

CLIMA DI FIDUCIA
DEI CONSUMATORI TARENTINI
febbraio 2024



CAMERA
DI COMMERCIO
INDUSTRIA
ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA
DI TRENTO

Pronti all'impresa



SOMMARIO

INTRODUZIONE	2
SINTESI	3
1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI	4
2. GIUDIZI E ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI	5
NOTA METODOLOGICA	11



INTRODUZIONE

L'indagine sulla fiducia dei consumatori trentini è stata introdotta dalla Camera di commercio nel 2020 con l'obiettivo di misurare nel tempo *il sentiment* dei consumatori.

I quesiti che compongono il questionario riguardano, in particolare, giudizi sulla dinamica dell'economia locale e della disoccupazione, valutazioni sulle condizioni reddituali della propria famiglia e sull'opportunità di effettuare acquisti. Le indicazioni fornite dagli intervistati vengono poi sintetizzate in un indice che consente il confronto intertemporale e tra territori del clima di fiducia dei consumatori, offrendo quindi elementi utili per comprendere eventuali mutamenti nei comportamenti e nelle scelte di consumo. La rilevazione è stata effettuata nel mese di febbraio.

Nel mese di febbraio l'inflazione¹ rimane pressoché stabile e si attesta al 2,4% con un aumento di +0,1% su base mensile e di +0,8% su base annua. Prosegue la riduzione, anche se in misura minore rispetto allo scorso mese, del prezzo dei beni energetici, mentre i prezzi dei restanti beni e servizi sono ancora quasi tutti in aumento. In particolare si mantengono le spinte al rialzo dei beni alimentari, che seppur in lieve calo rispetto al mese scorso (-0,1%), rilevano una variazione tendenziale del 4,0%, così come i prodotti ad alta frequenza di acquisto che aumentano dello 0,6% rispetto al mese precedente e del 2,9% rispetto a febbraio 2023.

¹ Istat, *Prezzi al consumo* (dati provvisori), marzo 2024.



SINTESI

A febbraio l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini si attesta a -22,0 punti, in aumento di 4,4 punti rispetto alla precedente rilevazione condotta a novembre.

Le pressioni inflazionistiche, pur in rallentamento, che si ripercuotono in particolare sul carrello della spesa nonché gli elevati e ancora invariati tassi di interesse, contribuiscono a mantenere negative, seppur in leggero miglioramento, le valutazioni dei consumatori trentini sulla situazione economica familiare e provinciale.

Anche le previsioni di spesa relative all'acquisto di beni durevoli (elettrodomestici, prodotti elettronici e arredamento) si confermano su livelli molto contenuti.

I consumatori esprimono un certo ottimismo, invece, in riferimento al mercato del lavoro ritenendo che nei prossimi mesi vi sarà una diminuzione del numero dei disoccupati.



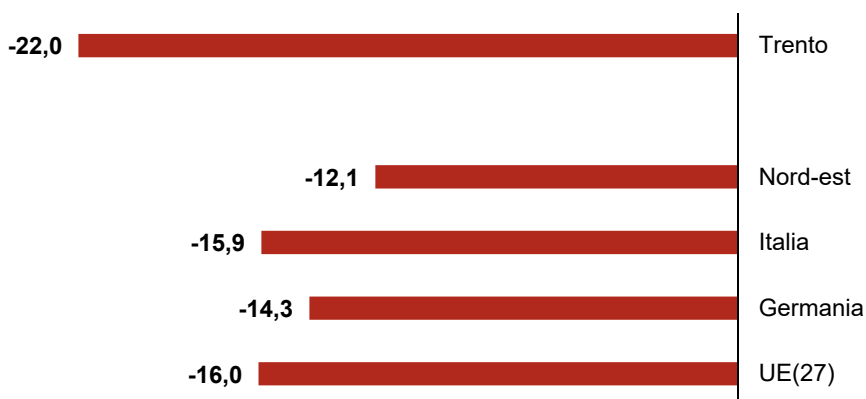
1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Nel mese di febbraio l'indice relativo al clima di fiducia dei consumatori trentini raggiunge il valore di -22,0 punti, in aumento di 4,4 punti rispetto alla precedente rilevazione effettuata a novembre.

