

CLIMA DI FIDUCIA
DEI CONSUMATORI TARENTINI
maggio 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	11



INTRODUZIONE

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

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 maggio 2025.

Nel mese di maggio, l'inflazione ha mostrato un ulteriore lieve rallentamento assestandosi all'1,8 dall'1,9% di aprile. Il calo è stato determinato in particolare dalla flessione dei prezzi dei beni energetici, nonché dalla diminuzione delle tariffe nei settori dei trasporti, dei servizi ricreativi, culturali e per la cura della persona. In accelerazione invece i prezzi del cosiddetto "carrello della spesa", con un tasso di crescita che passa dal +3,7% al +4,2% e sul quale incidono in particolare i rincari dei beni alimentati lavorati.



SINTESI

Nel mese di maggio l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini è in lieve peggioramento rispetto a quello registrato nella precedente rilevazione e raggiunge il valore di -5,6 (da -4,3 di febbraio).

Per quanto riguarda la percezione della situazione economica della propria famiglia, i giudizi si mantengono pressochè stabili. Peggiorano invece le aspettative sull'andamento dell'economia provinciale nei prossimi dodici mesi: la quota di intervistati che prevede un peggioramento del contesto economico locale risulta in aumento rispetto alla rilevazione effettuata nel mese di febbraio. Si conferma invece una situazione di stabilità nella propensione all'acquisto di beni durevoli.



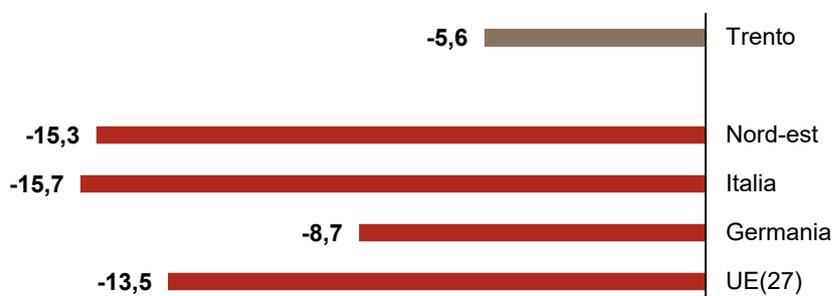
1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Nel mese di maggio, l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini si attesta a -5,6 punti, lievemente peggiore rispetto a quanto registrato a febbraio (-4,3).

La rilevazione evidenzia un lieve peggioramento delle previsioni relative all'andamento futuro dell'economia locale. Restano pressoché stabili, invece, le aspettative e i giudizi sulla situazione economica della propria famiglia, così come la propensione all'acquisto di beni durevoli.

L'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini risulta migliore di quello nazionale (-15,7) e del Nord-est (-15,3). Si colloca inoltre su livelli più favorevoli rispetto al dato medio europeo (-13,5) e al valore della Germania (-8,7).

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



(indice: intervallo da -100 a +100)

Fonte: dati Eurostat - CCIATA

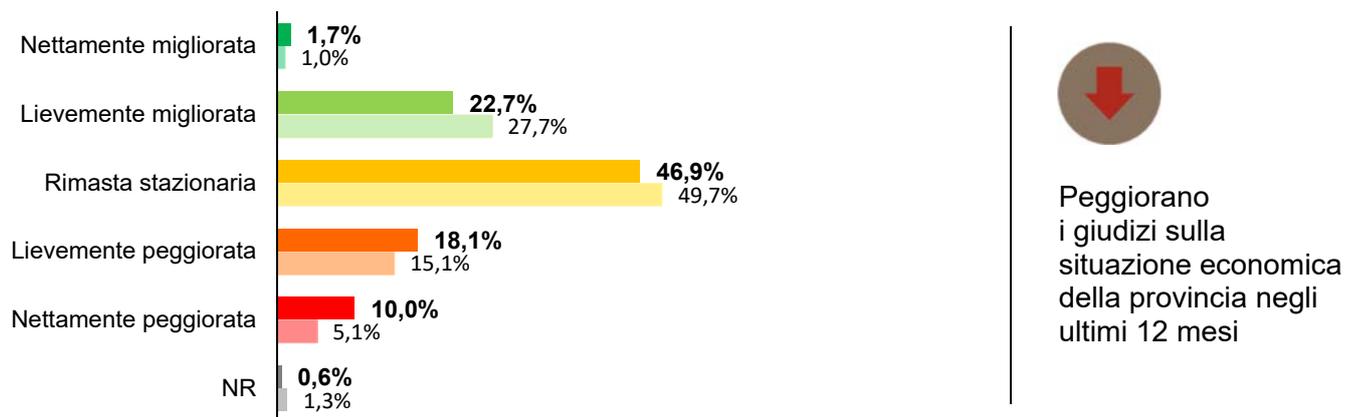
L'indice del clima di fiducia (CCI *Consumer Confidence Index*) è calcolato sulla base delle valutazioni dei consumatori riguardo ai seguenti quattro aspetti dei dodici complessivamente rilevati:

- 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 una prevalenza di giudizi improntati alla stabilità (46,9%), sebbene in lieve calo rispetto all'indagine di febbraio. In aumento risulta tuttavia la quota di chi segnala un peggioramento, passata dal 20,2% al 28,1%, mentre è in leggero calo la percentuale di coloro che percepiscono un miglioramento (dal 28,7% al 24,4%).

