02-NOV-2026
da pag. 3 / foglio 1

Il Sole 24 ORE
Quotidiano - Dir. Resp.: Fabio Tamburini
Tiratura: 50225 Diffusione: 103693 Lettori: 698000 (Data Stampa 0006901)

DATA STAMPA
45° Anniversario

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901
Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Fiducia dei consumatori in calo: torna ai livelli di novembre 2022

L'indice

A spingere la decisa flessione sono le attese su economia e occupazione in Italia

Famiglie sempre più caute. A ottobre 2026 il clima di fiducia dei consumatori scende da 91,2 a 90,3. Si tratta del valore più basso dal novembre 2022, riferito all'indice Istat che misura l'ottimismo e il pessimismo delle famiglie italiane. Un record negativo, in pratica, dall'inizio del Governo Meloni che ha firmato a ottobre 2022. Quell'anno si sono registrati valori più bassi di oggi solo tra giugno e novembre, quando sui giudizi e sulle attese dei consumatori pesavano le conseguenze delle fiammate inflazionistiche post guerra in Ucraina.

Il dato ufficiale

La nota Istat diffusa giovedì scorso ha sottolineato la flessione dell'indice di fiducia dei consumatori ad ottobre 2026 con queste parole: «L'evoluzione negativa del clima di fiducia è influenzata essenzialmente dal deciso peggioramento delle valutazioni sulla situazione economica generale, delle attese sulla disoccupazione e di quelle sull'opportunità di effettuare acquisti di beni durevoli nella fase attuale».

Tra i consumatori diminuisce il clima economico (passato in un mese da 88,0 a 82,9) e il clima corrente (da 90,4 a 88,7); il clima personale aumenta invece da 92,4 a 93,0 e il clima futuro rimane stabile a quota 92,3. Sono quattro, infatti, le dimensioni misurate dall'indice Istat elaborato sulla base di nove domande che misurano giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia e della famiglia, attese sulla disoccupazione, opportunità attuale e possibilità future di risparmio, opportunità di acquisto di beni durevoli e, infine, giudizi sul bilancio familiare.

Le reazioni

A peggiorare oggi, dunque, sono soprattutto il clima economico, che raccoglie le aspettative sulla congiuntura del Paese e sull'occupazione, e il clima corrente, che riflette il giudizio sul bilancio familiare e sulle possibilità di risparmio e di spesa delle famiglie. «Un effetto - commenta Massimiliano Dona, presidente dell'Unione Nazionale Consumatori - dovuto all'autunno caldo sul fronte dei prezzi e ai mancati interventi sul fronte del carovita. Le prime mega bollette della luce, il decollo dell'inflazione, salita già a settembre dello 0,7% su agosto, i prezzi lunari di tutti i prodotti ortofrutticoli, non potevano che minare la fiducia degli italiani. Purtroppo, non ci aspettiamo miglioramenti in futuro, visto che ora stanno per arrivare le prime stangate sul gas».

Anche per Confesercenti i dati di ottobre, diffusi dall'Istat, «confermano lo scenario di incertezza in cui versa l'economia, con il caro energia che preoccupa famiglie ed imprese». E le stime rilevate sul fronte dell'occupazione, si legge in una nota diffusa dall'associazione di categoria, «confermano che il ciclo di crescita si sta fermando».

In questo contesto la questione dei consumi diventa centrale. Con l'inflazione nuovamente sotto pressione a causa dei costi energetici - e che potrebbe salire ulteriormente verso fine anno - il rischio è che l'incremento dei costi finisca per comprimere ulteriormente la spesa delle famiglie.

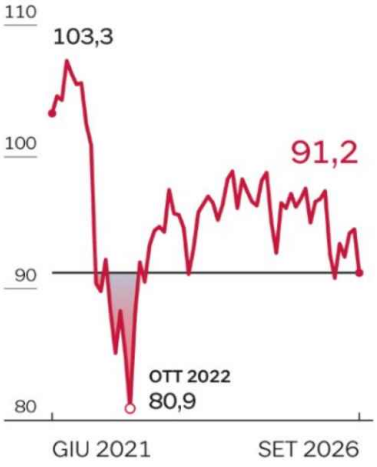
Confesercenti ha stimato una perdita di 1,4 miliardi di euro di consumi nel quarto trimestre dell'anno. «I consumatori - confermano le rilevazioni dell'associazione di categoria - stanno già riducendo le spese, a partire da quelle alimentari e per la ristorazione, con conseguenze dirette sulle imprese del commercio e dei servizi».

—**Mi.F.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il trend

L'indice del clima di fiducia dei consumatori. *Base 2021=100 stime pesate*



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30528 - L.1992 - T.1745

