

CLIMA DI FIDUCIA
DEI CONSUMATORI TARENTINI
aprile 2022



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 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 iniziata nella seconda metà del mese di aprile e si è conclusa l'11 maggio. Dopo le ondate più intense della pandemia, con la fine dello stato d'emergenza e la scadenza fissata al 30 aprile per alcune limitazioni riguardanti il possesso del *green pass* e l'obbligo di indossare le mascherine, si cominciavano a intravedere alcuni segnali di ritorno alla "normalità". Tuttavia, l'inizio del conflitto tra Russia e Ucraina, scoppiato alla fine del mese di febbraio, ha introdotto nuovi elementi di incertezza accelerando ulteriormente la crescita dei costi dell'energia e delle materie prime.

Le tensioni inflazionistiche hanno inoltre continuano a diffondersi anche ad altri comparti merceologici quali alimentari lavorati, beni durevoli e non durevoli e trasporti, contribuendo così a mantenere sopra il 6% l'inflazione generale¹. Indagini e sondaggi d'opinione condotti di recente confermano che l'aumento dei prezzi e gli effetti del conflitto in Ucraina sono al centro delle preoccupazioni degli italiani e non solo. Il *sentiment* dei consumatori ha di fatto subito un peggioramento in molte economie dell'Unione Europea, mentre la flessione è stata meno pronunciata nei Paesi distanti dall'area del conflitto.

¹ Istat, *Prezzi al consumo*, aprile 2022.



SINTESI

Ad aprile l'indice del clima di fiducia dei consumatori registra una brusca flessione assestandosi a -20,6 punti (da +0,1 di ottobre).

Il calo è legato all'aumento dei prezzi dei prodotti energetici e alle spinte inflazionistiche registrate a partire dallo scorso autunno (acuite con l'inizio del conflitto in Ucraina), che determina un forte peggioramento dei giudizi prospettici relativi all'andamento dell'economia locale e della situazione economica familiare.

Le valutazioni appaiono piuttosto negative anche per quanto riguarda il mercato del lavoro. Risultano in crescita, infatti, le preoccupazioni connesse ad un possibile aumento della disoccupazione.

Si espande ulteriormente la percentuale di famiglie che riescono a far quadrare appena il proprio bilancio e che, conseguentemente, non riusciranno ad effettuare risparmi. La propensione all'acquisto di beni durevoli (elettrodomestici e mobili) risulta in questa fase molto contenuta e in calo rispetto allo scorso autunno.



1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

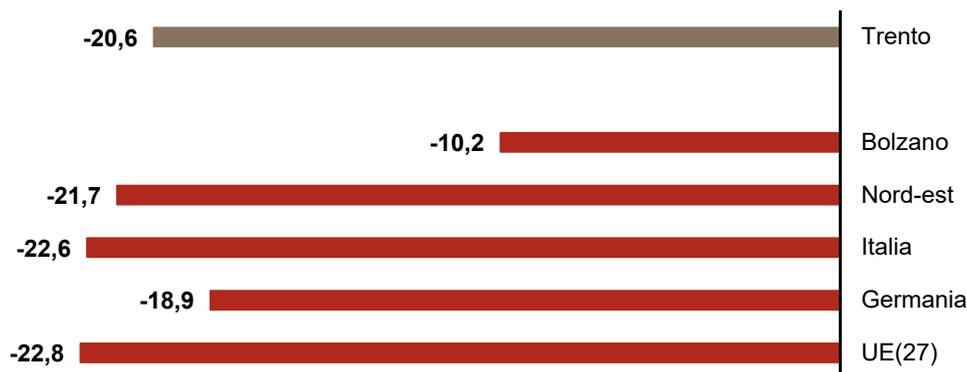
Nel mese di aprile l'indice relativo al clima di fiducia dei consumatori trentini si assesta a -20,6 punti, in calo di oltre 20 punti rispetto alla precedente indagine condotta nel mese di ottobre.