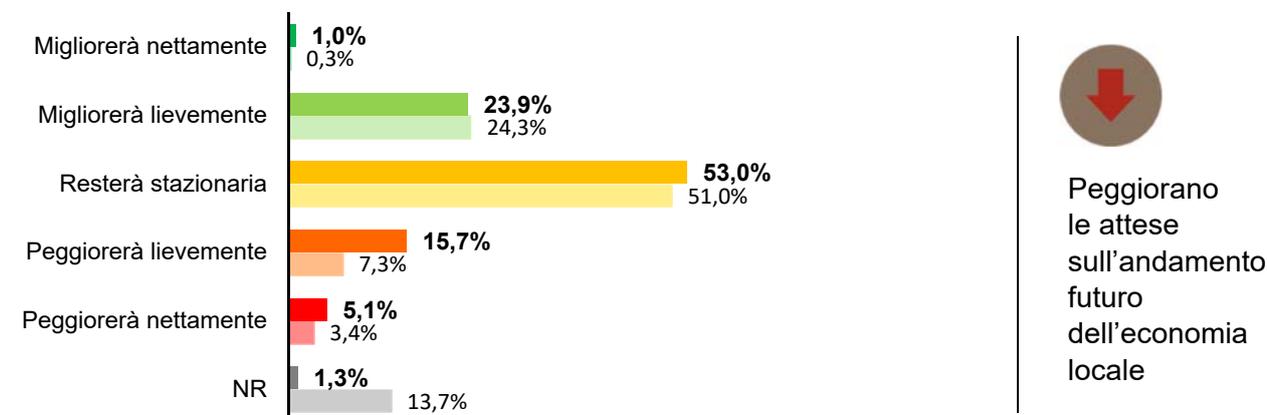
A suo giudizio la situazione economica della provincia di Trento negli ultimi 12 mesi è*:



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

Anche per quanto riguarda le previsioni sull'andamento futuro dell'economia locale, prevale una valutazione orientata alla stabilità (53,0%). Aumenta la quota di chi si aspetta un peggioramento, salita dal 10,7% al 20,8%, mentre le aspettative positive restano pressoché stabili, intorno al 25%. Diminuisce, infine, la percentuale di coloro che preferiscono non esprimere un'opinione.

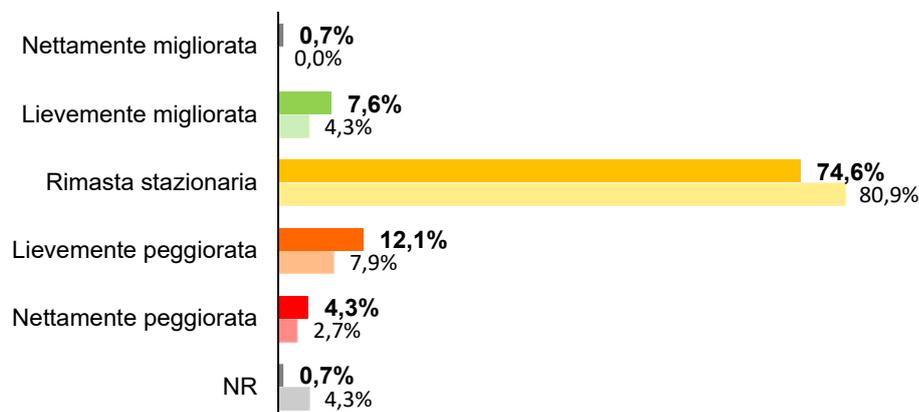
A suo giudizio, nei prossimi 12 mesi, la situazione economica della provincia di Trento*:



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

Anche per quanto riguarda le valutazioni delle famiglie sulla propria situazione economica nell'ultimo anno, prevale un giudizio di stabilità, seppur in lieve calo rispetto a febbraio (74,6% rispetto all'80,9%). La quota di chi segnala un peggioramento aumenta di alcuni punti percentuali (dal 10,6% al 16,4%), 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*:

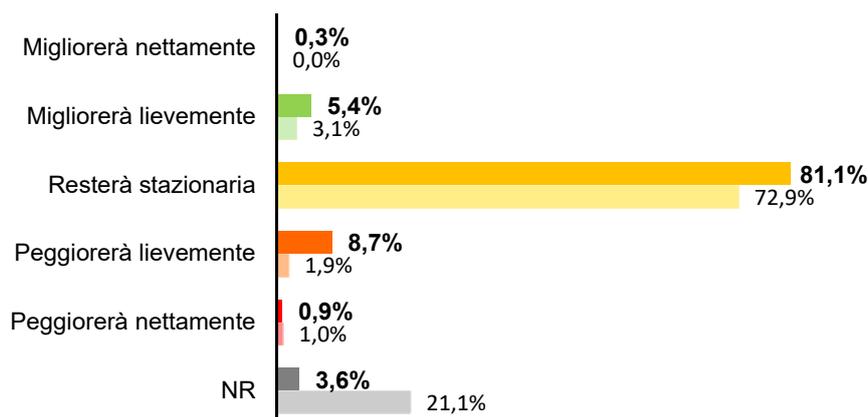


Circa il 75%
considera stabile
la situazione
economica della
propria famiglia
nell'ultimo anno

