

CLIMA DI FIDUCIA
DEI CONSUMATORI TARENTINI
febbraio 2025



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 febbraio 2025.

In questo mese, l'inflazione registra un lieve incremento rispetto al mese precedente attestandosi all'1,7%¹. L'aumento è trainato principalmente dall'incremento dei prezzi dei beni energetici regolamentati e dei prodotti alimentari, sia trasformati che non trasformati. In particolare, il costo del cosiddetto "carrello della spesa" mostra un'accelerazione, con un tasso di crescita che passa dal +1,7% al +2,2%. Sul fronte delle politiche monetarie, dopo il taglio dei tassi di interesse stabilito a dicembre, a marzo è stata realizzata un'ulteriore riduzione del costo del denaro.

A livello internazionale, l'insediamento del nuovo Presidente degli Stati Uniti (gennaio 2025) Donald Trump e l'avvio del suo secondo mandato, hanno generato forti incertezze politiche ed economiche, soprattutto con riferimento alle annunciate misure protezionistiche e all'imposizione di dazi anche sui prodotti esportati dall'Unione Europea.

¹ Istat, *Prezzi al consumo (dati provvisori)*, febbraio 2025.



SINTESI

Nel mese di febbraio l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini è in lieve miglioramento rispetto a quello registrato nella precedente rilevazione e raggiunge il valore di -4,3 (da -5,5 di novembre).

Il miglioramento riguarda in particolare le intenzioni d'acquisto di beni durevoli, mentre rimangono pressochè stabili i giudizi e le aspettative riferite all'andamento dell'economia locale e alla situazione economica familiare.

Permangono elementi di incertezza, in particolare per quanto riguarda la capacità di risparmio e le attese sulla disoccupazione, che potrebbero influenzare le scelte economiche delle famiglie nei prossimi mesi.



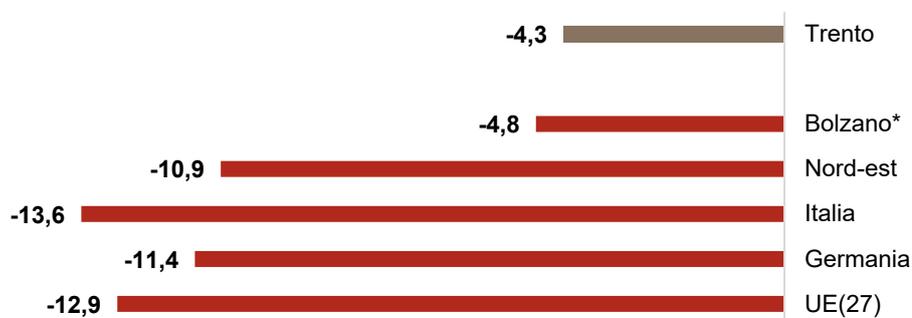
1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Nel mese di febbraio, l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini si attesta a -4,3 punti, in lieve miglioramento rispetto a quanto registrato a novembre (-5,5).

La rilevazione evidenzia una maggiore propensione all'acquisto di beni durevoli, mentre le previsioni sull'andamento futuro dell'economia locale e le aspettative e i giudizi sulla situazione economica familiare rimangono pressochè invariati.

L'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini è in linea con quello della provincia di Bolzano e risulta superiore a quello nazionale (-13,6) e del Nord-est (-10,9). Si colloca inoltre su livelli migliori rispetto al dato della Germania (-11,4) e della media europea (-12,9).

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



* Per la provincia di Bolzano il dato è riferito al mese di gennaio.