In particolare risultano più pessimistiche le aspettative future relative all'evoluzione dell'economia locale e della situazione economica familiare. In peggioramento si dimostra anche il giudizio espresso in relazione alla situazione economica percepita dalla propria famiglia negli ultimi mesi. Si osserva infine una contrazione delle previsioni di acquisto di beni durevoli, come ad esempio elettrodomestici e mobili.

L'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini risulta leggermente migliore sia rispetto a quanto emerso a livello nazionale (-22,6 punti, in calo di 18,3 rispetto ad ottobre) che nel Nord-est (-21,7, in calo di 18,1). La provincia di Bolzano registra un indice meno negativo pari a -10,2. Nell'Unione Europea (UE27) la fiducia dei consumatori si posiziona a -22,8 punti, mentre la Germania a -18,9.

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

(indice: 100 tutte le risposte positive; -100 tutte le risposte negative)



Fonte: dati Eurostat – CCIAA

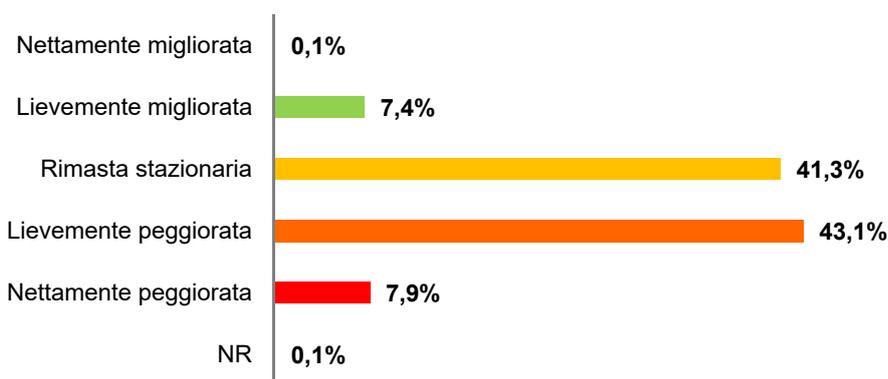
L'indice del clima di fiducia (CCI *Consumer Confidence Index*) è calcolato sulla base delle valutazioni dei consumatori riguardo ai seguenti quattro aspetti dei dodici complessivamente rilevati:

- 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 peggiorate rispetto a quanto registrato nella precedente indagine condotta ad ottobre. La percentuale di chi riscontra un miglioramento (lieve o netto) si assesta al 7,5% (dal 21,8% dell'autunno scorso), mentre i giudizi negativi si espandono dal 31,8% all'attuale 51,0%. I giudizi di stazionarietà si contraggono di quattro punti percentuali e raggiungono il 41,3%.

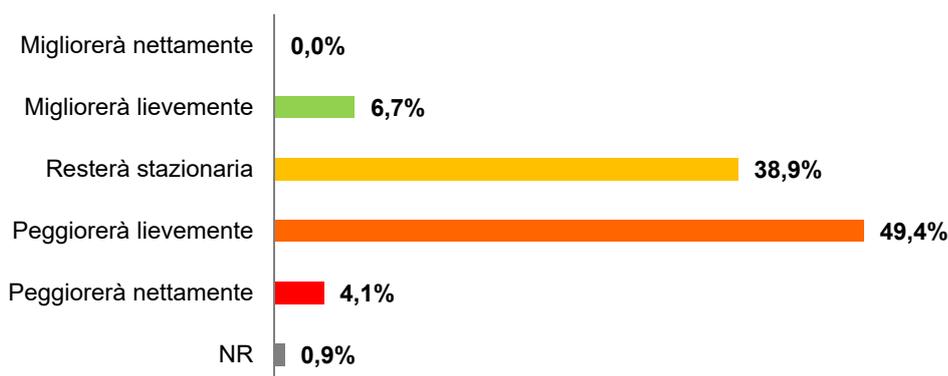
A suo giudizio la situazione economica della provincia di Trento negli ultimi 12 mesi è:



Peggiorano i giudizi sulla situazione economica della provincia negli ultimi 12 mesi

Le attese relative all'evoluzione della situazione economica locale, nei prossimi dodici mesi, segnano un peggioramento ancor più rilevante. Sulla base dei dati raccolti, i consumatori che si aspettano un rallentamento economico nel prossimo anno sono il 53,5% (dal 17,1% dello scorso autunno), mentre la percentuale di chi immagina un miglioramento si contrae drasticamente dal 45,9% al 6,7%. Il restante 38,9% esprime una valutazione di stazionarietà.

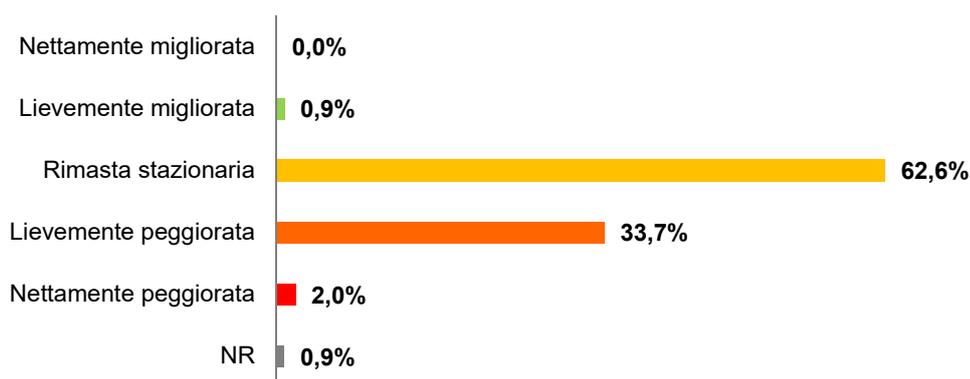
A suo giudizio, nei prossimi 12 mesi, la situazione economica generale della provincia di Trento:



Peggiorano le attese sull'andamento futuro dell'economia locale

In riferimento alla valutazione della situazione economica familiare nell'ultimo anno, prevale un giudizio di stazionarietà (62,6%), ma in contrazione di oltre 15 punti percentuali rispetto a quanto rilevato in autunno. La quota di chi riscontra un peggioramento risulta in forte espansione (dal 15,6% al 35,7%), mentre meno dell'1% dichiara un miglioramento. Anche dall'indagine condotta a livello nazionale emergono dati analoghi.

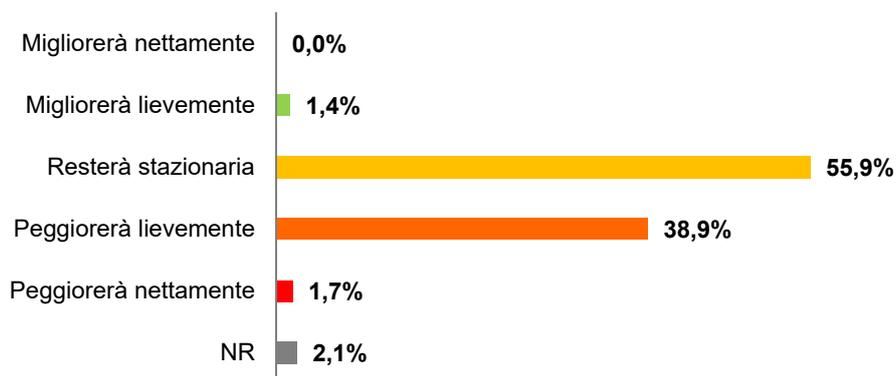
Nel corso degli ultimi 12 mesi la situazione economica della sua famiglia è:



Peggiorano i giudizi sulla situazione economica della propria famiglia

Anche per quanto riguarda le valutazioni prospettive (a un anno) sulla situazione economica della propria famiglia si conferma il prevalere del giudizio di stazionarietà, ma in calo di oltre dieci punti percentuali rispetto a quanto rilevato nella precedente indagine (il 55,9% contro il 66,9%). In deciso aumento risultano i giudizi di chi immagina un deterioramento della situazione economica familiare (dal 16,8% al 40,6%), mentre le valutazioni ottimistiche non raggiungono il 2% (da oltre il 12% di ottobre).

