

# Famiglie e imprese sempre meno ottimiste Cala l'indice della fiducia

**Previsioni pessimiste  
dalla manifattura  
In ripresa l'edilizia  
L'allarme di commercio  
e consumatori**

**Istat**

## Le attese degli italiani più basse dai tempi della chiusura sanitaria

Sempre più pessimismo fra gli italiani. In luglio peggiorano verso l'umor nero i due indici Istat che misurano il clima di fiducia dei consumatori e delle imprese.

Prima di tutto, i numeri. L'indice del grado di ottimismo dei consumatori in luglio è sceso da 98,3 a 94,8. È il minimo dal maggio 2020, quando gli italiani erano ancora perseguitati dalla morsa del confinamento virale. L'indice di fiducia delle imprese scende da 113,4 a 110,8.

Per le imprese, la fiducia è in peggioramento nella manifattura (l'indice scende da 109,5 a 106,7) e nei servizi di mercato (da 109,0 a 104,1) mentre c'è un soffio di ottimismo nelle costruzioni (l'indice sale da 159,7 a 164,4) e nel commercio al dettaglio (da 107,2 a 108,1).

Qualche cenno sui settori produttivi. Nella manifattura peggiorano le attese sul livello della produzione e, in misura più marcata, i giudizi sugli ordini. Le scorte sono giudicate in diminuzione rispetto al mese scorso. Nel comparto delle costruzioni

migliorano i giudizi sugli ordini ma soprattutto crescono le attese su occupazione e assunzioni. Nel commercio al dettaglio la dinamica negativa dei giudizi sulle vendite si associa a migliori aspettative sulle vendite future e sulle scorte di magazzino.

«A luglio — commenta l'Istat — l'indice di fiducia delle imprese diminuisce riportandosi sul livello dello scorso maggio. Il peggioramento è determinato dall'evoluzione negativa della fiducia nella manifattura e nei servizi di mercato.

Aggiunge Lucio Poma, capo economista di Nomisma, che «i consumatori avvertono intensamente la diminuzione del potere di acquisto frutto di un'inflazione in ascesa e salari immobili. Le imprese avvertono l'incalzare dell'aumento dei prezzi energetici, delle materie prime e della logistica». Tuttavia, «l'economia italiana nel suo complesso non naviga in cattive acque».

Allarmate le maggiori associazioni dei consumatori e del commercio. La Federconsumatori osserva che «le famiglie stanno già rinunciando a carne e pesce, il cui consumo è sceso di oltre il 16%», mentre l'Unione Nazionale Consumatori dice: «Non si tratta solo dell'effetto Ucraina, caro bollette e caro carburanti». A parere della **Confcommercio** il problema principale «continua ad essere rappresentato dall'incremento dei prezzi» e per la Confesercenti «la perdita di potere d'acquisto delle famiglie».

—R.I.T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

