CONFCOOPERATIVE
CONFEDERAZIONE COOPERATIVE ITALIANE

FONDO SVILUPPO
FONDO MUTUALISTICO CONFCOOPERATIVE

OVERVIEW n.73/2026

NEWS

Il settimanale economico-finanziario di Fondosviluppo S.p.A. per il sistema Confcooperative

SETTIMANA 16-22 NOVEMBRE 2026*

PRINCIPALI CAMBI

	CONTROVALORE	VAR % SETTIMANA	VAR % INIZIO ANNO
euro/franco svizzero	0,92	-0,1%	-0,7%
euro/sterlina	0,84	+0,6%	-3,7%
euro/dollaro USA	1,10	-0,2%	-6,7%
euro/dollaro canadese	1,57	+0,05%	-2,3%
euro/dollaro australiano	1,65	+0,9%	-5,9%
euro/dirham EAU	4,00	-0,9%	-7,3%
euro/yen	173,89	-0,8%	-5,4%
euro/yuan	7,31	-0,9%	-11,3%
euro/rupia	100,98	-1,8%	-4,5%

ANDAMENTO DELLO SPREAD

Tasso BTP 10a
(VAR % INIZIO ANNO)
4,39 (+21,7%)

PUNTI BASE
109,37
(VAR % INIZIO ANNO)
(+53,5%)

Tasso BUND 10a
(VAR % INIZIO ANNO)
3,30 (+13,9%)

PRINCIPALI INDICI AZIONARI

		VAR % SETTIMANA	VAR % INIZIO ANNO
EUROPA	Euro Stoxx 50	-6,4%	+1,6%
MILANO	FTSE MIB	-5,5%	+7,3%
	FTSE All-Share	-5,4%	+6,7%
LONDRA	FTSE 100	-4,9%	+4,1%
FRANCOFORTE	DAX 40	-6,8%	+1,1%
PARIGI	CAC 40	-5,1%	-3,3%
MADRID	IBEX 35	-5,4%	+7,9%
NEW YORK	DOW JONES	-6,7%	-0,5%
	NASDAQ	-8,0%	-0,7%
HONG KONG	HANG SENG	-5,6%	-14,8%
SHANGHAI	SSE INDEX	-1,9%	-12,2%
TOKYO	NIKKEI 225	-5,2%	+9,2%

Elaborazione a cura dell'Ufficio Studi e Ricerche di Fondosviluppo S.p.A. su dati il Sole 24 Ore

* Le variazioni settimanali fanno riferimento ai valori di chiusura delle contrattazioni di lunedì 16 novembre e ai valori di chiusura delle contrattazioni di venerdì 20 novembre. Le variazioni da inizio anno si riferiscono al valore di chiusura delle contrattazioni del 2 gennaio. Lo spread e i tassi obbligazionari si riferiscono ai valori di chiusura delle contrattazioni di venerdì 20 novembre.