Il lieve rialzo dell'indice è da imputare, in particolare, al miglioramento delle aspettative dei consumatori in merito all'andamento dell'economia provinciale nei prossimi dodici mesi e a quelle sulla futura situazione economica della famiglia. Permane una certa cautela rispetto alle intenzioni di spesa per beni durevoli.

L'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini anche questo mese rimane inferiore a quello nazionale (-15,9) e del Nord-est (-12,1). Risulta peggiore anche in rapporto al dato della Germania (-14,3) e al valore medio europeo (-16,0).

Indice del clima di fiducia dei consumatori a confronto (mese di febbraio)



(indice: intervallo da -100 a +100)

Fonte: dati Eurostat - CCIAA

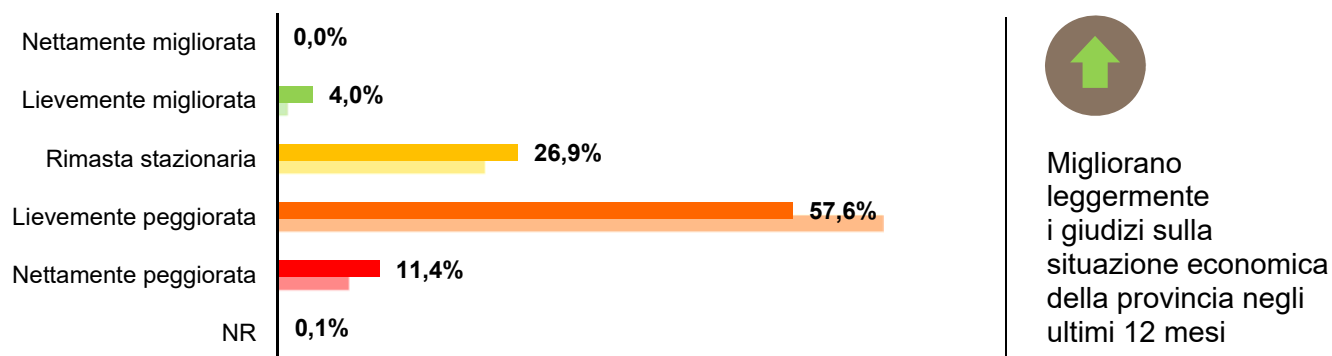
L'indice del clima di fiducia (CCI *Consumer Confidence Index*) è calcolato sulla base delle valutazioni dei consumatori riguardo ai seguenti quattro aspetti dei dodici complessivamente rilevati:

- andamento dell'economia locale nei prossimi 12 mesi;
- giudizio sulla situazione economica della propria famiglia negli ultimi 12 mesi;
- evoluzione della situazione economica della propria famiglia nei prossimi 12 mesi;
- previsione di acquisto di beni durevoli (elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili) nei prossimi 12 mesi.

2. GIUDIZI E ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI

Le valutazioni dei consumatori riguardanti l'andamento dell'economia trentina negli ultimi dodici mesi si confermano negative, seppur in lieve miglioramento rispetto alla rilevazione effettuata lo scorso novembre. Le valutazioni pessimistiche si contraggono, infatti, dal 75,6% al 69,0%, mentre i giudizi di stazionarietà evidenziano un aumento di circa 4 punti percentuali e si stabilizzano al 26,9%. La quota di coloro che riscontrano un miglioramento raggiunge il 4,0% (dall'1,1% di novembre).

