Confcommercio

Direzione
Comunicazione e Immagine
Ufficio Stampa

204/2026
Roma, 19 novembre 2026

Pil +1% a novembre, consumi +0,6% a ottobre: crescono auto, elettrodomestici e alberghi; ancora deboli alimentari, abbigliamento e mobili.

CONGIUNTURA CONFCOM: ECONOMIA TIENE, MA RESTA IL RISCHIO INFLAZIONE

L'economia italiana, archiviato un terzo trimestre di stasi, ma con spunti di vivacità concentrati nel mese di settembre, conferma la sostanziale tenuta. Gli ultimi indicatori in alta frequenza segnalano il permanere di una situazione di staticità sul versante dell'occupazione (ma sempre sui massimi), una produzione industriale che continua ad alternare riduzioni e parziali recuperi e una fiducia di famiglie e imprese che mostra andamenti non univoci: in calo quella delle famiglie, in miglioramento tra gli imprenditori. In questo contesto si conferma il miglioramento della domanda delle famiglie, anche per il favorevole apporto di un turismo straniero che nei primi nove mesi ha visto un incremento del 5,4% delle presenze.
Per il mese di novembre la nostra stima è di una crescita del PIL dello 0,2% congiunturale e dell'1,0% tendenziale (tab. 1). Alla luce delle ultime valutazioni, è presumibile che il quarto trimestre si configuri come un periodo di moderato sviluppo, circostanza che permetterebbe di entrare nel 2027 in condizioni favorevoli per il raggiungimento degli obiettivi di crescita in prossimità del punto percentuale. A sostenere lo sviluppo dovrebbe essere ancora una volta la domanda delle famiglie.
I consumi, calcolati nella metrica dell'ICC, si collocano anche a ottobre in territorio positivo, con una variazione sullo stesso mese del 2025 dello 0,6%, con spunti di recupero più marcati per i servizi (+1,1%) rispetto ai beni (+0,4%) (tab. 2). Le dinamiche dell'ultimo mese confermano i trend già segnalati nei periodi più recenti, con positivi recuperi della domanda per alcuni beni durevoli (autovetture ed elettrodomestici bianchi e bruni) e la preferenza verso quei consumi, soprattutto nell'area dei servizi, destinati a soddisfare i bisogni collegati al tempo libero come i ricreativi in senso stretto, i trasporti aerei e gli alberghi. Allo stesso tempo si ribadisce la stagnazione della domanda, al netto di marginali oscillazioni mensili, dei segmenti più maturi come l'alimentazione domestica, l'abbigliamento e le calzature e i mobili.
In termini prospettici la criticità principale continua a essere rappresentata dall'inflazione che a ottobre ha toccato il 5,5%, dato superiore alle nostre stime (4,7%) a causa di una variazione dei prezzi degli energetici a uso domestico decisamente più marcata rispetto alle nostre attese.

Confederazione Generale Italiana
delle Imprese, delle Attività Professionali
e del Lavoro Autonomo
Piazza G. G. Belli, 2 - 00153 Roma
T +39 06 5866 384-385
stampa@confcommercio.it

www.confcommercio.it

Seguici su Facebook: @confcommercio
e su X: @Confcommercio

Questo documento è presente
sul sito di Confcommercio all'indirizzo
www.confcommercio.it/sala-stampa

La stima per il mese di novembre è di una riduzione dello 0,1% dei prezzi al consumo su ottobre e di un aumento del 5,7% su base annua (tab. 3). A determinare il rallentamento congiunturale dell'inflazione è una dinamica lievemente più contenuta di alcuni energetici (carburanti) e il rientro delle tensioni sugli alimentari non trasformati. Allo stato attuale si conferma la possibilità di un ritorno a valori più contenuti e prossimi al 3% solo alla fine della primavera del 2027.

TAB. 1 – Pil mensile (dati destagionalizzati)

	Variazioni Congiunturali	Variazioni Tendenziali
IV trimestre '25	0,3	0,9
I trimestre '26	0,3	0,9
II trimestre	0,2	1,0
III trimestre	0,0	0,8
Lug '26	0,1	0,6
Ago	-0,1	0,9
Set	0,4	0,8
Ott	0,1	1,1
Nov	0,2	1,0

Fonte: elaborazioni e stime USC

ICC (INDICATORE CONSUMI CONFCOMMERCIO)

A ottobre 2026 l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) è stimato in aumento dello 0,6% nel confronto con lo stesso mese del 2025, valutazione in linea con la minor dinamicità registrata negli ultimi mesi. La variazione dell'ultimo mese è sintesi di una crescita dell'1,1% dei servizi e dello 0,4% dei beni.

