

CLIMA DI FIDUCIA
DEI CONSUMATORI TARENTINI
novembre 2024



CAMERA
DI COMMERCIO
INDUSTRIA
ARTIGIANATO
TURISMO
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	10



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 novembre.

Per il mese di novembre la variazione dell'inflazione su base mensile rimane nulla, mentre quella su base annua registra un aumento dell'1,4%, dal +0,9% del mese precedente¹. A crescere sono soprattutto i prezzi dei beni energetici regolamentati, degli alimentari, dei beni durevoli e non durevoli e dei servizi relativi ai trasporti, categorie che incidono fortemente sui bilanci familiari. Con riferimento al percorso di allentamento delle politiche monetarie restrittive, dopo il taglio stabilito ad ottobre, si attende per il mese di dicembre un ulteriore abbassamento dei tassi di interesse che potrebbe quindi far scendere ulteriormente il costo del denaro e ampliare i margini di recupero del potere d'acquisto delle famiglie.

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



SINTESI

A novembre l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini si attesta a -5,5 punti, un valore pressochè stabile rispetto alla precedente rilevazione condotta a settembre.

I consumatori esprimono giudizi di stazionarietà rispetto alla situazione economica familiare e provinciale, sia attuale che in prospettiva. Percepiscono ancora in modo significativo l'aumento dei prezzi, ma allo stesso tempo, rispetto alla rilevazione di settembre, intravedono maggiori opportunità rispetto alla capacità di accantonare risorse e generare risparmi.

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



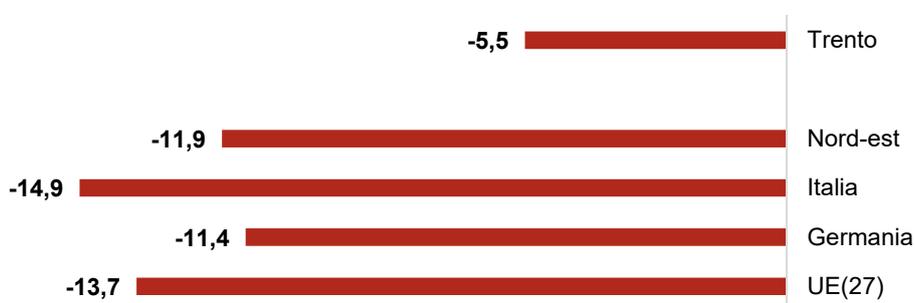
1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Nel mese di novembre l'indice relativo al clima di fiducia dei consumatori trentini raggiunge il valore di -5,5 punti, un valore pressochè stabile rispetto alla precedente rilevazione effettuata a settembre (-4,8).

Permane una certa cautela rispetto alle intenzioni di spesa per beni durevoli. Così come non si registrano particolari variazioni nei giudizi e nelle aspettative in merito alla situazione economica familiare. Anche sull'andamento della situazione economica provinciale nei prossimi 12 mesi, prevalgono i giudizi di stazionarietà.

L'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini è superiore a quello nazionale (-14,9) e del Nord-est (-11,9). Risulta migliore anche in rapporto al dato della Germania (-11,4) e al valore medio europeo (-13,7).

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



(indice: intervallo da -100 a +100)

Fonte: dati Eurostat - CCIATA

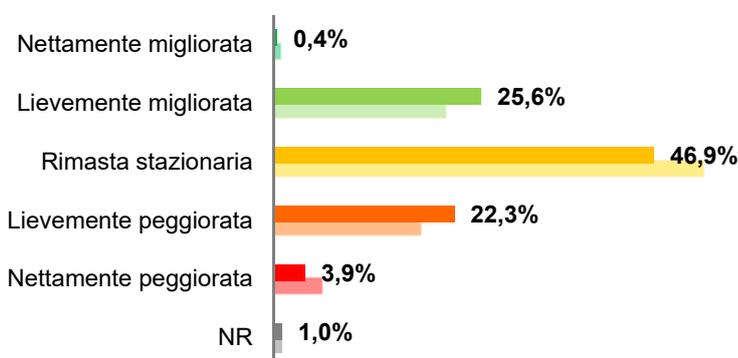
L'indice del clima di fiducia (CCI *Consumer Confidence Index*) è calcolato sulla base delle valutazioni dei consumatori riguardo ai seguenti quattro aspetti dei dodici complessivamente rilevati:

- 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 relative all'andamento dell'economia trentina negli ultimi dodici mesi confermano il prevalere di una situazione di stabilità (46,9%), seppur in calo di circa 6 punti percentuali rispetto a quanto rilevato nell'indagine condotta a settembre. In lieve aumento risulta la quota di chi evidenzia un miglioramento (dal 22,0% al 26,0%), ma anche la percentuale di chi rileva un peggioramento (dal 24,0% al 26,2%).

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

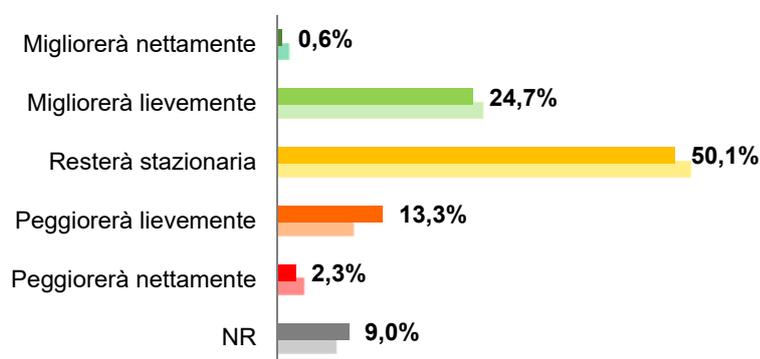


Si conferma il prevalere dei giudizi di stabilità in relazione alla situazione economica provinciale nell'ultimo anno

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

Una condizione di sostanziale stabilità si registra anche in merito alle previsioni sulla situazione economica provinciale per il prossimo anno. Prevale il giudizio di stazionarietà (50,1% rispetto al 52,1% della precedente indagine), in aumento risultano le aspettative di peggioramento (dal 13,0% al 15,6%), mentre le prospettive ottimistiche evidenziano una contrazione (dal 27,4% al 25,3%).

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

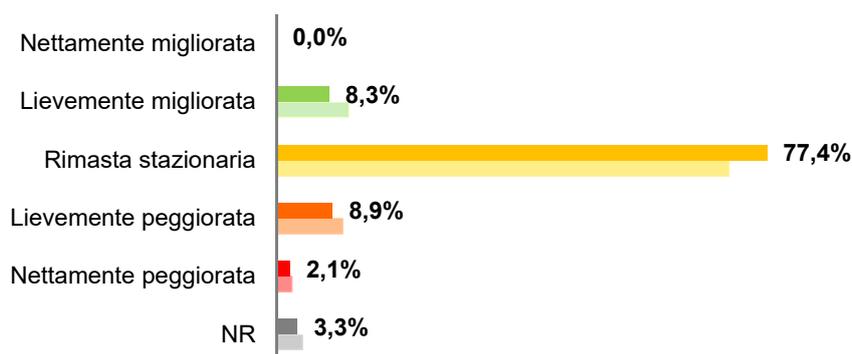


Si conferma il prevalere delle previsioni di stabilità sul futuro andamento dell'economia locale

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

I giudizi di stabilità prevalgono anche in merito alla percezione della situazione economica familiare nell'ultimo anno (77,4% rispetto al 71,4% di settembre). Le variazioni nei giudizi positivi e negativi sono minime: la quota di chi percepisce un peggioramento cala dal 12,8% all'11,0%, mentre la percentuale di chi esprime un giudizio positivo diminuisce dall'11,5% all'8,3%.