CONFCOOPERATIVE
CONFEDERAZIONE COOPERATIVE ITALIANE

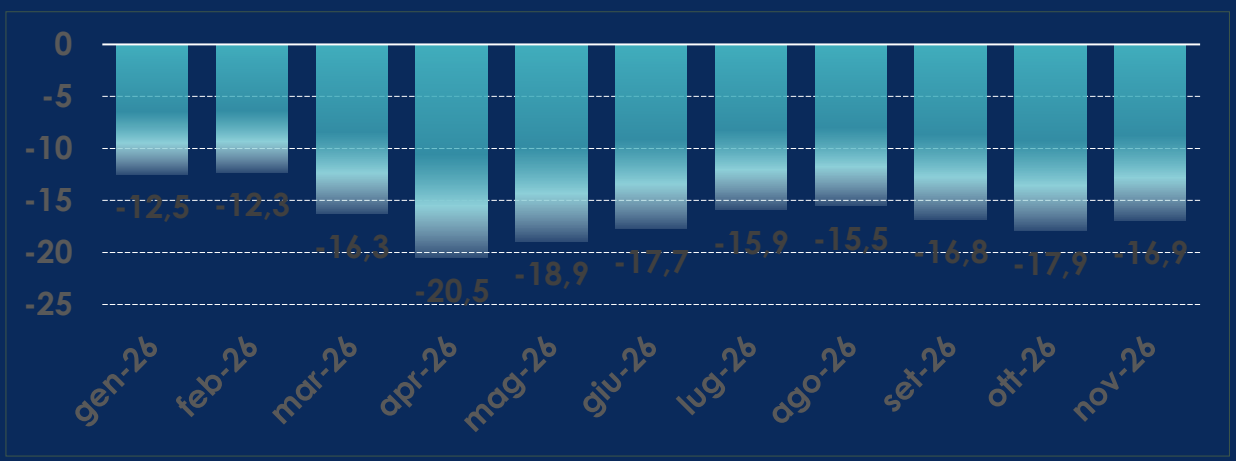
FONDO SVILUPPO
FONDO MUTUALISTICO CONFCOOPERATIVE

FOCUS

LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI IN EUROPA

L'indice di fiducia dei consumatori nei Paesi dell'**Eurozona** registra a novembre 2026 un miglioramento dopo il deterioramento osservato nei due mesi precedenti. L'indice generale si attesta infatti a -16,9 punti, in aumento di +1,0 punti rispetto a ottobre (-17,9), recuperando parte della flessione registrata in autunno e tornando sui livelli osservati tra la fine dell'estate e l'inizio dell'autunno, pur rimanendo significativamente inferiore ai valori di inizio anno. Tale andamento riflette un miglioramento diffuso delle principali componenti dell'indicatore. In particolare, migliorano le aspettative sulla situazione finanziaria nei prossimi dodici mesi (+0,8), proseguendo su livelli relativamente favorevoli rispetto alla primavera. Migliorano inoltre le aspettative relative alla situazione economica generale (+3,2), segnalando una maggiore fiducia delle famiglie circa l'evoluzione del contesto economico. Diminuiscono anche le aspettative di crescita dei prezzi (-3,8), evidenziando un ulteriore ridimensionamento delle pressioni inflazionistiche percepite. Infine, migliorano le attese sul mercato del lavoro, con una diminuzione del saldo relativo alla disoccupazione di -1,9 punti.

INDICE DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI NELL'EUROZONA



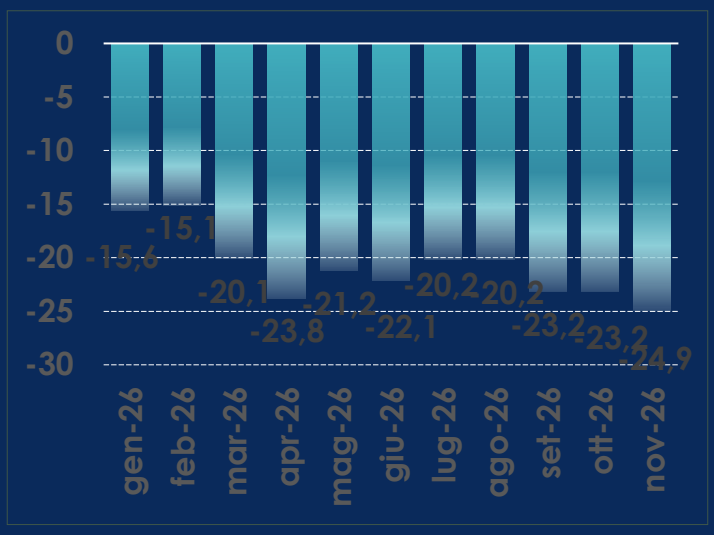
Con riferimento all'**Italia**, a novembre 2026 si registra un nuovo peggioramento della fiducia dei consumatori. L'indice generale scende infatti a -24,9 punti, in diminuzione di -1,7 punti rispetto a ottobre, raggiungendo il livello più basso osservato dall'inizio dell'estate. Le singole componenti mostrano tuttavia un andamento eterogeneo. Peggiorano le aspettative sulla situazione finanziaria futura (-2,0), mentre migliorano in modo significativo quelle relative alla situazione economica generale (+3,8). Si ridimensionano inoltre sensibilmente le aspettative di crescita dei prezzi (-6,4), confermando un'attenuazione delle tensioni inflazionistiche percepite dalle famiglie. Migliorano anche le attese di disoccupazione, il cui saldo diminuisce di -2,3 punti dopo il peggioramento registrato a ottobre. Tra gli altri principali Paesi europei, l'indice generale di fiducia dei consumatori migliora soprattutto in **Spagna** (+3,2 punti) e, in misura più contenuta, in **Francia** (+1,7 punti) e **Germania** (+0,3 punti). In **Germania**, il lieve recupero della fiducia si accompagna a un miglioramento delle attese sul mercato del lavoro, mentre in **Francia**, il rafforzamento della fiducia riflette il miglioramento delle aspettative sulla situazione economica e finanziaria delle famiglie, accompagnato da una riduzione delle aspettative di inflazione e disoccupazione. La **Spagna** evidenzia il miglioramento più marcato tra i principali Paesi dell'area, sostenuto dal rafforzamento delle aspettative economiche e finanziarie e dal calo delle attese di disoccupazione.