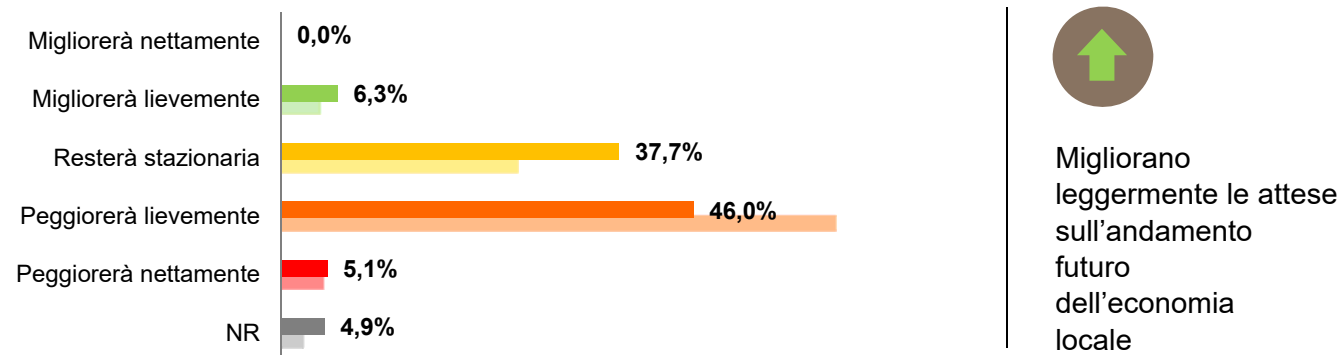
A suo giudizio la situazione economica della provincia di Trento negli ultimi 12 mesi è*:



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.

Anche le attese riferite all'evoluzione della situazione economica provinciale, nel prossimo anno, si mantengono negative ma segnano un discreto miglioramento rispetto a quanto rilevato a novembre. Sulla base dei dati raccolti, i consumatori che si aspettano un deterioramento della situazione economica locale si assestano al 51,1% (dal 66,6% dello scorso novembre), mentre la percentuale di chi immagina un quadro stazionario raggiunge il 37,7%, in aumento di oltre dieci punti percentuali rispetto a quanto emerso nella precedente rilevazione (26,4%). Si conferma contenuta la quota di chi esprime valutazioni positive (6,3%).

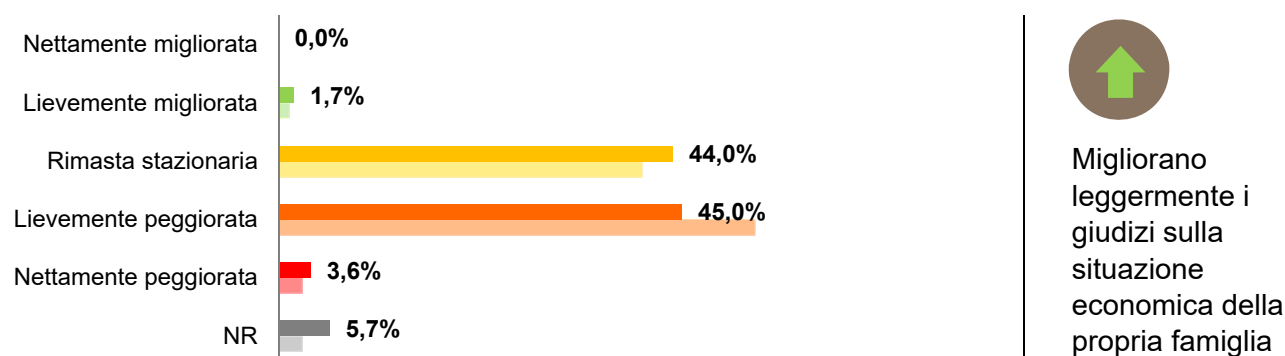
A suo giudizio, nei prossimi 12 mesi, la situazione economica della provincia di Trento*:



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.

In relazione alla situazione economica della propria famiglia percepita nell'ultimo anno, i risultati emersi da questa indagine confermano un quadro piuttosto negativo ma, anche in questo caso, leggermente migliore rispetto a quanto rilevato lo scorso novembre. Si osserva, infatti, una diminuzione nella percentuale di coloro che riscontrano un deterioramento (dal 55,7% di novembre al 48,6% attuale), accompagnata da un incremento in chi la considera stabile (dal 40,6% al 44,0%). La percentuale di consumatori che esprimono un giudizio positivo rimane marginale e si attesta all'1,7%.

