

CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO

Pil mensile, ICC e Prezzi

9

Prossima uscita: CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO n. 10 (18 novembre 2025)

Gli ultimi mesi restituiscono l'immagine di un Paese che, pur in un contesto non privo di spunti positivi, ha visto affievolirsi le potenzialità di crescita, a partire dall'occupazione la cui dinamica è in netta frenata. È ben viva l'impressione che l'economia italiana abbia sprecato un'occasione: l'occupazione non cresce ma è sui massimi, il reddito disponibile reale delle famiglie continua a crescere, l'inflazione è sotto controllo da almeno due anni a questa parte e i mercati finanziari esprimono fiducia, portando lo spread sotto gli 80 punti base. Eppure, al PIL continua a mancare la spinta dei consumi, data la scarsa fiducia delle famiglie. La propensione al risparmio nel secondo quarto del 2025 ha raggiunto il 9,5%.

Le incertezze globali e la sensazione che il futuro possa essere peggiore del presente, al di là della valutazione dei fondamentali, hanno compresso la fiducia delle famiglie portandole ad atteggiamenti particolarmente attenti nei confronti del consumo. Nel dettaglio congiunturale delle dinamiche della spesa, si salvano solo i poli attrattori di lungo termine: consumi fuori casa, tecnologia e comunicazioni, profumeria, cosmesi e benessere personale. Fuori da questo perimetro, zero spunti.

La sintesi è di un terzo trimestre che, nelle nostre stime, vedrebbe una crescita del PIL dello 0,2% congiunturale e dello 0,6% tendenziale, dinamica confermata anche a ottobre (tab. 1), con consumi che, nella metrica dell'ICC destagionalizzato, arretrano dello 0,2% sul secondo trimestre.

L'indicatore dei consumi Confcommercio nei dati grezzi di settembre (tab.2) pur mostrando un impercettibile miglioramento su base annua (+0,3%) conferma le difficoltà della domanda per i beni, invariata su base annua dopo il pesante calo di agosto, e l'andamento più favorevole dei servizi (+0,8%).

Tab. 1 – PIL mensile – dati destagionalizzati

	variazioni congiunturali	variazioni tendenziali
IV trimestre '24	0,2	0,5
I trimestre '25	0,3	0,7
II trimestre	-0,1	0,4
III trimestre	0,2	0,6
Giu '25	0,3	0,4
Lug	0,2	0,7
Ago	-0,2	0,7
Set	0,1	0,6
Ott	0,2	0,6

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio-Imprese per l'Italia

Segnali positivi continuano ad arrivare dal versante dei prezzi che, nel loro complesso, sono sostanzialmente fermi sui livelli di luglio. A ottobre la nostra stima è di una variazione nulla con una crescita dei prezzi su base annua che rimane all'1,6% (tab. 3). Presto si dovrebbero osservare i primi segni di stabilizzazione dei prezzi anche sugli alimentari e, più in generale, sui beni e servizi acquistati con maggior frequenza, con dinamiche tendenziali in rallentamento.

È possibile che, assieme alla prospettata riduzione del carico fiscale descritta dalla manovra finanziaria, proprio la compressione dell'inflazione contribuisca nei prossimi mesi a restituire quella fiducia necessaria a rilanciare la domanda interna per consumi e quindi il PIL.

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A settembre 2025 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) è stimato in crescita dello 0,3% nel confronto con lo stesso mese del 2024, recuperando solo in minima parte il netto calo di agosto (-1,1%). Stando a queste dinamiche anche il terzo trimestre si sarebbe chiuso all'insegna di una domanda per consumi molto debole (il dato destagionalizzato segnala una riduzione dello 0,2% sul secondo trimestre). Il modesto aumento registrato su base annua nell'ultimo mese dai dati grezzi è sintesi di una stazionarietà della spesa per

i beni e di una crescita di quella per i servizi (0,8%; tab. 2). Le dinamiche di settembre non sembrano discostarsi dalle tendenze osservate nei periodi più recenti anche in termini di preferenze dei consumatori. La crisi dell'*automotive*, iniziata oltre un anno fa, e le difficoltà dell'abbigliamento e delle calzature e dell'alimentare continuano ad essere solo in piccola parte compensate dai maggiori acquisti di servizi per il tempo libero, sui quali incide anche il positivo apporto della componente estera della domanda.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