Elaborazione a cura dell'Ufficio Studi e Ricerche di Fondosviluppo S.p.A. su dati Eurostat

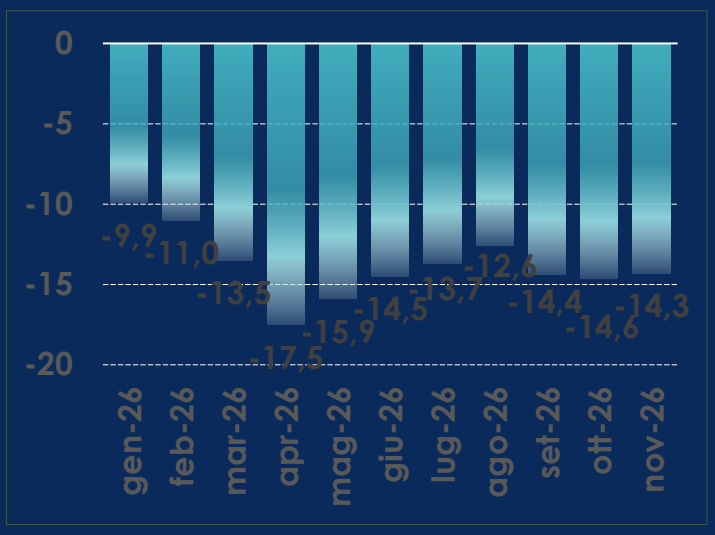
CONFCOOPERATIVE
CONFEDERAZIONE COOPERATIVE ITALIANE

FONDO SVILUPPO
FONDO MUTUALISTICO CONFCOOPERATIVE

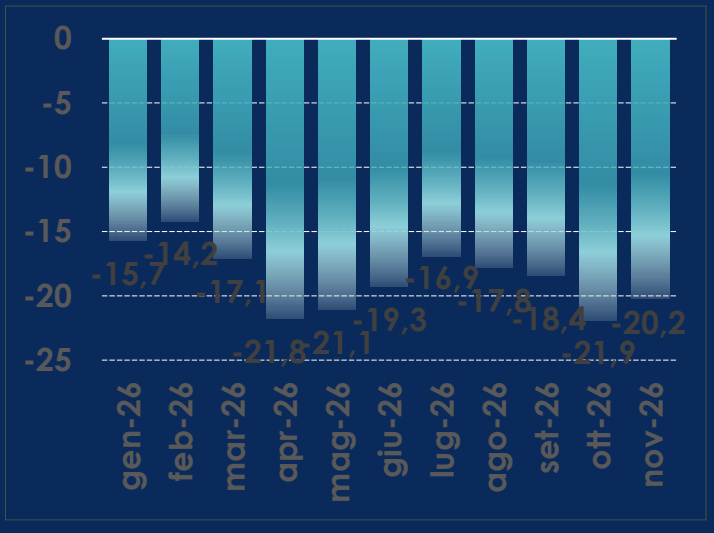
ITALIA



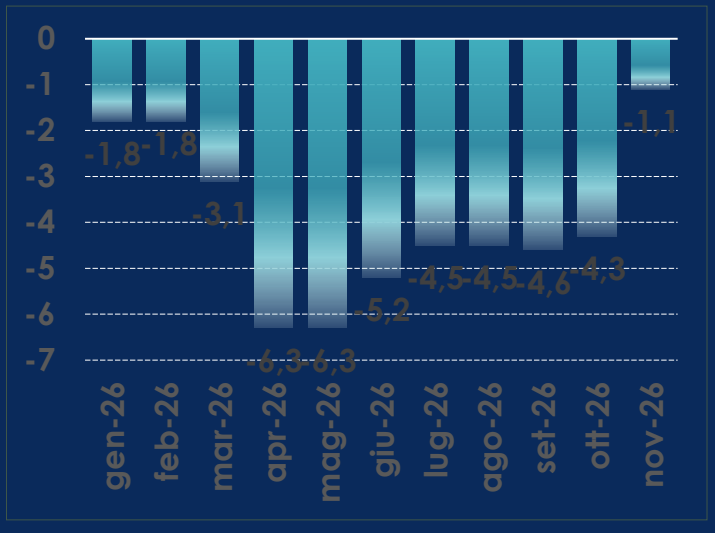
GERMANIA



FRANCIA



SPAGNA



Elaborazione a cura dell'Ufficio Studi e Ricerche di Fondosviluppo S.p.A. su dati Eurostat

---

NOTA METODOLOGICA

L'indice armonizzato di fiducia dei consumatori dell'Eurostat è un indicatore sintetico mensile finalizzato alla valutazione dell'ottimismo o del pessimismo dei consumatori europei. L'obiettivo dell'indice è delineare un quadro economico generale e fornire previsioni sull'andamento del clima di fiducia dei consumatori dell'Unione Europea. Lo scopo dell'indagine sui consumatori è duplice: in primo luogo, raccogliere informazioni sulle intenzioni di spesa e di risparmio delle famiglie e, in secondo luogo, valutare la loro percezione dei fattori che influenzano queste decisioni. A tal fine, le domande sono organizzate intorno a quattro temi: la situazione finanziaria delle famiglie, la situazione economica generale, i risparmi e le intenzioni di fare acquisti importanti. Infine, l'indagine comprende anche una domanda sull'incertezza economica percepita. L'indicatore di fiducia dei consumatori è la media aritmetica dei saldi (in punti percentuali) delle risposte alle domande sulla situazione finanziaria passata e attesa delle famiglie, sulla situazione economica generale attesa e sulle intenzioni di fare grandi acquisti nei prossimi 12 mesi. La dimensione del campione per ogni indagine varia da Paese a Paese in base all'eterogeneità delle loro economie ed è generalmente correlata positivamente alle dimensioni della popolazione. Ogni mese vengono intervistate circa 134.000 imprese e 32.000 consumatori in tutta l'UE. Per garantire la comparabilità tra i Paesi, tutti gli istituti partner nazionali utilizzano gli stessi questionari armonizzati e un calendario comune.

OVERVIEW *è un prodotto di:*
Fondosviluppo S.p.A. – Ufficio Studi e Ricerche
Fondosviluppo S.p.A. – Via Torino 153, 00184 Roma

+39 06 4807081
www.Fondosviluppo.it
Fondosviluppo@confcooperative.it
Fondosviluppo@legalmail.it