

CLIMA DI FIDUCIA
DEI CONSUMATORI TARENTINI
ottobre 2021



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. PERCEZIONI E ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI.....	5
NOTA METODOLOGICA	12



INTRODUZIONE

Il presente report riporta i risultati relativi alla terza rilevazione semestrale sul clima di fiducia dei consumatori trentini, un'indagine che la Camera di Commercio ha avviato lo scorso anno 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 e 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 sul territorio è iniziata il 15 ottobre, in corrispondenza dell'entrata in vigore dell'obbligo di *green pass* per tutti i lavoratori previsto dal D.L. 127/2021, con il duplice obiettivo di contrastare la diffusione del virus e di dare un'ulteriore spinta alla campagna vaccinale che nel nostro Paese ha raggiunto oltre l'80% della popolazione over 12. Nonostante la riapertura delle scuole in presenza, non vi è stata la temuta ripresa dei contagi e al momento non si registrano segnali di criticità significativi tanto che con il cd. Decreto Capienze (D.L. n. 139/2021) è stata di recente ripristinata anche la piena capienza per i luoghi di cultura e l'apertura delle discoteche. Al momento rimane sotto esame del Governo anche l'ipotesi di proroga dello stato di emergenza sanitaria in scadenza il prossimo 31 dicembre.

Le ultime indagini congiunturali condotte dall'Ufficio Studi e ricerche evidenziano che tra gli imprenditori trentini prevale l'ottimismo: le dinamiche occupazionali e di fatturato sono in miglioramento per quasi tutti i settori, a conferma del fatto che i livelli di operatività sono prossimi e, in alcuni casi, anche superiori a quelli del periodo pre-Covid. Anche tra i consumatori trentini emergono valutazioni positive rispetto alla situazione economica generale e personale. Il valore dell'indice di fiducia del mese di ottobre è infatti in deciso aumento rispetto a quelli registrati nelle rilevazioni precedenti e potrebbe essere indicativo di un aumento dei consumi.

Un elemento di incertezza rispetto ai comportamenti di consumo delle famiglie nei prossimi mesi è l'aumento dell'inflazione che, secondo i dati rilevati da Istat¹, nel mese di settembre ha raggiunto un valore che non si registrava da ottobre 2012.

¹ Istat, Prezzi al consumo - settembre 2021. https://www.istat.it/it/files/2021/09/CS_Prezzi-al-consumo_Set_2021.pdf



SINTESI

Ad ottobre l'indice del clima di fiducia dei consumatori si è assestato a +0,1 punti, in crescita rispetto alla precedente rilevazione condotta ad aprile (-10,4 punti).

L'evoluzione positiva è da attribuire soprattutto al miglioramento delle aspettative sulla situazione economica locale nei prossimi dodici mesi e all'aumento delle previsioni di spesa per i beni durevoli, come ad esempio elettrodomestici e mobili.

Anche per il mercato del lavoro le prospettive appaiono maggiormente positive, mentre le previsioni sulla situazione economica familiare si mantengono prudenti, probabilmente a causa delle preoccupazioni legate al rialzo dei prezzi al consumo.

Permane elevata la percentuale di famiglie che riescono a far quadrare appena il bilancio e che, conseguentemente, non riusciranno ad effettuare risparmi. La propensione ad effettuare acquisti importanti si conferma quindi molto contenuta.