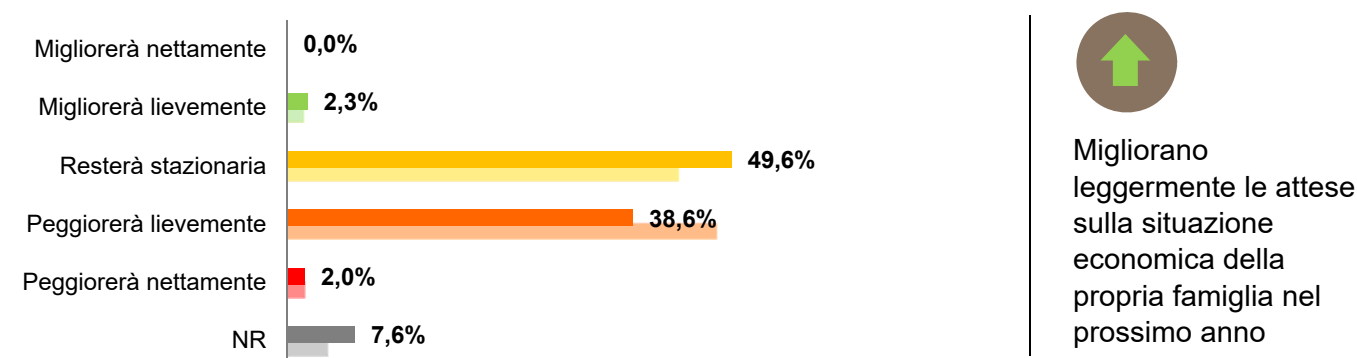
Nel corso degli ultimi 12 mesi la situazione economica della sua famiglia è:*



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.

Anche le valutazioni prospettiche (a un anno) sulla situazione economica attesa per la propria famiglia si mantengono complessivamente negative, seppur in leggero miglioramento rispetto al quadro osservato a novembre. I giudizi sfavorevoli evidenziano un calo dal 49,9% al 40,6%, mentre le prospettive di stabilità si assestano al 49,6% (rispetto al 43,7% registrato nella precedente rilevazione). I giudizi positivi si confermano residuali e sostanzialmente invariati e rappresentano solo il 2,3%.

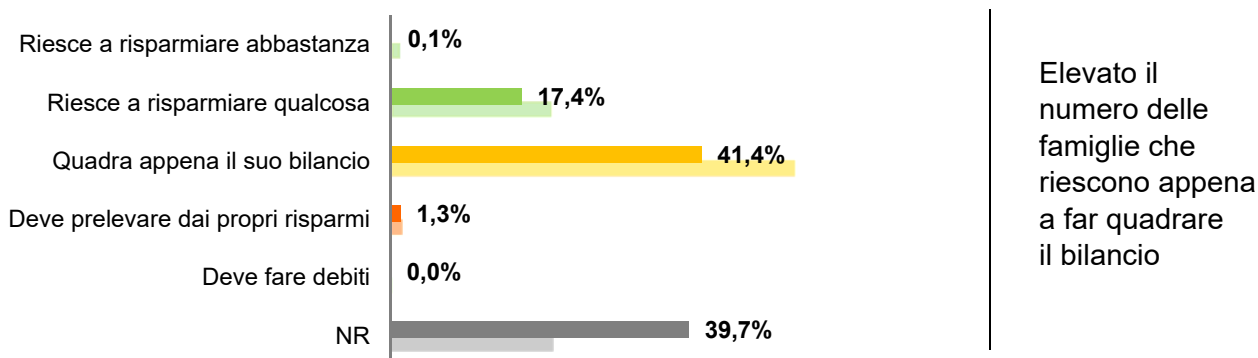
A suo giudizio, nel corso dei prossimi 12 mesi, la situazione economica della sua famiglia:*



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.

Le valutazioni relative alla situazione finanziaria percepita dalle famiglie non permettono un confronto con quelle emerse nella rilevazione di novembre per effetto della rilevante numerosità di chi, in quest'ultima indagine, ha scelto di non rispondere al quesito (quasi il 40%). Limitandosi alla descrizione dei dati attuali, una quota significativa di soggetti rispondenti dichiara di riuscire appena, con le proprie entrate, a coprire le spese del bilancio familiare (41,4%), mentre il 17,4% afferma di essere in grado di risparmiare qualcosa. Praticamente nulle le altre alternative di risposta.