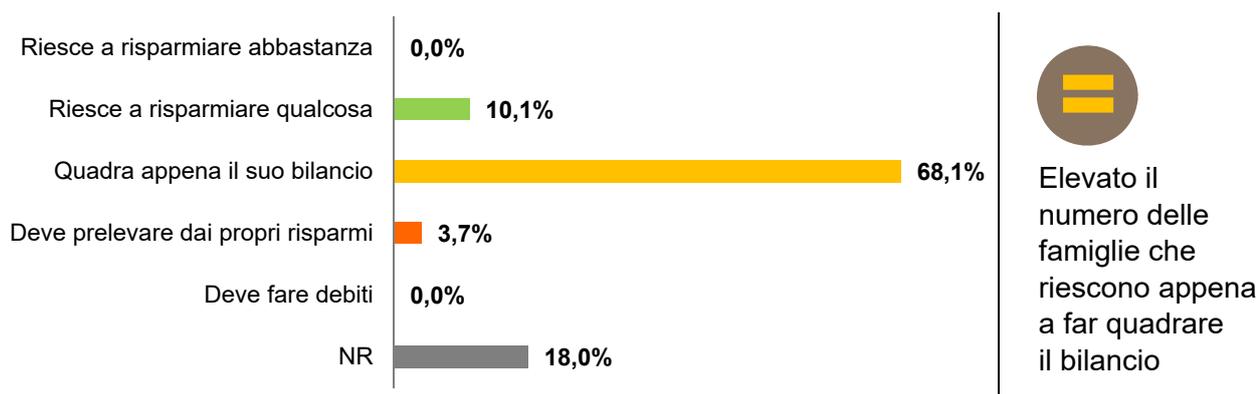
A suo giudizio, nel corso dei prossimi 12 mesi, la situazione economica della sua famiglia:



Peggiorano le attese sull'evoluzione futura della propria situazione economica familiare

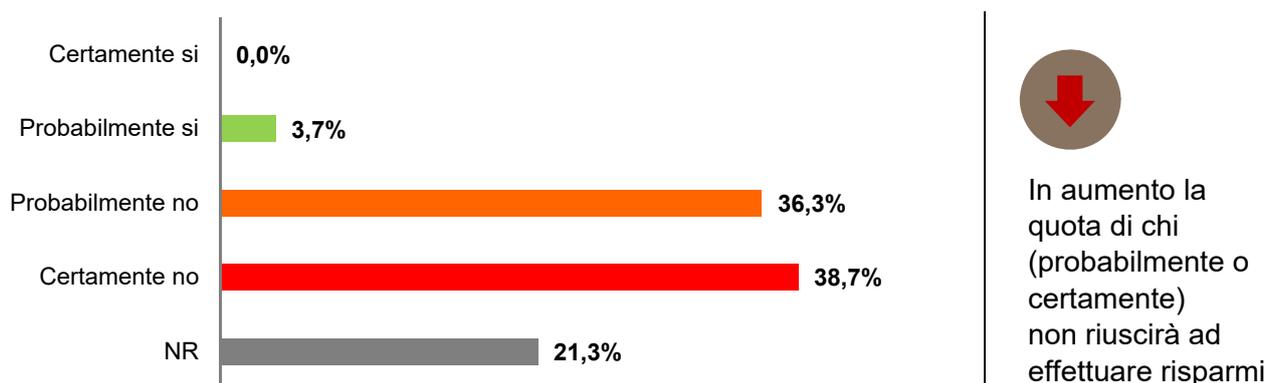
I giudizi relativi alla situazione finanziaria percepita, attualmente, dalle famiglie restituiscono un quadro di sensibile difficoltà. I dati evidenziano, infatti, un'elevata percentuale di chi, attraverso le proprie risorse, riesce a far quadrare appena il bilancio familiare (68,1%), mentre il 3,7% dei consumatori ha dichiarato di dover attingere ai risparmi per far fronte alle necessità finanziarie. Solamente il 10,1% è in grado di risparmiare qualcosa.

