

Risale la fiducia delle imprese

Boccia: «Nel tessuto economico e nelle famiglie c'è volontà di reagire»

Laura Cavestri

MILANO

Famiglie e imprese italiane provano ad andare oltre Brexit, oltre le fibrillazioni dei mercati e dei sistemi Paese (si legge Turchia) e oltre lo stillicidio di atti terroristici (o presunti tali) in Europa.

Cresce, quindi, la fiducia. Lo rileva l'Istat, secondo cui l'indice tra i consumatori passa, a luglio, a 111,3 da 110,2 di giugno, mentre anche quello delle imprese cresce: da 101,2 a 103,3.

Dati che marcano però ancora un clima di incertezza. Se rispetto a un anno fa (a luglio 2015) la fiducia dei consumatori è salita (era a 107,1 e oggi è a 111,3), quella delle imprese è in leggero calo (un anno fa era a 104,7 e oggi è a 103,3).

Da gennaio scorso - quando la fiducia dei consumatori si era attestata a 118,5 - il calo è evidente. Mentre per le imprese (a gennaio era a 101,4 e oggi a 103,3) una lieve crescita c'è, ma discontinua. Resta, dunque, un quadro di incertezza e instabilità.

Tornando ai dati di luglio su giugno, sul fronte dei consumatori cresce la fiducia personale, corrente e futura (rispettivamente, da 103 a 105, da 108,2 a 109,1 e da 112,9 a 114,9).

In pratica, c'è un qualche cauto segnale positivo sulla situazione economica della propria famiglia. Molto meno sull'andamento economico del sistema Paese. Quanto all'opportunità attuale ed all'intenzione futura di acquisto di beni durevoli, entrambi i saldi recuperano: da -40 a -31 e da -60 a -58.

Si registra un lieve aumento del saldo relativo alle intenzioni di acquisto di un'autovettura (da -165 a -164) mentre resta stabile quello relativo all'acquisto di un'abitazione (-188).

Peggiorano, invece, i giudizi sulle intenzioni di spesa per

manutenzione straordinaria della propria abitazione con il saldo che passa a -139 da -134.

Ma una voce peggiora. È la fiducia sulla situazione economica, che passa da 131,7 a 130,1. Così come peggiora il giudizio sui prezzi negli ultimi 12 mesi: da -26 a -31 e da -20 a -30. Mentre risalgono un po' le aspettative sulla disoccupazione, che passano da 32 a 30.

Riguardo le imprese, il clima di fiducia sale in tutti i settori: in modo più marcato nelle costruzioni (da 121,6 a 126,2) e nei servizi di mercato (da 105,1 a 108,6), e più lieve nella mani-

IN ALTALENA

Ottimisti nelle aspettative e pessimisti nelle previsioni: i dati confermano la tendenza. Molto critiche le associazioni dei consumatori: realtà più dura



Iesi

● Il Clima di fiducia delle imprese italiane (*Istat economic sentiment indicator*, Iesi) viene elaborato come media aritmetica ponderata dei saldi destagionalizzati e standardizzati delle variabili che compongono il clima di fiducia delle imprese manifatturiere, delle costruzioni, dei servizi e del commercio al dettaglio. Il risultato è riportato a indice in base 2010. I dati destagionalizzati sono dati depurati, con apposite tecniche statistiche, dalle fluttuazioni attribuibili alla componente stagionale e, se significativi, dagli effetti di calendario.

fattura (da 102,9 a 103,1) e nel commercio al dettaglio (da 99,3 a 101,3).

«La ripresa della fiducia delle imprese e consumatori significa che «c'è una volontà di reagire da parte del tessuto economico italiano e delle famiglie» ha detto il presidente di Confindustria, Vincenzo Boccia, commentando gli ultimi dati Istat, da Cagliari. Si tratta, ha aggiunto, di «un segnale interessante che conferma quello che diciamo molto spesso: ottimisti nelle aspettative, pessimisti nelle previsioni. Veniamo da una fase recessiva che dura da molti anni e ora c'è questa inversione di tendenza che non si può chiamare ripresa, ma che sicuramente è un'inversione che va cavalcata al meglio sia in termini di politica economica del Paese sia in termini di impresa».