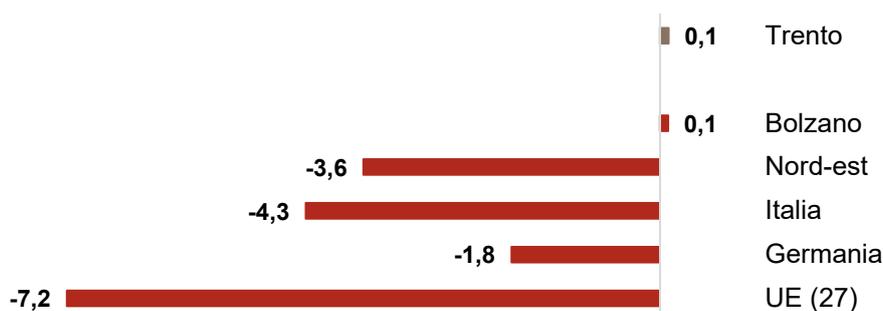


1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Nel mese di ottobre l'indice relativo al clima di fiducia dei consumatori trentini si è attestato a +0,1 punti, in aumento di oltre 10 punti rispetto alla precedente indagine di aprile. La crescita è trainata, in particolare, dalle valutazioni positive sull'andamento dell'economia locale nei prossimi dodici mesi e, seppur in modo più contenuto, anche dall'aumento delle previsioni di spesa per i beni durevoli (elettrodomestici e mobili). In lieve miglioramento risultano anche i giudizi dei consumatori circa la situazione economica della propria famiglia negli ultimi mesi, mentre sono stabili, rispetto alla primavera, quelli relativi alle prospettive future.

Il dato risulta migliore sia rispetto a quello nazionale, che si assesta a -4,3 punti (in crescita di 6,2 rispetto ad aprile) che a quello del nord-est pari a -3,6 punti (in aumento di 2,3). Il valore risulta invece uguale a quello evidenziato dalla provincia di Bolzano (+0,1 punti). Per quanto riguarda l'UE la fiducia dei consumatori risulta meno positiva (-7,2 punti), mentre la Germania registra un valore pari a -1,8.

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



Fonte: dati Eurostat – CCIAA

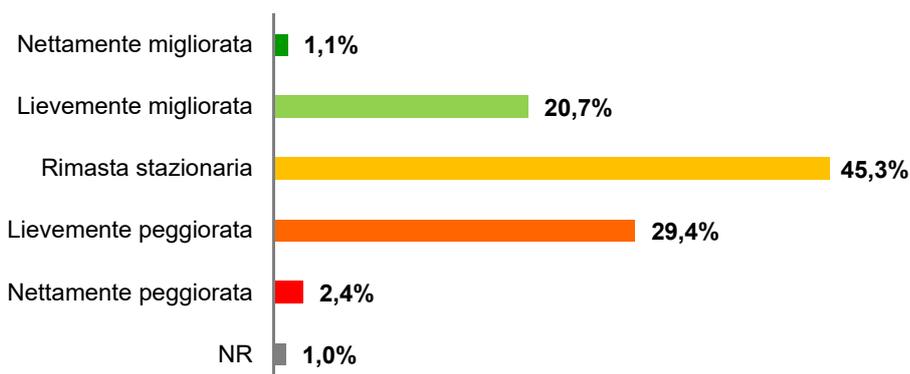
L'indice del clima di fiducia (CCI *Consumer Confidence Index*) è calcolato sulla base delle valutazioni dei consumatori riguardo ai seguenti quattro aspetti dei dodici complessivamente rilevati:

- 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. PERCEZIONI E ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI

Le valutazioni riguardanti la situazione economica provinciale, riferita agli ultimi dodici mesi, sono nettamente più positive rispetto a quanto registrato ad aprile. La percentuale di chi riscontra un miglioramento (lieve o netto) raggiunge, infatti, il 21,8% (dal 2,1% della precedente indagine), mentre i giudizi negativi si contraggono dal 72,1% all'attuale 31,8%. Crescono anche i giudizi di stazionarietà che raggiungono il 45,3%.

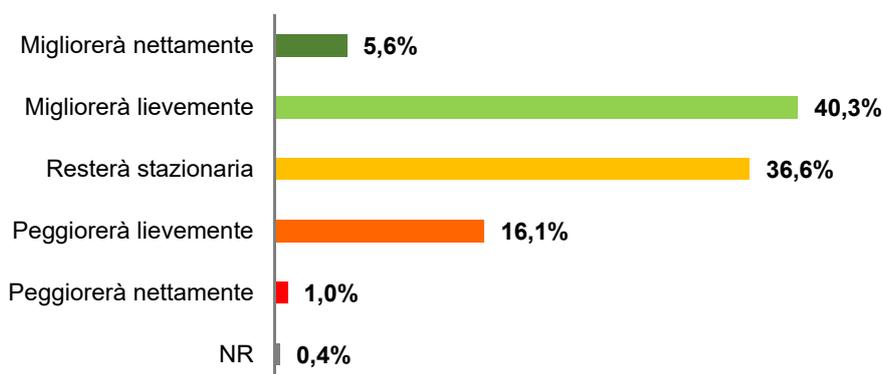
A suo giudizio la situazione economica della provincia di Trento negli ultimi 12 mesi è:



Migliora
il giudizio sulla
situazione
economica della
provincia negli
ultimi 12 mesi

Le attese relative all'evoluzione della situazione economica provinciale, nei prossimi dodici mesi, segnano un miglioramento ancor più significativo. Sulla base dei dati raccolti, i consumatori che si aspettano una ripresa economica nel prossimo anno sono il 45,9% (erano il 30,0% in primavera), mentre la percentuale di chi teme un peggioramento si riduce dal 30,7% di aprile al 17,1% di ottobre. Il restante 36,6% esprime una valutazione di stazionarietà.

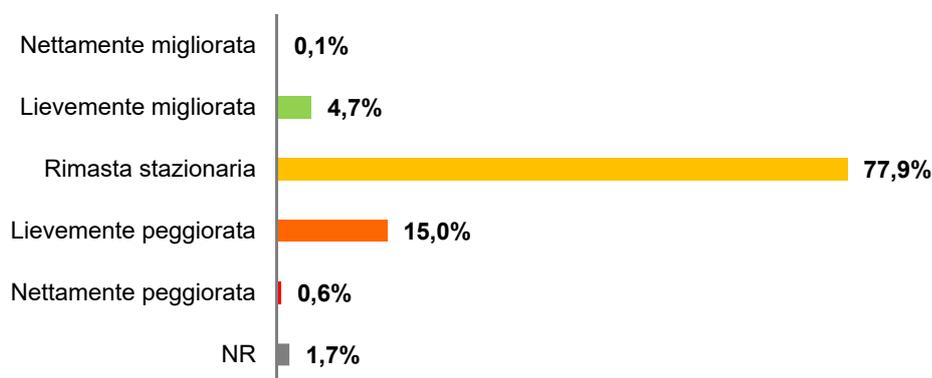
A suo giudizio, nei prossimi 12 mesi, la situazione economica generale della provincia di Trento



Migliorano le
attese
sull'andamento
futuro
dell'economia locale

In riferimento alla situazione economica della propria famiglia negli ultimi 12 mesi, tendenzialmente le persone interpellate confermano un giudizio di stazionarietà (il 77,9%). La percentuale di chi riscontra un peggioramento risulta tuttavia in calo (15,6% dal 24,1% di aprile), mentre vi è un lieve crescita di chi dichiara un miglioramento. Dall'indagine condotta a livello nazionale emergono opinioni più negative con oltre il 24% dei consumatori che percepisce un deterioramento della situazione economica familiare.

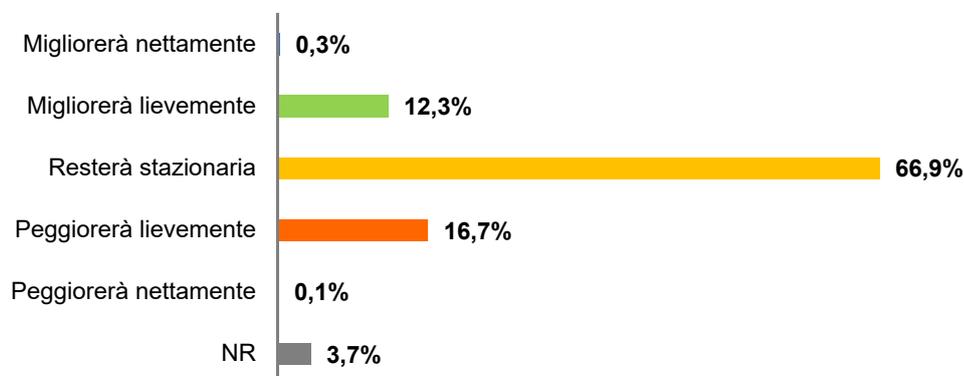
Nel corso degli ultimi 12 mesi la situazione economica della sua famiglia è:



In lieve
crescita i
giudizi
positivi e di
stazionarietà

Anche per quanto riguarda le valutazioni prospettiche (a un anno) sulla situazione economica della propria famiglia si conferma il prevalere del giudizio di stazionarietà, seppur in contrazione rispetto a quanto rilevato nella precedente indagine (il 66,9% contro l'83,6% di aprile). In aumento risultano le valutazioni ottimistiche (dal 4,7% al 12,6%), ma contemporaneamente anche i giudizi negativi (dall'8,7% al 16,8%) questi ultimi legati probabilmente alle preoccupazioni connesse all'aumento dei prezzi al consumo che potrebbero incidere sul bilancio familiare.