Qual è l'attuale situazione finanziaria della sua famiglia:



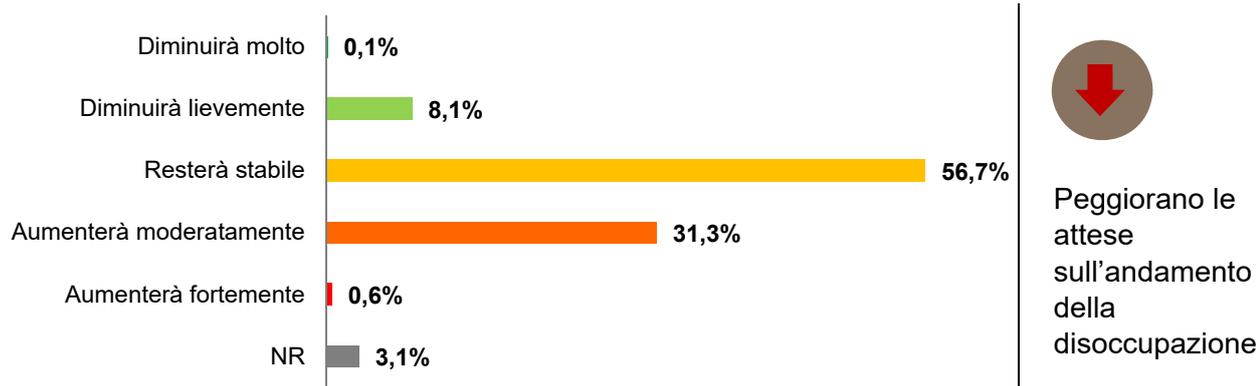
Per quanto riguarda l'effettiva possibilità di realizzare accantonamenti di risorse, la quota di coloro che non ritengono (probabilmente o certamente) di riuscire a risparmiare si conferma elevata e in ulteriore aumento rispetto alla precedente rilevazione (75,0% dal 65,1%). Solamente il 3,7% dei consumatori afferma di essere in grado di generare risparmio nei prossimi dodici mesi.

Nei prossimi 12 mesi, lei riuscirà ad effettuare risparmi?