(indice: intervallo da -100 a +100)

Fonte: dati Eurostat - CCIATA

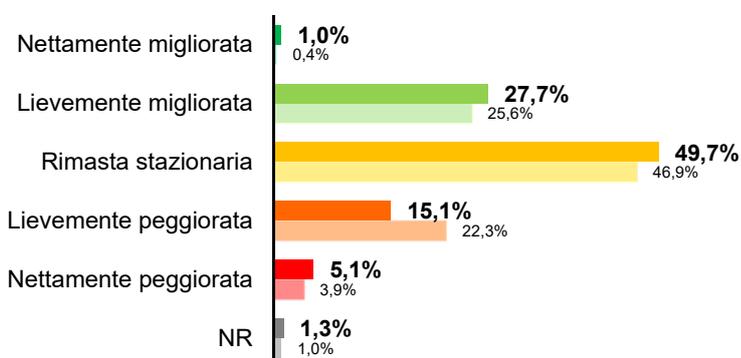
L'indice del clima di fiducia (CCI *Consumer Confidence Index*) è calcolato sulla base delle valutazioni dei consumatori riguardo ai seguenti quattro aspetti dei dodici complessivamente rilevati:

- 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 sull'andamento dell'economia trentina negli ultimi dodici mesi confermano il prevalere di un giudizio di stabilità (49,7%), in aumento di circa 3 punti percentuali rispetto a quanto emerso nell'indagine condotta a novembre. In diminuzione risulta la quota di coloro che segnalano un peggioramento, scesa dal 26,2% al 20,2%, mentre cresce lievemente la percentuale di chi rileva un miglioramento (dal 26,0% al 28,7%).

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

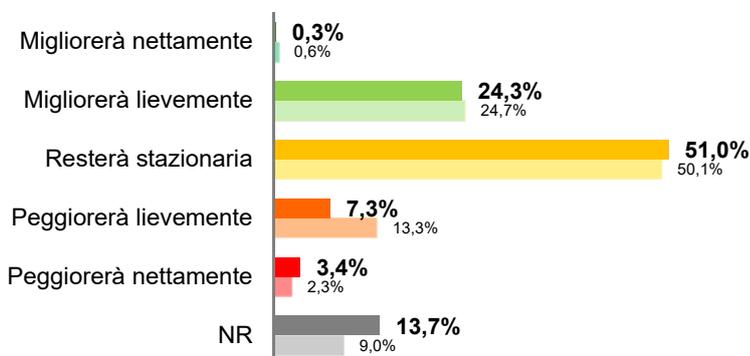


Si conferma il prevalere dei giudizi di stabilità in relazione alla situazione economica provinciale nell'ultimo anno

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

Anche in riferimento alle previsioni sul futuro andamento dell'economia locale si registra il prevalere di una valutazione orientata alla stabilità (51,0%). In calo risulta la quota di chi prevede un peggioramento, scesa dal 15,6% al 10,7%, mentre le aspettative ottimistiche rimangono pressoché invariate (24,6% rispetto al 25,3% di novembre). Aumenta anche la percentuale di chi sceglie di non rispondere al quesito, probabilmente a causa dell'incertezza legata all'evoluzione dello scenario economico.

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

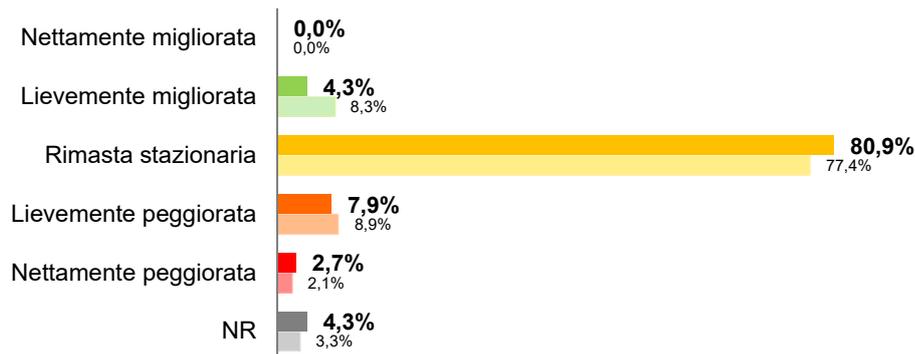


Si conferma il prevalere delle previsioni di stabilità sul futuro andamento dell'economia locale

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

Anche per quanto riguarda le valutazioni delle famiglie sulla propria situazione economica nell'ultimo anno, prevale un giudizio di stabilità, in ulteriore crescita rispetto a novembre (80,9% rispetto al 77,4%). La quota di chi segnala un peggioramento rimane sostanzialmente invariata (circa l'11,0%), mentre la percentuale di chi esprime una valutazione positiva registra un lieve calo (dall'8,3% al 4,3%).