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

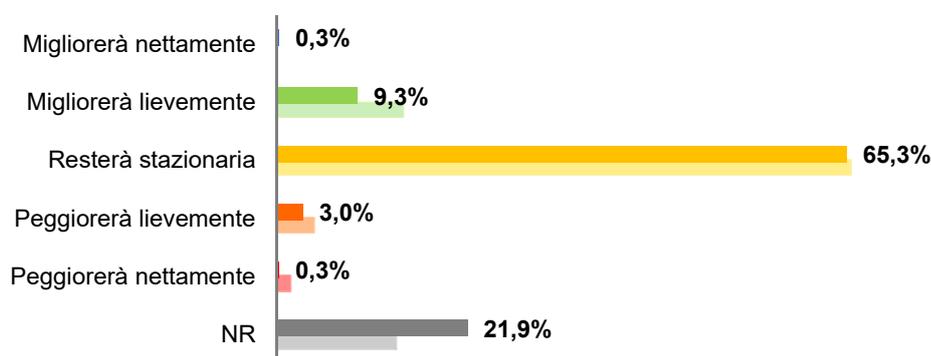


Stabili i giudizi sulla situazione economica della propria famiglia nell'ultimo anno

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

Analogamente a quanto riscontrato nei precedenti quesiti, anche le valutazioni prospettiche (a un anno) sulla situazione economica attesa per la propria famiglia si mantengono complessivamente stabili (65,3%). Le variazioni nei giudizi sia positivi che negativi risultano piuttosto contenute: i primi calano dal 14,7% di settembre al 9,6% di novembre, mentre i secondi scendono dal 5,9% al 3,3%. Rilevante la quota di chi non risponde al quesito (21,9%), che può essere interpretato come un segno di incertezza sulla possibilità di fare previsioni finanziarie future.

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

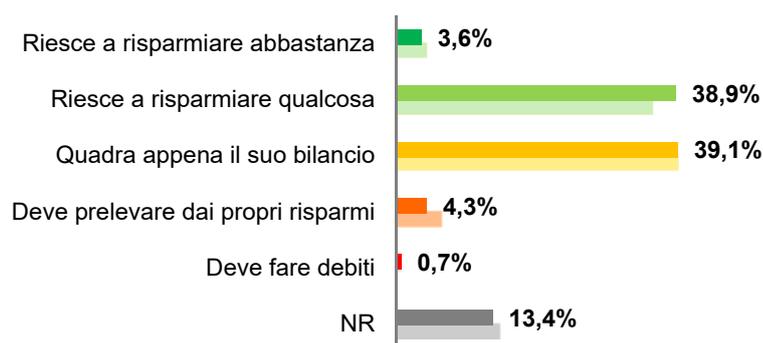


Stabili le attese sulla situazione economica della propria famiglia nel prossimo anno

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

Anche i giudizi relativi alla situazione finanziaria percepita attualmente dalle famiglie rimangono pressochè stabili e definiscono un contesto di difficoltà. Il 39,1% dei consumatori dichiara di riuscire appena a far quadrare il proprio bilancio familiare, mentre il 4,3% è costretto ad utilizzare i risparmi. Rispetto alla scorsa rilevazione si registra un lieve miglioramento della percentuale di chi riesce ad accantonare qualcosa passata dal 35,7% di settembre al 38,9%.

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

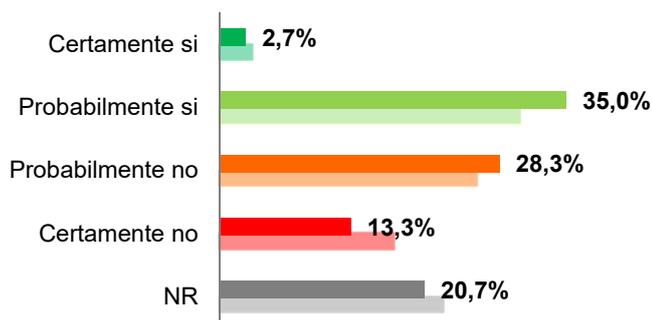


Elevato il numero delle famiglie che riescono appena a far quadrare il bilancio

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

Per quanto riguarda l'effettiva possibilità di realizzare accantonamenti di risorse, la quota di coloro che non riescono si assesta al 41,6%, mentre quella di chi pensa che potrà risparmiare passa dal 33,8% di settembre al 37,7%. I consumatori che, con certezza, immaginano di non poter generare risparmi sono il 13,3%, mentre la percentuale di chi, probabilmente, si attende di non riuscire a realizzarli è del 28,3%. Circa il 20% degli intervistati ha scelto di non rispondere al quesito.

