo.

Tab. 1 – PIL mensile		
	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
IV trimestre '24	0,2	0,6
I trimestre '25	0,3	0,7
II trimestre	-0,1	0,4
III trimestre	0,4	0,9
Mag '25	-0,2	0,3
Giu	0,3	0,4
Lug	0,2	0,7
Ago	0,1	1,1
Set	0,0	0,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Pesano negativamente sulla fiducia delle famiglie italiane sia il ricordo della fiammata inflazionistica del biennio 2022-2023 sia la scarsa dinamica della produttività e dei redditi nel ventennio precedente il 2019. Il ricordo di questi eventi non facilita un corretto apprezzamento delle favorevoli dinamiche economiche post-pandemiche.

Non troppo paradossalmente, l'aspetto positivo di questa condizione è che, almeno a nostro avviso, in assenza di nuovi shock negativi, non può durare. Quindi, la progressiva rimozione dei vincoli alla fiducia potrebbe produrre nei prossimi mesi una moderata accelerazione dei consumi che avvicinerrebbe l'economia italiana a una crescita attorno allo 0,7-0,8% già quest'anno e che, cosa ancora più importante, consentirebbe di costruire una buona eredità per il 2026.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

Ad agosto 2025 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC)¹ è stimato in riduzione dello 0,2% nel confronto con lo stesso mese del 2024. Il dato è sintesi di una diminuzione della spesa per i beni (-0,8%) e di un lieve aumento di quella per i servizi (0,2%; tab. 2). Sull'andamento di agosto hanno inciso in misura di un certo rilievo il

permanere di una dinamica decisamente negativa delle vendite di auto a privati (-14,6%) e la decisa contrazione della domanda di energia elettrica (-8,9%), conseguenza di temperature meno elevate rispetto al 2024. In termini destagionalizzati l'ICC segnala ad agosto, un moderato aumento congiunturale (+0,3%).

LE DINAMICHE TENDENZIALI

Anche ad agosto 2025 le diverse funzioni di consumo che compongono l'ICC hanno registrato andamenti articolati, con dinamiche in linea con quanto rilevato

nei mesi precedenti. L'incremento più significativo si conferma quello relativo ai consumi di beni e servizi per la comunicazione (+9,1%), andamento guidato

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.

principalmente dalla componente relativa ai beni. Variazioni lievemente positive si sono registrate per la domanda per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,8%) e per i beni e i servizi per la cura della persona (+0,6%). La stabilizzazione dei consumi per l'abbigliamento e le calzature, che segue il marginale rimbalzo di luglio, conferma le difficoltà del settore la cui domanda non riesce ad essere rivitalizzata neanche in occasione dei saldi. Le altre macro-funzioni evidenziano un arretramento, su base annua, dei quantitativi acquistati dalle famiglie. I cali più significativi si sono registrati per i beni e i servizi per la casa (-2,4%), su cui ha pesato la decisa contrazione della domanda di energia elettrica, e per i beni e i servizi per la mobilità (-2,3%). Più contenuta è stata la flessione per gli alimentari, le bevande e i

tabacchi (-0,9%) e per i beni e i servizi ricreativi (-0,6%). A livello di singole voci di consumo si conferma in positivo la domanda per gli alberghi (+1,9%, anche per il contributo della componente estera), i carburanti (+1,9%), i trasporti aerei (+1,6%) e i pasti e le consumazioni fuori casa (0,3%). Relativamente alle altre funzioni di spesa, al netto dei decisi cali rilevati per l'*automotive* e l'energia elettrica evidenziati in precedenza, si conferma la tendenza al rallentamento della domanda per gli elettrodomestici (-2,6%), per i mobili e gli articoli d'arredamento (-1,5%), per gli alimentari (-1,0%) e i servizi ricreativi (-0,5%, dovuto alle difficoltà degli spettacoli cinematografici). Dinamiche coerenti, in un contesto di bassa crescita, con la propensione dei consumatori a privilegiare i consumi più orientati alla fruizione del tempo libero.