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

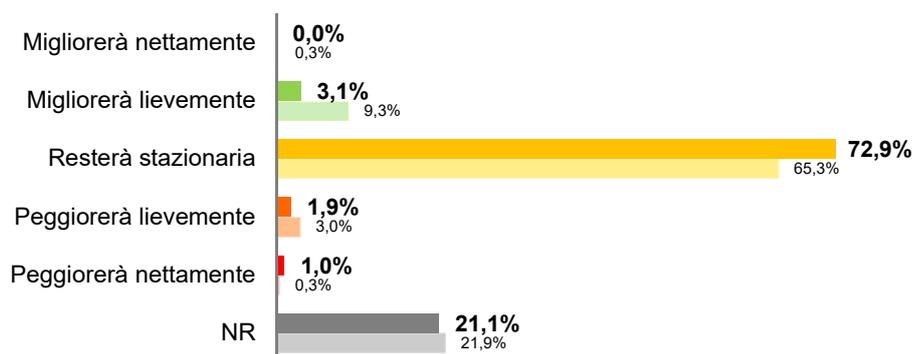


Oltre l'80% considera stabile la situazione economica della propria famiglia nell'ultimo anno

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

In linea con quanto emerso nel precedente quesito, anche le valutazioni prospettiche sulla situazione economica familiare risultano orientate alla stabilità, in ulteriore aumento rispetto a novembre (72,9% rispetto al 65,3%). Le opinioni positive subiscono una lieve flessione, passando dal 9,6% al 3,1%, mentre quelle negative restano invariate. Si conferma significativa la quota di chi sceglie di non rispondere al quesito (21,1%), un dato che potrebbe indicare l'incertezza nella capacità di fare previsioni sul futuro.

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

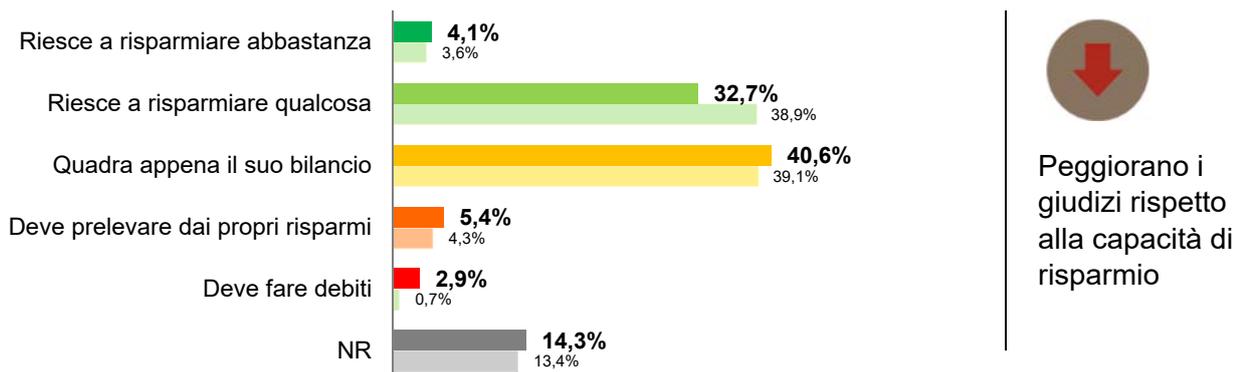


Orientate alla stabilità le attese sulla situazione economica della propria famiglia nel prossimo anno

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

Per quanto riguarda la situazione finanziaria percepita attualmente dalle famiglie, si conferma il contesto di difficoltà già emerso nelle scorse rilevazioni, con un ulteriore peggioramento dei giudizi riferiti alla capacità di risparmio. La percentuale di chi riesce ad accantonare qualcosa o abbastanza passa dal 42,5% di novembre 2024 al 36,8% di febbraio. Il 40,6% dei consumatori dichiara di riuscire appena a far quadrare il proprio bilancio familiare, mentre il 5,4% è costretto ad utilizzare i risparmi.