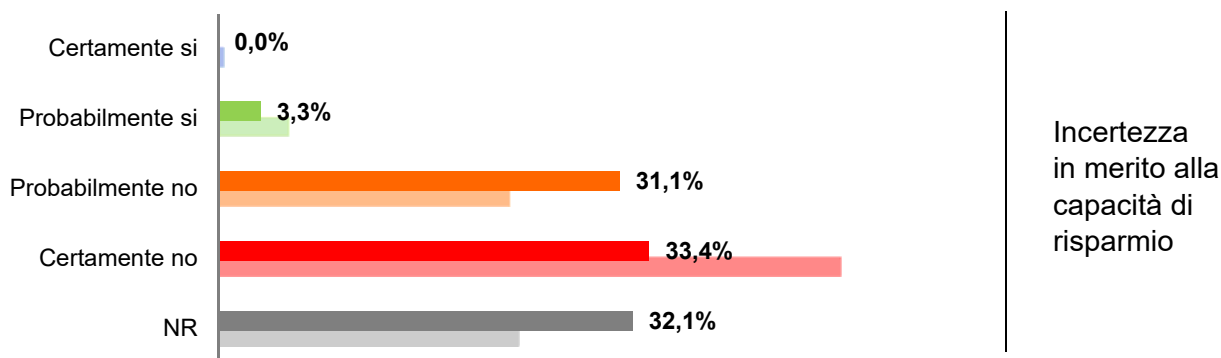
Qual è l'attuale situazione finanziaria della sua famiglia*:



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.

Per quanto riguarda l'effettiva possibilità di realizzare accantonamenti di risorse, la quota di coloro che non ritengono di riuscire a risparmiare si conferma elevata (64,5%), ma in forte diminuzione rispetto alla rilevazione di novembre. I consumatori che, con certezza, immaginano di non poter generare risparmi passano, infatti, dal 48,3% al 33,4%, mentre la percentuale di chi, probabilmente, si attende di non riuscire a realizzarli si assesta al 31,1% (dal 22,6% di novembre). Solo il 3,3% dichiara di riuscire, probabilmente, a concretizzare risparmio, mentre circa un terzo degli intervistati sceglie di non rispondere al quesito, motivo per il quale non si ritiene che il calo dei giudizi negativi si possa associare a una maggiore fiducia dei consumatori rispetto alla loro capacità di accantonare risorse nei prossimi 12 mesi, ma piuttosto a una condizione di incertezza e di difficoltà nel fare previsioni.

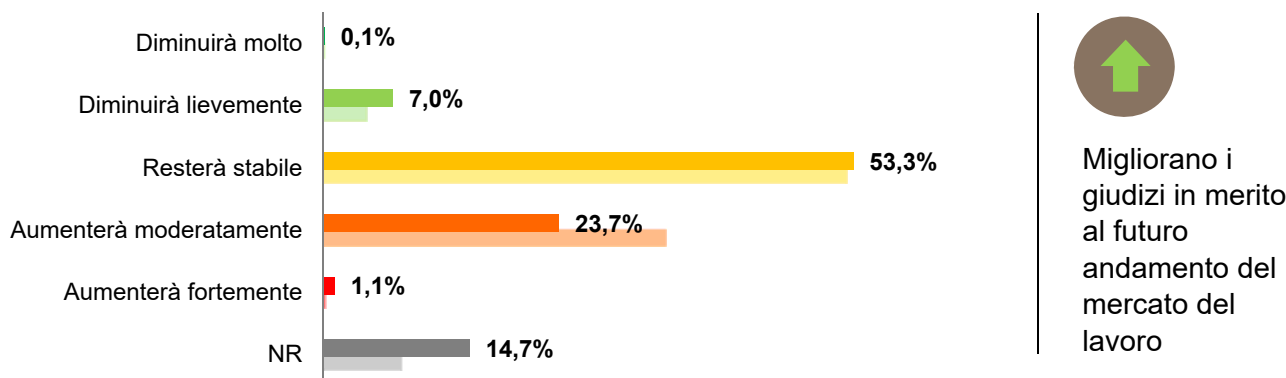
Nei prossimi 12 mesi, lei riuscirà ad effettuare risparmi*?



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.