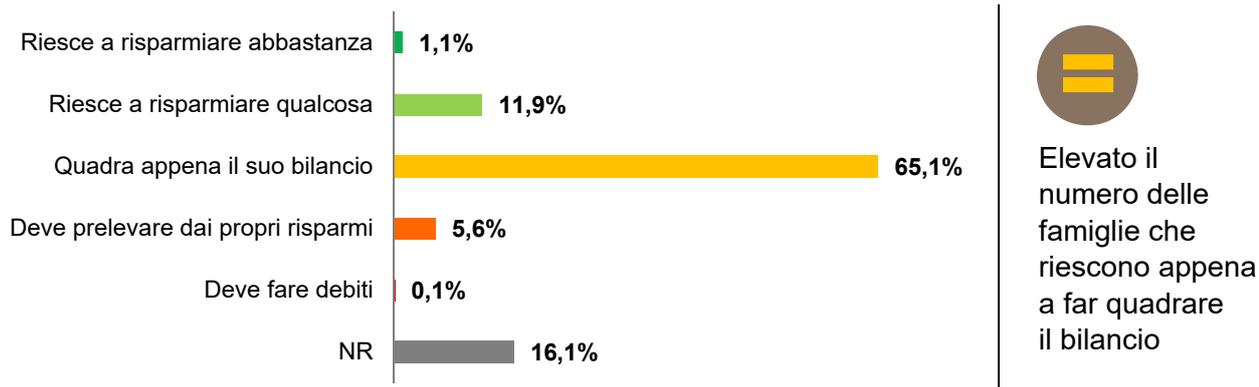
A suo giudizio, nel corso dei prossimi 12 mesi, la situazione economica della sua famiglia:



Il 67% considera
stabile la
situazione
economica della
propria famiglia nel
corso dei prossimi
dodici mesi

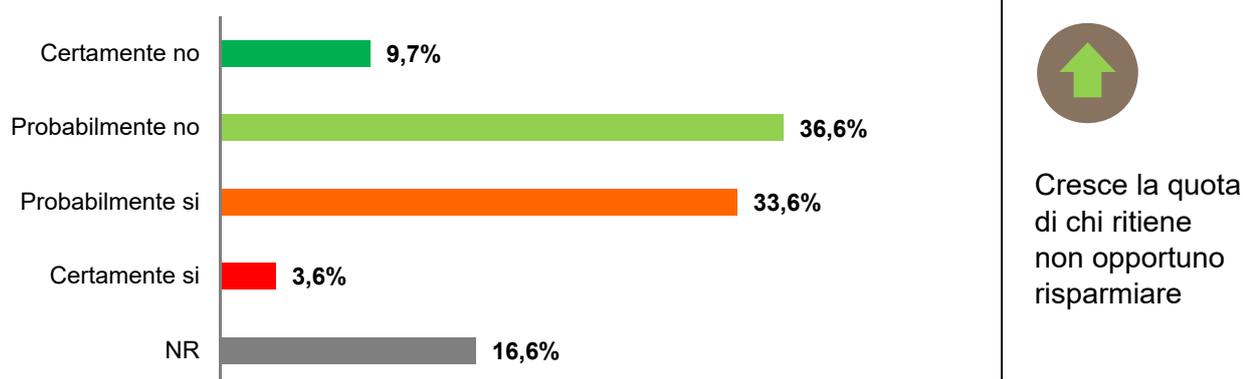
I giudizi relativi alla situazione finanziaria percepita, attualmente, dalle famiglie restituiscono un quadro di sensibile difficoltà. I dati confermano un'elevata percentuale di chi, attraverso le proprie risorse, riesce a far quadrare appena il bilancio familiare (65,1%), mentre il 5,6% dei consumatori ha dichiarato di dover attingere ai risparmi per far fronte alle necessità finanziarie. Il 13,0% è in grado di risparmiare qualcosa o abbastanza.