I dati di settembre 2025, pur confermando andamenti articolati delle diverse funzioni di consumo che compongono l'ICC, continuano a segnalare una tendenza abbastanza diffusa al contenimento della spesa. L'incremento più significativo si conferma quello relativo ai consumi di beni e servizi per la comunicazione (+10,1%), andamento guidato principalmente dalla componente relativa ai beni. Variazioni positive si sono registrate per la domanda per i beni e i servizi per la cura della persona (+1,9%) e, in misura più contenuta, per gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,4%) e per i beni e i servizi per la casa (0,3%). Le altre macro-funzioni evidenziano un arretramento, su base annua, dei quantitativi acquistati dalle famiglie. Il calo più significativo ha interessato i beni e i servizi per la mobilità (-2,6%). Più contenuta è stata la flessione per i beni e i servizi ricreativi (-1,7%), per l'abbigliamento e le calzature (-0,5%), settore le cui crisi ha assunto toni

strutturali, e per gli alimentari, le bevande e i tabacchi (-0,1%).

A livello di singole voci di consumo mostrano variazioni positive gran parte dei segmenti la cui domanda è attinente al tempo libero come i trasporti aerei (+4,1%), i servizi ricreativi in senso stretto (4,1%), gli alberghi, i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,4). Tra le altre spese si consolida il recupero per i mobili e gli articoli d'arredamento (+1,9%), dopo un biennio piuttosto critico, e si osserva un miglioramento per i carburanti (+1,1%). In recupero anche l'energia elettrica (+1,3%) dopo i decisi cali di luglio e agosto a cui aveva contribuito anche una temperatura inferiore a quella degli stessi mesi del 2024. Relativamente alle altre funzioni di spesa, al netto della netta flessione rilevata per l'*automotive* (-9,1%), si conferma la tendenza al rallentamento della domanda per gli elettrodomestici (-4,4%) e per gli alimentari (-0,1%).

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

PREZZI AL CONSUMO: LE TENDENZE A BREVE TERMINE

Sulla base degli andamenti registrati dalle diverse variabili che concorrono alla formazione dei prezzi al consumo, si stima per il mese di ottobre una variazione nulla dell'indice in termini congiunturali e una crescita dell'1,6% su base annua.

Si consolida pertanto la stabilizzazione dell'inflazione con prezzi che, nel complesso, sono sostanzialmente fermi da luglio. L'atteso rientro delle dinamiche inflazionistiche

degli alimentari, e degli altri prodotti acquistati con maggior frequenza, potrebbe finalmente portare ad una percezione meno negativa da parte delle famiglie della propria situazione. Elemento che dovrebbe contribuire a migliorare la fiducia, la cui mancanza rappresenta uno dei principali ostacoli alla ripresa dei consumi e di conseguenza alla crescita.

Tab. 3 – STIMA DELLA VARIAZIONE DEI PREZZI AL CONSUMO

INDICE GENERALE		di cui			
		Prodotti alimentari e bevande analcoliche	Abitazione, acqua, elettricit� e combustibili	Trasporti	Servizi ricettivi e di ristorazione
VARIAZIONI CONGIUNTURALI					
Nov '24	-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 (*)	-0,2 (0,0)	-0,1 (-0,1)	0,1 (0,4)	-1,6 (-0,7)	1,3 (0,6)
Ott (**)	0,0	0,1	0,3	0,0	-0,5
VARIAZIONI TENDENZIALI					
Nov '24	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 (*)	1,6 (1,7)	3,7 (3,7)	-1,0 (-0,7)	0,3 (1,2)	3,8 (3,0)
Ott (**)	1,6	2,5	-0,9	0,6	4,7

(*) Il dato ISTAT di settembre 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](#)).