Le attese in merito all'andamento della disoccupazione nel corso del prossimo anno appaiono nel complesso in miglioramento: diminuisce di oltre 10 punti la percentuale di consumatori (24,8% da 34,7% di novembre) che esprimono pessimismo rispetto all'andamento del mercato del lavoro e, allo stesso tempo, aumenta la quota di chi prevede un calo della disoccupazione (da 4,4% a 7,0).

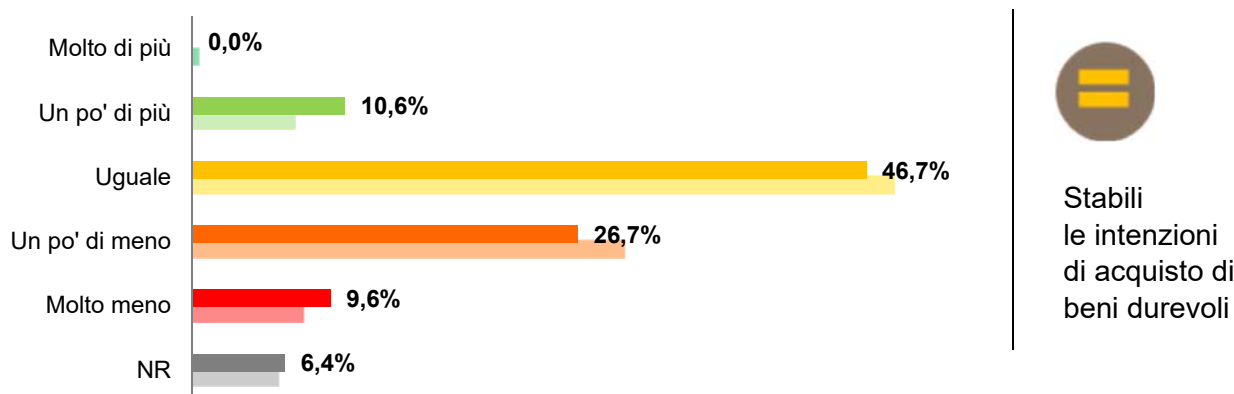
A suo giudizio, nel corso dei prossimi 12 mesi, il numero dei disoccupati in provincia di Trento*:



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.

Le intenzioni di acquisto di beni durevoli (elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili) si confermano contenute. La quota dei consumatori propensi ad aumentare la spesa nei prossimi dodici mesi aumenta di 3,5 punti percentuali e si assesta al 10,6%, mentre quella di coloro che dichiarano di voler spendere un po' di meno diminuisce e passa dal 30,0% al 26,7%. I valori associati alla volontà di ridurre gli acquisti si mantengono dunque su livelli ancora elevati e considerati unitariamente, si assestano al 36,3%.

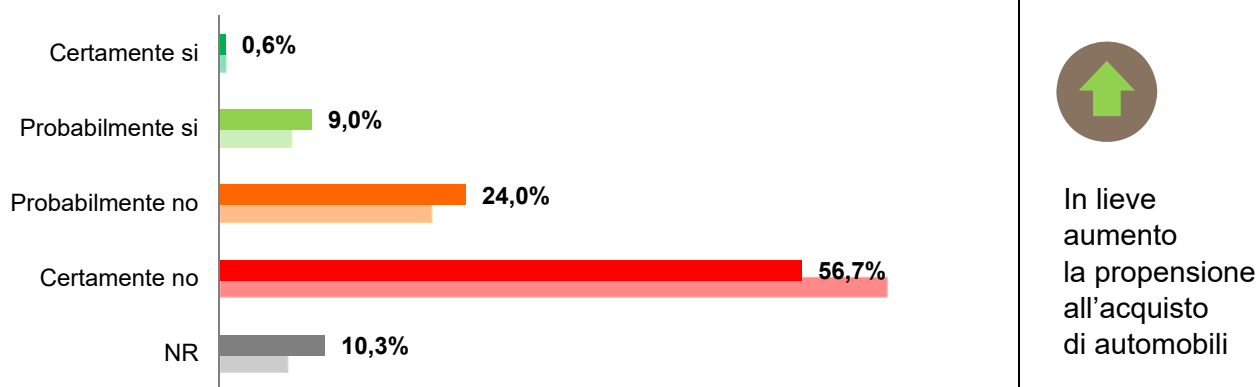
Nel corso dei prossimi 12 mesi ha intenzione di spendere, in rapporto ai 12 mesi passati, per l'acquisto di elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili*:



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.