Qual è l'attuale situazione finanziaria della sua famiglia:



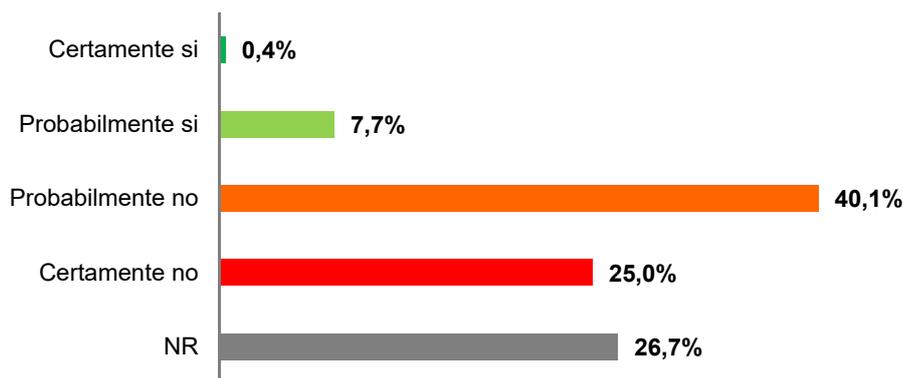
Considerando nello specifico la propensione al risparmio, le risposte fornite dai consumatori offrono un quadro in lieve miglioramento rispetto a quanto rilevato ad aprile. A fronte di un maggior ottimismo circa l'evoluzione della situazione economica provinciale si contrae, infatti, la percentuale di coloro che ritengono opportuno risparmiare (37,2% dal 52,9%). A livello nazionale si riscontra una propensione al risparmio decisamente più elevata che supera il 90%.

Considerando la situazione economica della provincia di Trento, lei ritiene opportuno risparmiare?



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 (65,1%). Solamente l'8,1% afferma di poter generare risparmio nei prossimi dodici mesi.

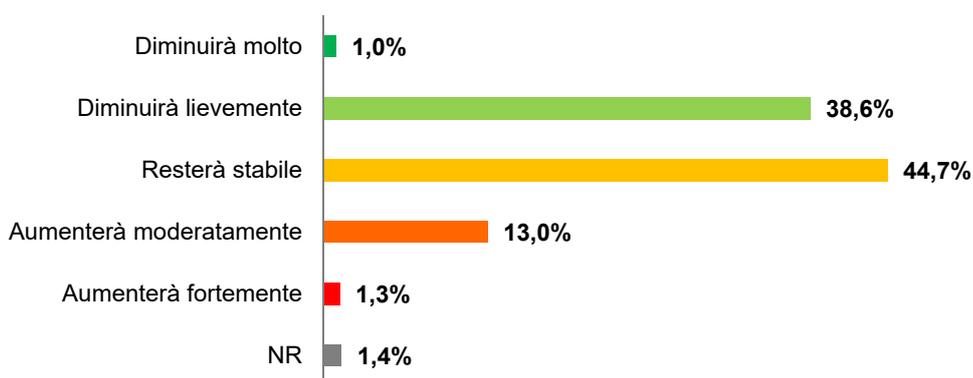
Nei prossimi 12 mesi, lei riuscirà ad effettuare risparmi?



Si conferma elevata la quota di chi non riuscirà ad effettuare risparmi

Con riferimento alle valutazioni sull'andamento della disoccupazione nel corso del prossimo anno si registra un significativo miglioramento rispetto alla rilevazione effettuata nel mese di aprile. La quota di rispondenti che si attende un aumento del numero dei disoccupati (moderato o forte) si contrae di 25 punti percentuali (14,3%), a fronte di un deciso incremento della quota che prevede un calo (dal 19,0% di aprile all'attuale 39,6%).