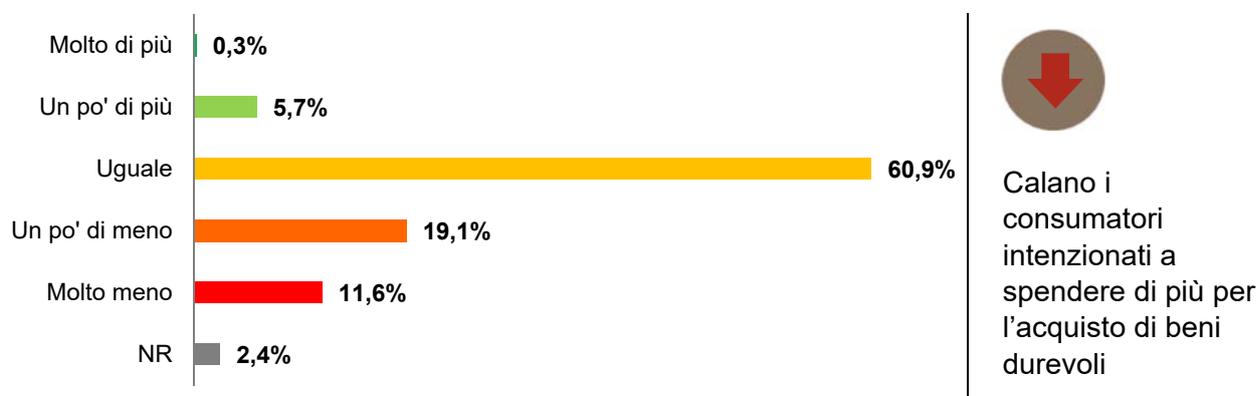
Anche le attese in merito all'andamento della disoccupazione nel corso del prossimo anno sono nel complesso maggiormente negative rispetto a quanto emerso dalla rilevazione dello scorso autunno. La quota di rispondenti che immagina un aumento (moderato) del numero dei disoccupati cresce di oltre 17 punti percentuali e raggiunge il 31,9%, a fronte di una decisa contrazione di coloro che prevedono un calo (8,2% dal 39,6%). I giudizi di stazionarietà si assestano al 56,7%.

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



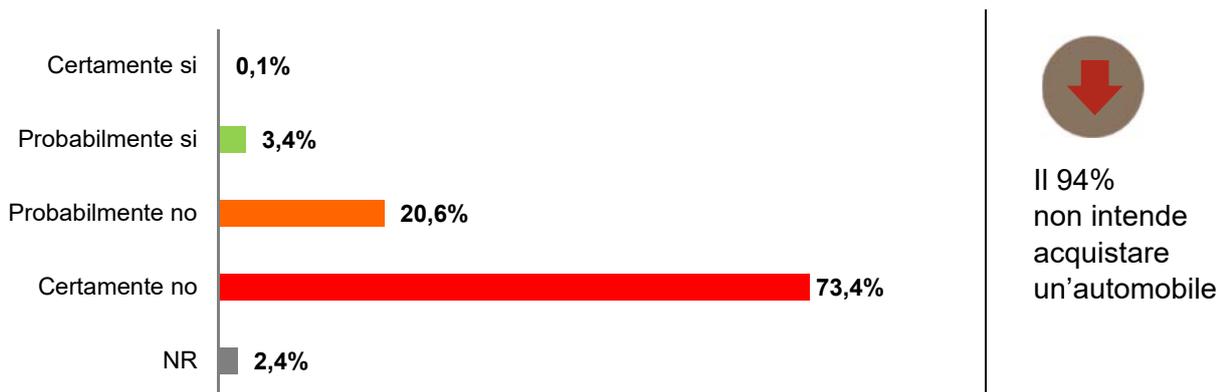
Le difficoltà riscontrate in merito alla situazione finanziaria delle famiglie incidono sulle intenzioni di acquisto di beni durevoli (elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili) che sembrano maggiormente improntate alla prudenza. La percentuale di chi dichiara di aver intenzione di spendere di più in rapporto all'ultimo anno raggiunge appena il 6,0%, contro il 18,4% dello scorso autunno. In leggero aumento anche la quota di chi prevede una contrazione della spesa (30,7% contro il 27,3% di ottobre). I giudizi di stazionarietà si confermano elevati e in ulteriore aumento rispetto alla scorsa rilevazione (dal 50,7% di ottobre al 60,9%).