Con riferimento alle spese di maggiore valore, gli orientamenti dei consumatori rimangono per lo più stabili rispetto a novembre, seppur con qualche variazione in positivo. Diminuisce infatti di oltre 8 punti la percentuale dei consumatori che con certezza non intendono acquistare un'auto nuova e aumenta leggermente la percentuale di quelli che invece si dimostrano possibilisti. Non si registrano cambiamenti in merito alla disponibilità da parte dei consumatori di investire somme ingenti nella casa per eventuali acquisti o ristrutturazioni.

Lei o un membro del suo nucleo familiare ha intenzione di acquistare un'autovettura nei prossimi 12 mesi?*



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.

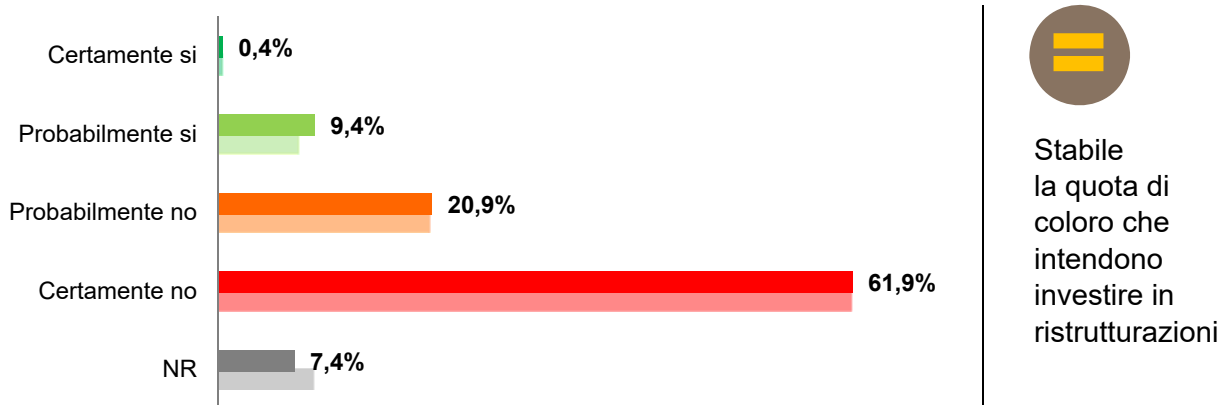
*Nei prossimi 12 mesi intende acquistare un'abitazione (per sé o per un familiare, seconda casa, abitazione destinata a locazione...)?**



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.



Lei o un membro del suo nucleo familiare ha intenzione di spendere somme rilevanti per la manutenzione o il miglioramento di un'abitazione nei prossimi 12 mesi?*



* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di febbraio (in grassetto) e novembre 2023.



NOTA METODOLOGICA

L'indagine prevede quattro sessioni di rilevazione che sono condotte nei mesi di febbraio, maggio, settembre e novembre. La metodologia è conforme a quella stabilita dalla Commissione europea per i sondaggi sul clima di fiducia dei consumatori, permettendo così il raffronto dei dati riferiti alla Provincia di Trento con quelli nazionali e internazionali. Il campione statistico è composto da **700 unità-interviste** ed è rappresentativo della popolazione trentina per quattro fasce d'età (18-29 anni, 30-49 anni, 50-64 anni, oltre i 65 anni), genere e comune di residenza.

Il programma e la redazione dell'indagine sono a cura dell'Ufficio Studi e ricerche, mentre le interviste sono condotte da [Focus Marketing s.r.l.](#) con la tecnica mista C.A.T.I. e C.A.W.I. utilizzando un questionario composto da n. 12 quesiti di tipo qualitativo articolati in forma chiusa con massimo cinque modalità di risposta, che esprimono il passaggio graduale da un giudizio positivo, a uno neutro e, quindi, a uno negativo, con l'aggiuntiva opzione "non so".

La somministrazione dei questionari è stata effettuata nel periodo compreso tra l'**1** e il **20 febbraio 2024**.