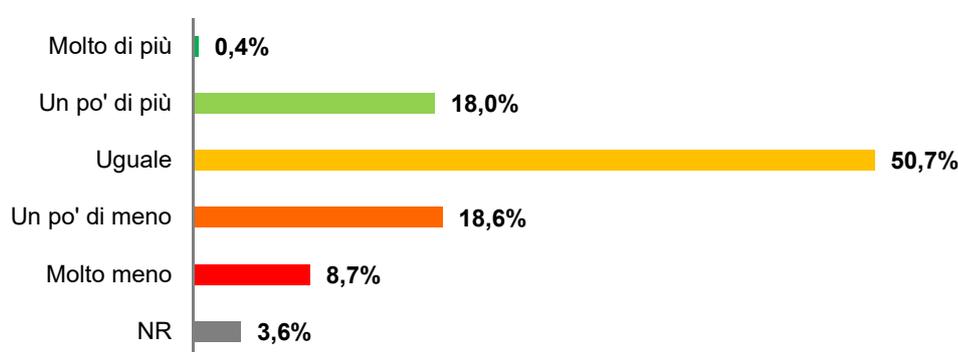
A suo giudizio, nel corso dei prossimi 12 mesi, il numero dei disoccupati in provincia di Trento:



Meno negative le previsioni sulla disoccupazione

A fronte delle migliori aspettative circa lo sviluppo economico nei prossimi dodici mesi cresce, leggermente, la propensione all'acquisto di beni durevoli (elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili), sulla quale possono aver influito anche i recenti incentivi introdotti per l'acquisto di televisioni e *decoder*. La percentuale di chi dichiara di aver intenzione di spendere di più in rapporto all'ultimo anno raggiunge il 18% contro circa l'8% registrato in primavera. Si mantiene alta, tuttavia, anche la quota di chi prevede una contrazione della spesa (27,3%). In linea con la rilevazione precedente, i giudizi di stazionarietà si confermano elevati (50%).

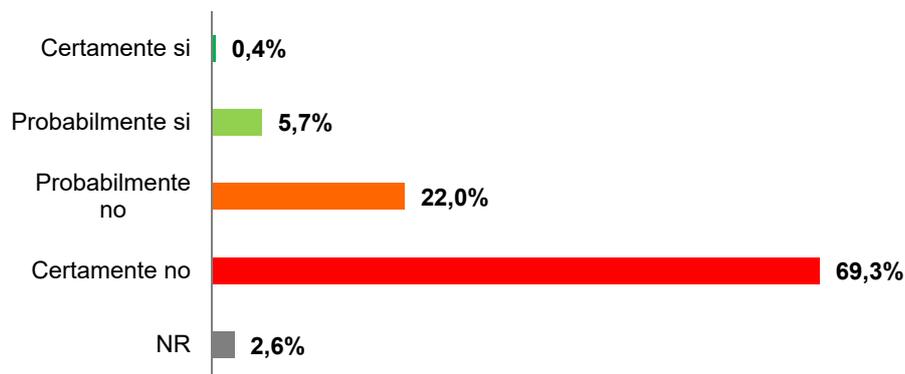
Nel corso dei prossimi 12 mesi ha intenzione di spendere, in rapporto ai 12 mesi passati, per l'acquisto di elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili:



Crescono leggermente i consumatori intenzionati a spendere di più per l'acquisto di beni durevoli

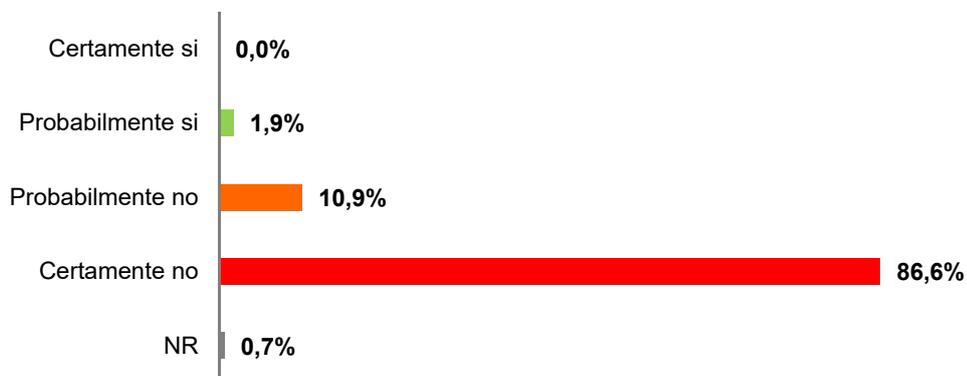
Il quadro risulta più sfavorevole in riferimento alla propensione verso spese di maggiore valore. Oltre il 90% degli intervistati conferma, infatti, di non prevedere l'acquisto di un'autovettura o di un'abitazione.