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:



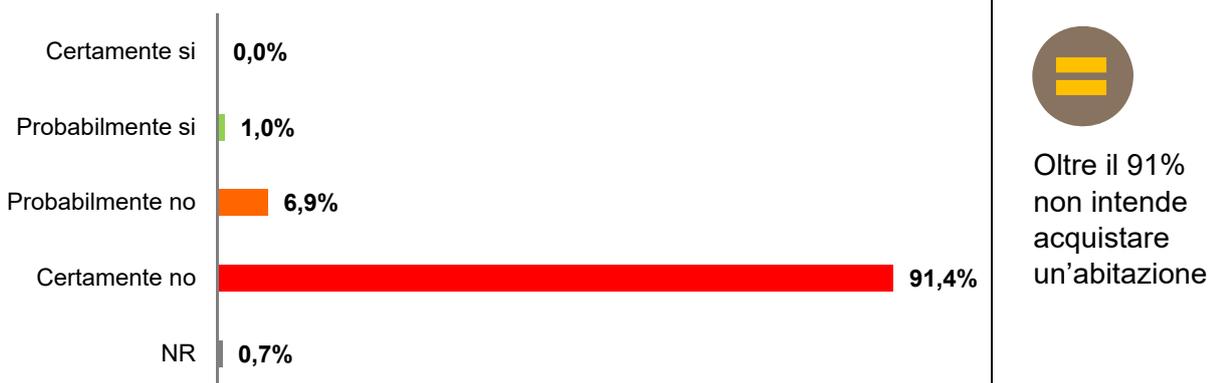
Rimane bassa la propensione verso spese di maggiore valore. Oltre il 90% degli intervistati conferma, infatti, di non prevedere l'acquisto di un'autovettura o di un'abitazione. Rispetto alla rilevazione di ottobre, diminuisce ulteriormente la percentuale di consumatori intenzionati ad acquistare un'auto (da 5,1% a 3,5%), mentre rimane stabile quella di coloro che dichiarano di voler rinviare la spesa (94,0%).

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



Aumenta invece di quasi 4 punti la percentuale dei consumatori che certamente non intendono acquistare una casa (dall'87,7% di ottobre al 91,4%).

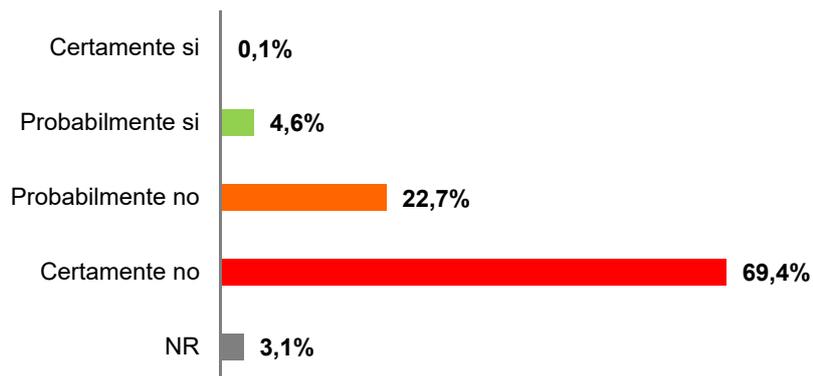
Nei prossimi 12 mesi intende acquistare un'abitazione (per sé o per un familiare, seconda casa, abitazione destinata a locazione...)





Anche in riferimento all'intenzione di spendere somme rilevanti per la manutenzione o il miglioramento di un'abitazione, si registra una scarsa propensione alla programmazione di interventi in tal senso.

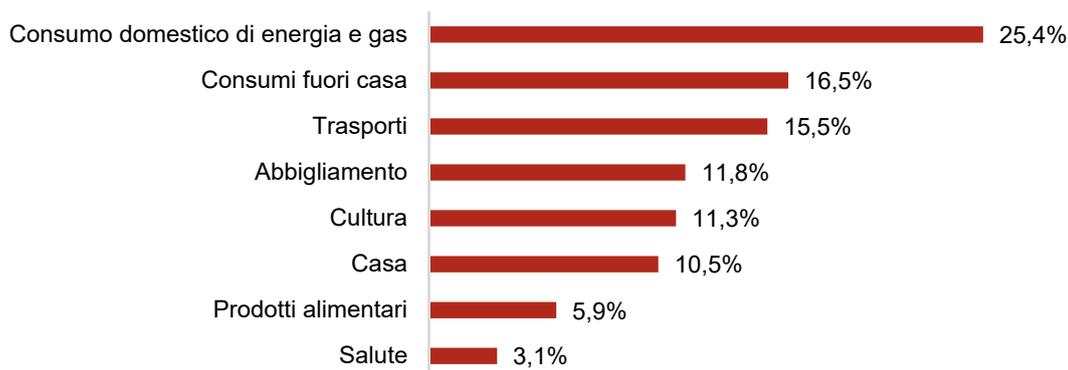
Lei o un membro del suo nucleo familiare ha intenzione di spendere somme rilevanti per la manutenzione o il miglioramento di un'abitazione nei prossimi 12 mesi?