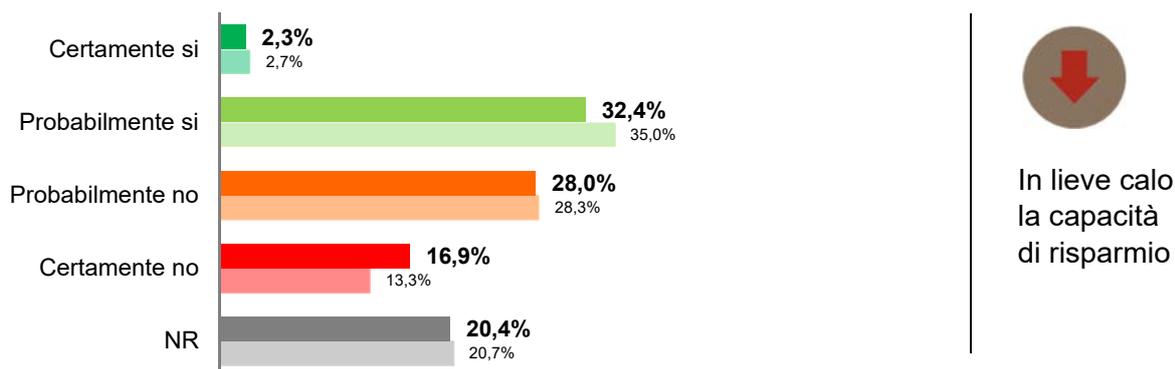
Qual è l'attuale situazione finanziaria della sua famiglia*:



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

Per quanto riguarda la possibilità di accantonare risorse nei prossimi mesi, la quota di chi non riuscirà a risparmiare è in lieve aumento rispetto alla rilevazione precedente e si attesta al 44,9%. La percentuale di coloro che prevedono di riuscirci scende dal 37,7% di novembre 2024 al 34,7% di febbraio. Tra i consumatori, il 16,9% è certo di non poter risparmiare, mentre il 28,0% ritiene che probabilmente non ci riuscirà. Infine, circa il 20% degli intervistati ha scelto di non rispondere alla domanda.

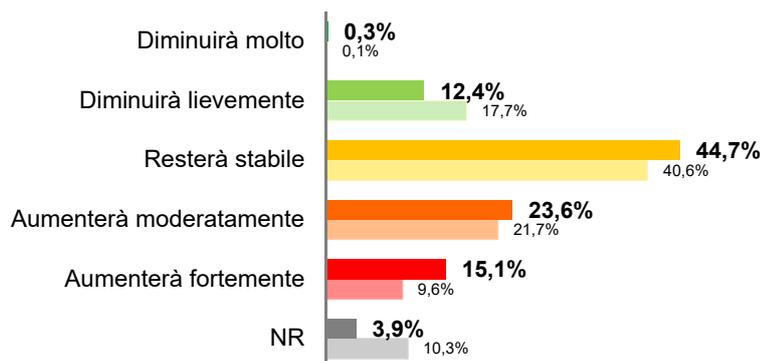
Nei prossimi 12 mesi, lei riuscirà ad effettuare risparmi*?



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

Le attese sull'andamento della disoccupazione per il prossimo anno sono in peggioramento. Aumenta, infatti, la quota di consumatori pessimisti che temono un deterioramento della situazione. Complessivamente, la percentuale di chi prevede un aumento della disoccupazione nei prossimi 12 mesi raggiunge il 38,7%, contro il 31,3% registrato a novembre 2024.