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



Oltre il 90% non intende acquistare un'automobile

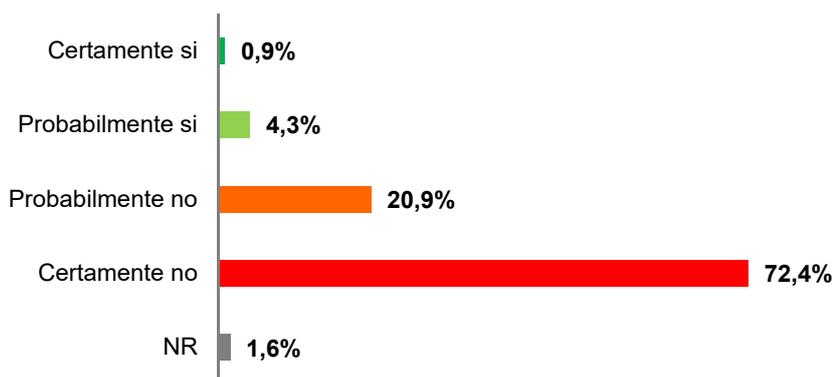
Nei prossimi 12 mesi intende acquistare un'abitazione (per sé o per un familiare, seconda casa, abitazione destinata a locazione...)



Oltre il 95%
non intende
acquistare
un'abitazione

Per quanto riguarda l'intenzione di spendere somme rilevanti per la manutenzione o il miglioramento di un'abitazione, si evidenzia una contrazione del numero dei consumatori che con certezza non hanno intenzione di programmare interventi in tal senso (dal 60,3% della primavera al 72,4%).

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?

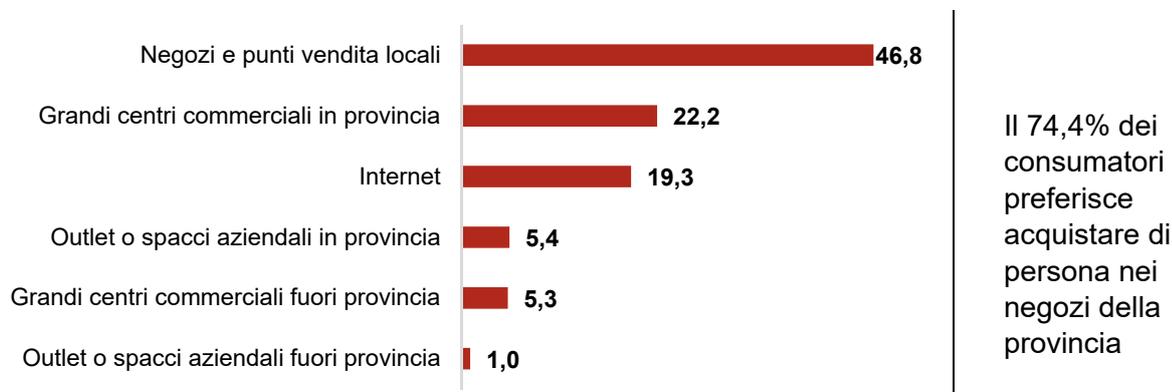


In calo
la % di chi ha
intenzione di
spendere somme
rilevanti per la
manutenzione di
un'abitazione



Con l'avvicinarsi delle festività natalizie e l'auspicato aumento dei consumi, è stato posto un quesito specifico relativo al canale di acquisto preferito tra negozi e centri commerciali in provincia-fuori provincia e *online*. Emerge come le modalità di vendita tradizionali continuano a prevalere con una tendenza a rivolgersi preferibilmente ai negozi di prossimità. Il 46,8% dei consumatori sceglierà infatti per i propri acquisti i punti vendita locali, mentre il 22,2% si servirà dei grandi centri commerciali presenti sul territorio provinciale, con oltre il 74% dei consumatori trentini che andrà quindi a sostenere l'economia locale. Il 19,3% si affiderà invece all'*e-commerce*, scelto soprattutto dai giovani e dagli adulti con meno di 50 anni.

Dove pensa di effettuare i suoi acquisti per il prossimo Natale?





NOTA METODOLOGICA

L'indagine prevede due sessioni di rilevazione che vengono condotte nei mesi di ottobre/novembre e aprile/maggio. 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 i risultati 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 **15 ottobre e il 5 novembre 2021**.