



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



**DIREZIONE COMUNICAZIONE E IMMAGINE
UFFICIO STAMPA**

178/2025

Roma, 18.11.2025

Bene comunicazioni (+11,3%) e servizi ricreativi (+2%), in affanno automobili (-12,2%), elettrodomestici (-4%) e abbigliamento (-1,1%)

CONGIUNTURA CONFCOMMERCIO: ECONOMIA ACCENNA A RIPARTIRE, MA CONSUMI ANCORA DEBOLI

Nonostante l'incertezza continui a dominare gli scenari economici interni e internazionali, nuove evidenze statistiche fanno emergere alcuni spunti positivi: 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 potrebbe anche raggiungere una variazione del PIL all'1%. Non si può, dunque, escludere un'intonazione più favorevole dell'economia anche perché le prime stime indicherebbero un consolidamento di questa prospettiva anche in ottobre e novembre. 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%.

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. 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.

Seguici su Facebook: www.facebook.it/confcommercio **e su X:** <https://x.com/confcommercio/>

Questo documento è presente sul sito di Confcommercio all'indirizzo <http://www.confcommercio.it/sala-stampa>
00153 Roma – Piazza G.G.Belli 2, telefono 06.5866384/385, e-mail: stampa@confcommercio.it

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.

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

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A ottobre 2025 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) 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).

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 macrofunzioni 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.

TAB. 2 – VARIAZIONI TENDENZIALI DELL'ICC IN QUANTITA' (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, tessuti 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

Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio

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 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.

TAB. 3 – STIMA DELLA VARIAZIONE DEI PREZZI AL CONSUMO

INDICE GENERALE		<i>di cui:</i>			
		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

PROSSIMA USCITA: 18 dicembre 2025