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

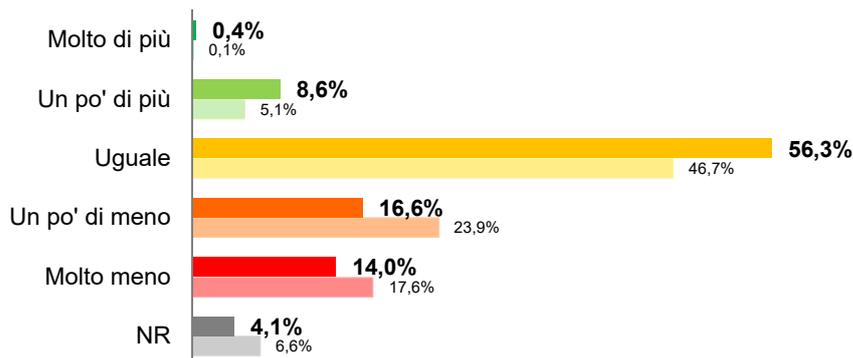


Peggiorano i giudizi in merito al futuro andamento del mercato del lavoro

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

Le intenzioni di acquisto di beni durevoli (elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili) sono in miglioramento rispetto alla scorsa rilevazione. Diminuisce, infatti, la percentuale di chi ha intenzione di spendere di meno (che passa dal 41,5% di novembre al 30,6% di febbraio) e aumenta la percentuale di chi dichiara di essere intenzionato a spendere di più nei prossimi 12 mesi (9,0% dal 5,2%). In deciso aumento il valore associato alla volontà di mantenere stabile la spesa nel corso dei prossimi dodici mesi che si assesta al 56,3%.

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*:

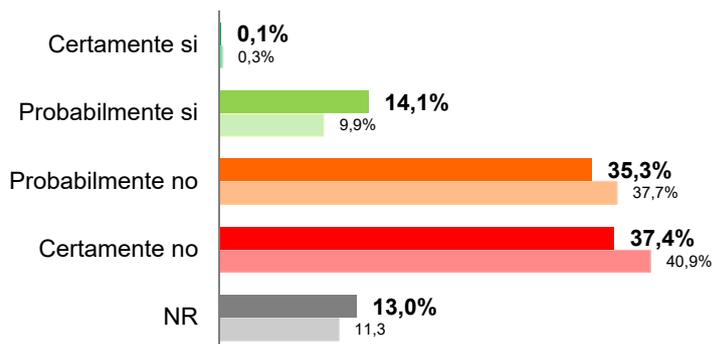


In aumento la propensione all'acquisto di beni durevoli

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

Con riferimento alle spese di maggiore valore, l'indagine evidenzia che, rispetto alla scorsa rilevazione, i consumatori sono leggermente più propensi all'acquisto di un'automobile o ad investire nella casa.

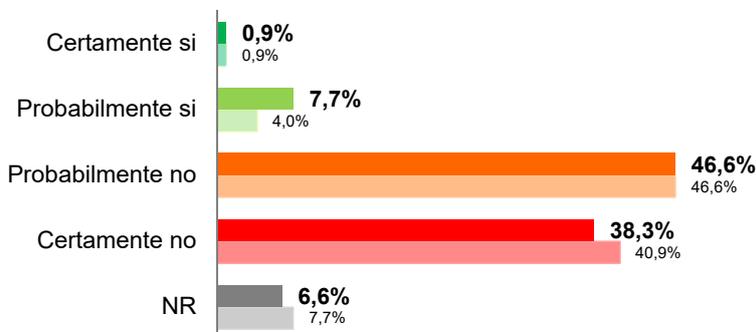
Lei o un membro del suo nucleo familiare ha intenzione di acquistare un'autovettura nei prossimi 12 mesi?*



In lieve aumento
la propensione
all'acquisto
di automobili

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

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 lieve
aumento
la percentuale
di chi intende
investire in
ristrutturazioni

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



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 27 gennaio e il 17 febbraio 2025**.