LE DINAMICHE TENDENZIALI

L'intonazione positiva della domanda continua a interessare in modo diffuso i diversi segmenti di consumo, segnalando, peraltro, un avvicinamento nelle dinamiche. Tra le otto macro-funzioni, considerate per la costruzione dell'indicatore, riduzioni si rilevano solo per i beni e i servizi ricreativi (-2,0%), segmento con dinamiche interne molto articolate, e l'alimentazione e i tabacchi (-0,2%). A ottobre la componente più dinamica dei consumi è stata quella relativa ai beni e ai servizi per la mobilità (+2,6%). Lievemente più contenuta è stata la variazione registrata per i beni e i servizi per la cura della persona (+2,2%). In territorio positivo si confermano gli alberghi e i pasti e le consumazioni fuori casa (+1,1%), i beni e i servizi per la casa (+0,8%) e i beni e i servizi per la comunicazione (+0,5%). In marginale recupero si stimano l'abbigliamento e le calzature (+0,3%).

Anche a livello di singole voci di consumo, pur in un contesto molto articolato, sembrano essersi attenuate alcune delle differenze che avevano caratterizzato i mesi precedenti. Le variazioni più significative, su base annua, continuano a interessare alcuni beni durevoli. In particolare si consolida il recupero della domanda di autovetture da parte dei privati (+6,1%) e la fase di crescita degli acquisti di elettrodomestici, tv e altri apparecchi (6,2%). Variazioni di rilievo hanno interessato anche i trasporti aerei (+6,6%), i servizi ricreativi in senso stretto (+4,1%), gli alberghi (+3,9%) e i prodotti farmaceutici e terapeutici (+1,9%). Marginali miglioramenti

dovrebbero aver riguardato l'energia e i giochi e i giocattoli e gli articoli per il campeggio (+0,4%) e i mobili e articoli d'arredamento (+0,2%). Sostanzialmente ferma si conferma la domanda per i pasti e le consumazioni fuori casa (+0,1%) a cui si aggiunge la stasi dei consumi per i servizi per le comunicazioni e i carburanti (+0,0%). In territorio negativo rimangono gli acquisti per l'alimentazione domestica (-0,2%) e per i tabacchi (-0,4%).

TAB. 2 – VARIAZIONI TENDENZIALI DELL'ICC IN QUANTITA' (dati grezzi)

Var. % su base annua

	2024 Anno	2025 Anno	2026 I sem	III Trim	Ago	Set	Ott
SERVIZI	**2,0**	**1,3**	**0,7**	**0,7**	**0,5**	**0,7**	**1,1**
BENI	**0,9**	**-0,3**	**2,0**	**0,8**	**0,7**	**1,0**	**0,4**
TOTALE	**1,2**	**0,2**	**1,6**	**0,7**	**0,6**	**0,9**	**0,6**
Beni e servizi ricreativi	**-1,7**	**-1,0**	**-1,9**	**-1,8**	**-2,9**	**-1,3**	**-2,0**
- servizi ricreativi	-7,9	8,2	8,0	11,2	19,3	4,4	4,1
- giochi, giocattoli, art. per sport e campeggio	-1,0	0,0	2,5	1,0	0,2	2,0	0,4
Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa	**1,8**	**0,3**	**0,0**	**0,0**	**-0,2**	**0,2**	**1,1**
- alberghi	4,2	3,1	2,2	1,3	1,8	1,1	3,9
- pubblici esercizi	1,1	-0,6	-0,7	-0,6	-1,1	-0,2	0,1
Beni e servizi per la mobilità (*)	**6,7**	**2,2**	**6,4**	**3,3**	**3,2**	**4,3**	**2,6**
- automobili	8,8	-2,4	12,2	7,2	2,7	10,4	6,1
- carburanti	3,8	3,9	2,4	0,9	3,8	-0,2	0,0
- trasporti aerei	20,9	15,9	4,9	6,4	5,8	6,4	6,6
Beni e servizi per la comunicazione	**7,3**	**4,5**	**6,9**	**2,9**	**4,0**	**1,1**	**0,5**
- servizi per le comunicazioni	1,9	-1,2	2,4	2,0	2,0	-0,7	0,0
Beni e servizi per la cura della persona	**0,9**	**0,5**	**2,9**	**2,0**	**2,2**	**1,9**	**2,2**
- prodotti farmaceutici e terapeutici	0,0	-0,3	2,9	1,8	1,5	2,0	1,9
Abbigliamento e calzature	**-0,9**	**-1,8**	**0,5**	**-1,2**	**-2,7**	**-0,1**	**0,3**
Beni e servizi per la casa	**0,5**	**0,1**	**2,2**	**3,1**	**4,7**	**2,1**	**0,8**
- energia elettrica	3,8	-0,3	2,5	10,2	16,5	6,5	0,4
- mobili, tessili e arredamento per la casa	-2,3	-1,0	1,3	-0,7	0,4	-0,3	0,2
- elettrodomestici, TV e altri apparecchi	3,4	3,6	11,8	8,2	5,9	5,7	6,2
Alimentari, bevande e tabacchi	**-0,6**	**-0,8**	**0,0**	**-0,5**	**-0,4**	**-0,2**	**-0,2**
- alimentari e bevande	-0,6	-0,7	0,1	-0,4	-0,4	-0,1	-0,2
- tabacchi	-0,4	-1,2	-0,1	-1,0	-0,7	-1,2	-0,4