Opposto il parere delle associazioni dei consumatori.

Secondo Federconsumatori e Adusbef «Un dato fuori dalla realtà. Nei cittadini non si intravede un barlume di speranza né di ottimismo. Invitiamo i ricercatori a visitare i nostri sportelli, ad entrare in contatto con i cittadini, per capire qual è il vero clima di fiducia, o meglio di sfiducia, dei consumatori».

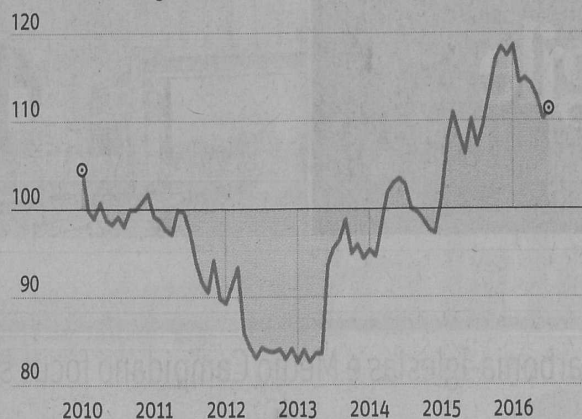
«In controtendenza all'andamento generale la deflazione fa crollare la fiducia degli agricoltori nelle campagne - afferma invece Coldiretti - dove le quotazioni dei prodotti agricoli rispetto allo scorso anno sono crollate dal 42% per il grano duro al -24% per il latte».

Le speculazioni sul commercio delle materie prime agricole - conclude l'associazione degli agricoltori - «hanno provocato il crollo dei prezzi del grano su livelli di 30 anni fa e mettono a rischio il futuro della filiera in Italia».

L'andamento

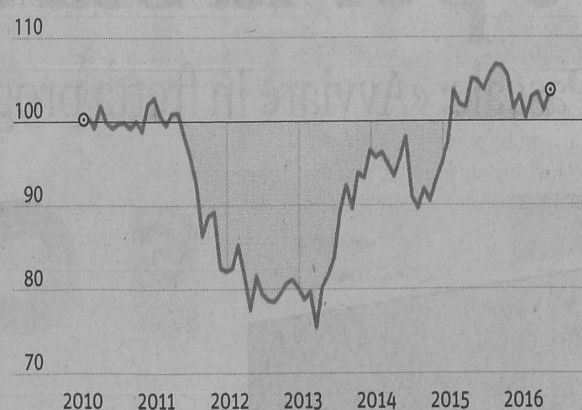
I CONSUMATORI

Gennaio 2010 - luglio 2016, indici destagionalizzati. Base 2010 = 100



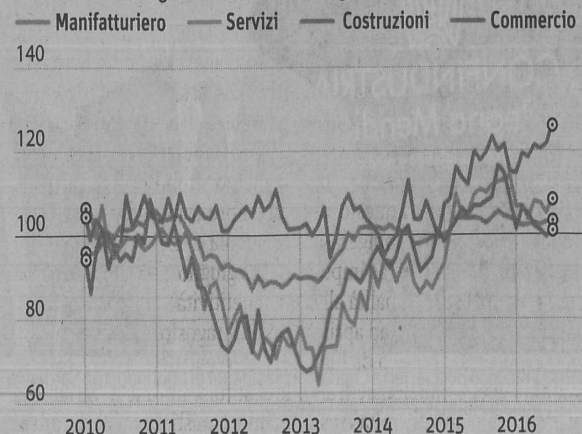
LE IMPRESE ITALIANE

Gennaio 2010 - luglio 2016, indici destagionalizzati. Base 2010 = 100



I SETTORI PER ATTIVITÀ ECONOMICA

Gennaio 2010 - luglio 2016, indici destagionalizzati. Base 2010 = 100



Fonte: Istat

© RIPRODUZIONE RISERVATA