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

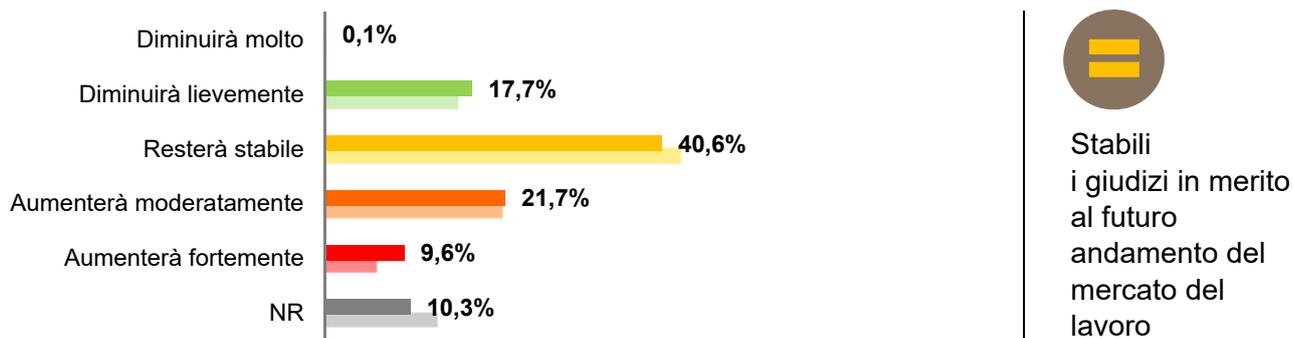


In lieve miglioramento la capacità di risparmio

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

Le attese in merito all'andamento della disoccupazione nel corso del prossimo anno sono pressochè stabili, anche se si registra un lieve aumento della percentuale di consumatori che si dichiarano pessimisti e pensano che la situazione potrebbe peggiorare (31,3% contro il 27,5% di settembre).

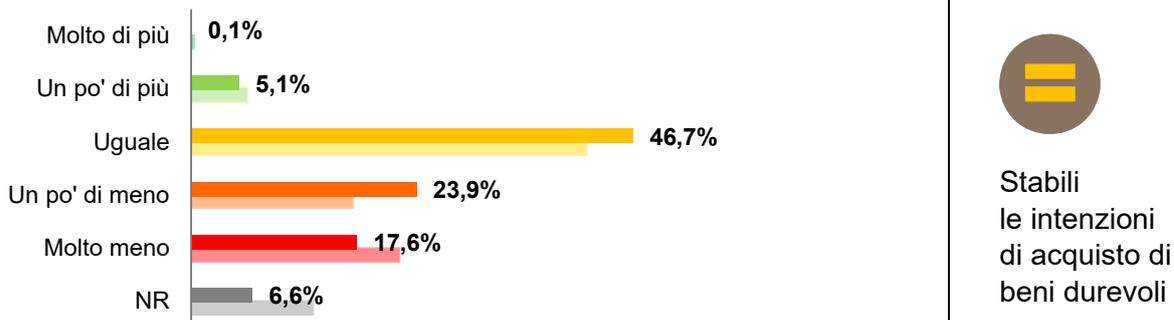
A suo giudizio, nel corso dei prossimi 12 mesi, il numero dei disoccupati in provincia di Trento*:



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

Le intenzioni di acquisto di beni durevoli (elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili) si confermano contenute. Rimane praticamente invariata la percentuale dei consumatori che dichiarano di essere intenzionati a spendere di più nei prossimi 12 mesi (5,1%), mentre aumenta quella di coloro che pensano di voler spendere un po' di meno, che passa dal 17,1% al 23,9%. I valori associati alla volontà di ridurre gli acquisti si mantengono dunque su livelli ancora elevati e considerati unitariamente, si assestano al 41,5%.