Tab. 2 – Variazioni tendenziali dell'ICC in quantità – dati grezzi

	Var. % su base annua						Var. % su 2019	
	2023	2024	2025				2024	2025
	Anno	Anno	I trim	II trim	Lug	Ago	Anno	Gen-ago
SERVIZI	4,4	1,2	-0,3	1,1	0,7	0,2	0,8	-0,4
BENI	-0,8	0,5	-2,0	-0,5	-0,5	-0,8	-0,6	-2,3
TOTALE	0,9	0,7	-1,5	0,0	0,0	-0,2	-0,1	-1,7
Beni e servizi ricreativi	-1,1	-1,7	-2,7	-1,5	-0,7	-0,6	-3,6	-6,8
- servizi ricreativi	42,6	-8,7	-0,2	2,7	-0,5	-0,5	6,4	9,6
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-1,0	-0,7	-1,4	-0,8	2,5	1,0	-1,2	-2,7
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	6,7	1,4	-2,0	0,9	1,1	0,8	0,6	-1,1
- alberghi	10,3	1,6	-0,9	2,4	2,9	1,9	0,2	-3,3
- pubblici esercizi	5,6	1,4	-2,2	0,4	0,2	0,3	0,7	-0,3
Beni e servizi per la mobilità (*)	9,7	2,8	-3,7	-4,3	-2,9	-2,3	0,2	-4,6
- automobili	23,4	3,7	-5,2	-14,7	-13,5	-14,6	-1,3	-14,1
- carburanti	1,7	1,7	-3,2	1,8	3,0	1,9	5,7	5,5
- trasporti aerei	1,7	11,0	7,6	5,3	1,7	1,6	-40,3	-37,8
Beni e servizi per la comunicazione	-1,1	6,8	9,0	7,7	10,6	9,1	17,3	26,1
- servizi per le comunicazioni	3,6	0,8	1,5	-0,6	1,6	0,8	-5,4	-4,6
Beni e servizi per la cura della persona	-0,8	1,0	-0,1	0,1	0,6	0,6	6,0	5,5
- prodotti farmaceutici e terapeutici	-2,2	0,0	-0,6	-1,2	-0,8	-0,5	6,0	5,5
Abbigliamento e calzature	-2,5	-1,0	-2,1	-1,8	0,5	0,0	-9,1	-12,0
Beni e servizi per la casa	-1,5	0,3	-1,5	-0,6	-1,7	-2,4	2,6	1,0
- energia elettrica	-2,1	2,2	-0,7	1,3	-3,5	-8,9	-1,1	-2,5
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-3,3	-2,4	-2,4	-2,5	-0,7	-1,5	-3,5	-6,5
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	-3,0	6,6	-2,8	-2,4	-6,6	-2,6	14,4	11,9
Alimentari, bevande e tabacchi	-2,8	-0,7	-2,7	1,5	-0,8	-0,9	-3,7	-4,4
- alimentari e bevande	-3,6	-0,7	-3,1	1,8	-0,8	-1,0	-5,1	-5,9
- tabacchi	2,5	-0,3	-0,3	0,1	-0,4	-0,1	6,7	6,1

(*) 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 settembre una variazione nulla dell'indice in termini congiunturali e una crescita dell'1,7% su base annua. Il dato consolida la tendenza alla stabilizzazione dell'inflazione in atto da alcuni mesi. La scarsa dinamicità dei prezzi sembra un fenomeno ancora marginalmente recepito dalle famiglie. E' possibile

che nei prossimi mesi, in presenza di dinamiche meno espansive dei prezzi dei beni acquistati con maggior frequenza, soprattutto gli alimentari, le famiglie comincino a realizzare come in questo contesto i rischi di una brusca accelerazione dell'inflazione siano contenuti. Elemento che, unitamente alla stabilizzazione del numero degli occupati sui massimi raggiunti di recente, potrebbe favorire la tanto attesa ripresa 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					
Ott '24	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	-0,1	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 (**)	0,0	-0,1	0,4	-0,7	0,6
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Ott '24	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	1,6	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 (**)	1,7	3,7	-0,7	1,2	3,0

(*) Il dato ISTAT di agosto è definitivo. (**) 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 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 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](#)).