(*) Nella voce beni e servizi per la mobilità è stata inclusa la spesa per servizi postali e di corriere precedentemente inclusa nelle comunicazioni.

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 2026 una diminuzione dello 0,1% dell'indice in termini congiunturali, con una variazione su base annua del 5,7%, aumento dovuto anche a un effetto base (tab. 3).

L'attenuarsi della dinamica congiunturale, con il ritorno al segno meno dopo un anno, deriva essenzialmente da un'evoluzione dei prezzi degli energetici e degli alimentari più contenuta rispetto ai mesi precedenti. Allo stato attuale si conferma come le tensioni sugli energetici si siano solo marginalmente diffuse alle altre filiere con un'inflazione di fondo che, pur avendo raggiunto a ottobre il 2,0%, si mantiene poco dinamica. Considerando la marcata volatilità che ha caratterizzato i mercati negli ultimi mesi, i

segnali di contenimento dei prezzi del brent e del gas emersi di recente non sembrano sufficienti a garantire l'inizio di una fase meno complicata. E' evidente che il protrarsi di questa situazione, con incrementi dei costi che toccano non solo le famiglie ma tutto il sistema produttivo, non potrà non generare nei prossimi mesi effetti sui prezzi anche in altri segmenti. Situazione che rischia di prolungare la fase di ripresa dell'inflazione con inevitabili effetti negativi sui redditi, sulla fiducia delle famiglie e, di conseguenza, su consumi e crescita.

TAB. 3 – STIMA DELLA VARIAZIONE DEI PREZZI AL CONSUMO

		di cui:			
	INDICE GENERALE	**Prodotti alimentari e bevande analcoliche**	**Abitazione, acqua, elettricità e combustibili**	**Trasporti**	**Servizi ricettivi e di ristorazione**
		VARIAZIONI CONGIUNTURALI			
Dic. '25	0,2	0,1	0,3	1,4	-0,9
Gen. '26	0,4	0,8	2,4	-2,3	0,7
Feb	0,7	0,2	0,1	1,2	2,8
Mar	0,5	0,3	1,8	2,5	-1,6
Apr	1,1	0,8	2,5	2,5	2,1
Mag	0,4	0,1	-0,1	0,1	1,7
Giu	0,0	-0,8	0,4	0,0	0,6
Lug	0,3	-0,4	1,1	0,6	0,4
Ago	0,5	0,1	0,6	2,3	-0,3
Set	*0,7*	*0,6*	*2,3*	*0,6*	*1,3*
Ott (*)	*1,0 (0,2)*	*0,9 (0,9)*	*6,4 (1,0)*	*0,6 (0,5)*	*-1,1 (-0,9)*
Nov (**)	*-0,1*	*0,3*	*0,5*	*-0,5*	*-1,5*
		VARIAZIONI TENDENZIALI			
Dic. '25	1,2	2,3	-2,0	0,6	3,0
Gen. '26	1,0	2,4	-2,0	-1,4	3,5
Feb	1,5	2,5	-2,2	-0,5	6,1
Mar	1,7	2,8	-1,6	2,1	3,4
Apr	2,7	2,9	5,1	3,8	2,8
Mag	3,2	2,6	5,8	5,5	3,5
Giu	3,0	1,8	7,2	4,7	2,9
Lug	2,9	1,4	7,2	4,3	3,4
Ago	3,3	1,2	9,1	6,1	3,2
Set	*4,2*	*1,9*	*11,4*	*8,5*	*3,2*
Ott (*)	*5,5 (4,7)*	*2,7 (2,9)*	*19,2 (12,8)*	*9,4 (9,5)*	*3,3 (3,6)*
Nov (**)	*5,7*	*3,0*	*19,6*	*9,1*	*4,1*

(*) 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 2026