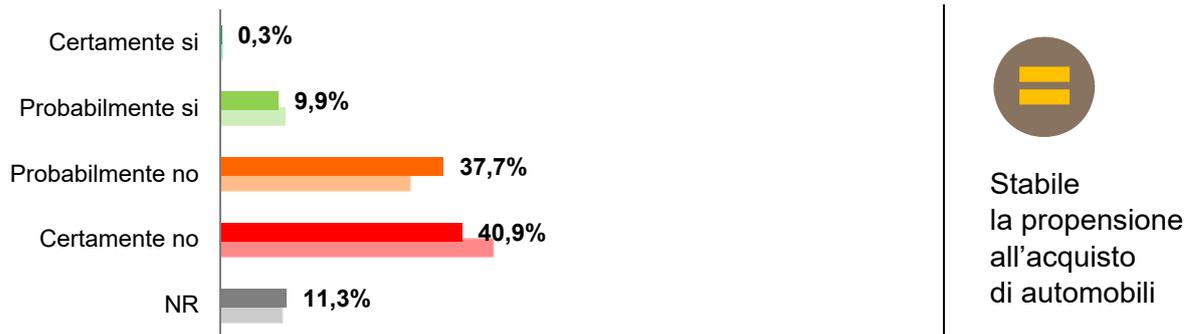
Nel corso dei prossimi 12 mesi ha intenzione di spendere, in rapporto ai 12 mesi passati, per l'acquisto di elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili*:



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

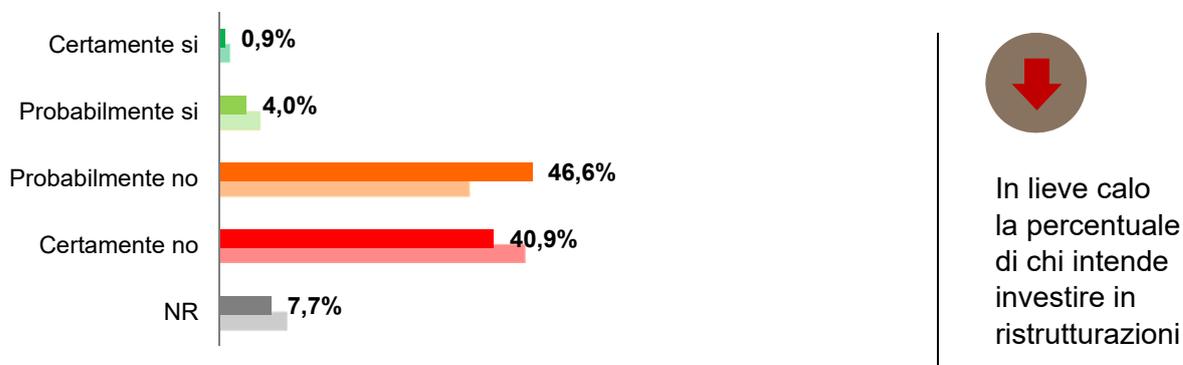
Con riferimento alle spese di maggiore valore, gli orientamenti dei consumatori rimangono per lo più stabili rispetto all'eventuale acquisto di un'autovettura. Si registra inoltre un lieve calo della percentuale di coloro che non intendono investire nella casa.

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 novembre (in grassetto) e di settembre.

*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 novembre (in grassetto) e di settembre.

La cautela dei consumatori è confermata anche dai dati raccolti sul credito al consumo, con l'88,3% degli intervistati che dichiara di non aver fatto ricorso a forme di finanziamento per eventuali acquisti (automobile, elettrodomestici, vacanze, etc..) nell'ultimo anno. Infine, i consumatori percepiscono ancora in modo piuttosto marcato l'inflazione e oltre l'83% ritiene che i prezzi nell'ultimo anno siano aumentati.



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 il **4 e il 22 novembre 2024**.