Il 95% circa non intende spendere somme rilevanti per la manutenzione di un'abitazione

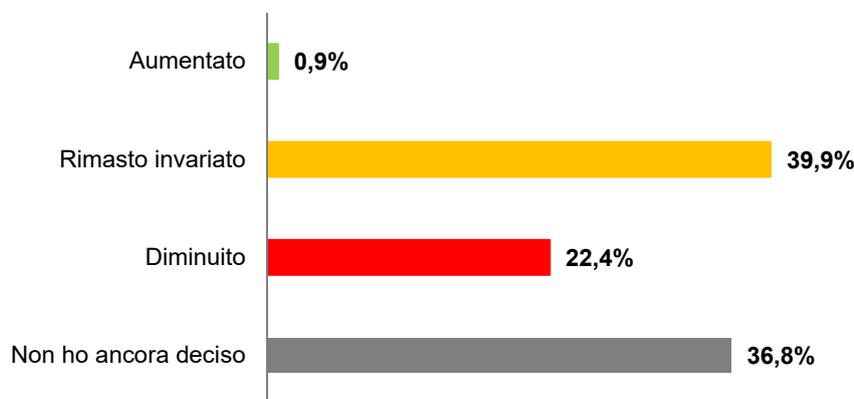
La situazione di incertezza e le preoccupazioni per la situazione economica personale e generale influiscono sui comportamenti di consumo e di risparmio che, in questa particolare fase, sono soprattutto incentrati sulla gestione dei rincari. È stato quindi chiesto ai consumatori di indicare su quali voci di spesa si sono concentrate le loro strategie di risparmio. Al primo posto si colloca il consumo domestico di energia e gas (25,4%), seguito dai consumi fuori casa (16,5%) e dai trasporti (15,5%).

In questa fase su quali voci di spesa si concentrano le sue strategie di risparmio?



Un ulteriore quesito riguarda l'eventualità di organizzare un viaggio o una vacanza nella prossima stagione estiva. Il 36,3% degli intervistati non ha ancora preso una decisione, mentre il restante si divide equamente tra chi ha dichiarato che andrà in vacanza (31,9%) e chi no (31,9%). L'intenzione di andare in vacanza prevale per i giovani tra i 18 e i 29 anni (l'incidenza di risposte positive è superiore al 50%), mentre si riduce per i consumatori compresi nella fascia d'età tra 30 e 49 anni (33,3%), per le persone tra i 50 a i 64 anni (31,4%) e per gli over 65 (19,5%). La percentuale di indecisi si mantiene alta e supera il 40% per tutte le fasce d'età considerate, fatta eccezione per i consumatori over 65 dove prevale invece l'intenzione di non andare in vacanza (62,9%). Con riferimento al budget programmato e al confronto con lo scorso anno, il 40% del campione dichiara di voler spendere la stessa cifra, mentre il 36,8% non ha ancora deciso. Supera il 22% la percentuale di coloro che invece pensano di ridurre il budget rispetto allo scorso anno.

Rispetto allo scorso anno il budget programmato per il viaggio vacanza è:



Per il 40% circa il budget è lo stesso dello scorso anno



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 **il 21 aprile e l'11 maggio 2022**.