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

Le valutazioni prospettiche sulla situazione economica familiare mostrano un consolidamento delle attese di stabilità, espresse dall'81,1% degli intervistati (in crescita rispetto al 72,9% rilevato a febbraio). Variazioni minime si registrano nella quota di chi prevede un miglioramento, che passa complessivamente dal 3,1% al 5,7%, mentre più marcato è l'aumento delle previsioni negative (dal 2,9% al 9,6%). Queste variazioni sono influenzate anche dal netto calo della percentuale di non rispondenti, scesa dal 21,1% al 3,6%, segno di una maggiore propensione degli intervistati a esprimere un'opinione rispetto all'indagine precedente.

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



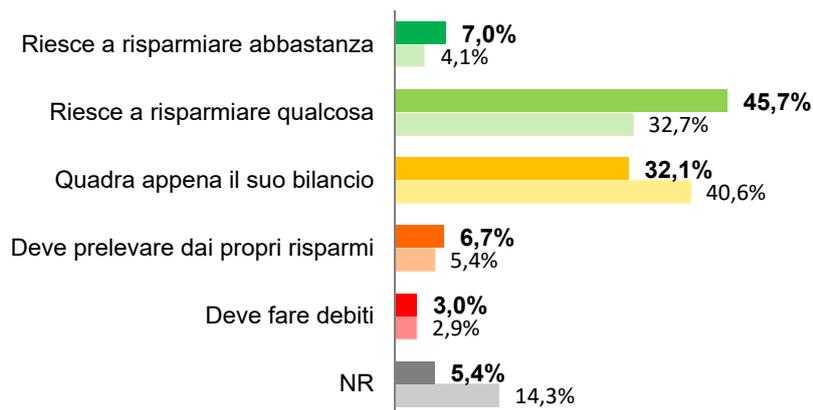
Orientate alla
stabilità le attese
sulla situazione
economica della
propria famiglia
nel prossimo anno

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

La percezione della situazione finanziaria attuale da parte delle famiglie evidenzia un miglioramento, in particolare per quanto riguarda la capacità di risparmio. La quota di chi dichiara di riuscire ad accantonare qualcosa o abbastanza aumenta significativamente, passando dal 36,8% rilevato a febbraio al 52,7% attuale. Un orientamento che appare in linea anche con quanto emerso dalle risposte riferite alla possibilità di effettuare risparmi nei prossimi 12 mesi.

Contestualmente, si riduce la percentuale di chi afferma di riuscire appena a far quadrare il bilancio (32,1% rispetto al 40,6% precedente). Restano pressoché stabili, invece, le quote di chi è costretto ad attingere ai risparmi (6,7%) o a ricorrere all'indebitamento (3,0%).

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



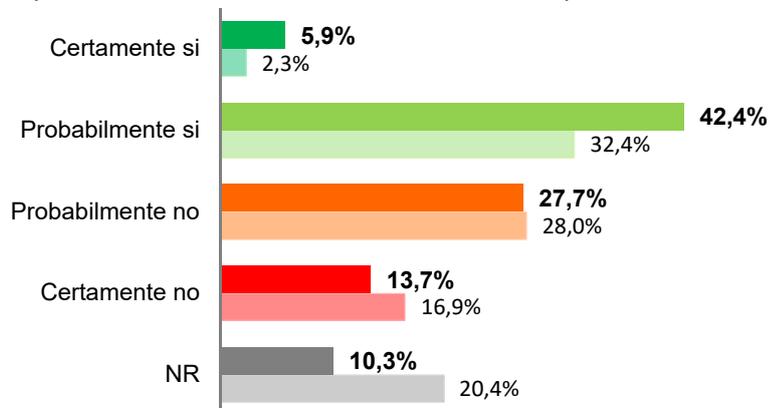
Migliorano
i giudizi rispetto
alla capacità di
risparmio

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

Per quanto riguarda la possibilità di accantonare risorse nei prossimi mesi, si osserva un incremento della quota di consumatori che prevede di riuscire a risparmiare, pari al 48,3%. Le famiglie mantengono infatti comportamenti di consumo ancora improntati alla prudenza, preferendo forse cogliere le opportunità offerte dai rendimenti attualmente favorevoli degli strumenti di risparmio.

Rimane invece stabile la percentuale di coloro che prevedono di non riuscire ad accantonare risorse (27,7%), mentre diminuisce lievemente quella di coloro che si dichiarano certi di non poter risparmiare (13,7% da 16,9% di febbraio). La diversa distribuzione delle risposte potrebbe essere influenzata dalla significativa riduzione della quota di non rispondenti, che passa dal 20,4% di febbraio all'attuale 10,3%.

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

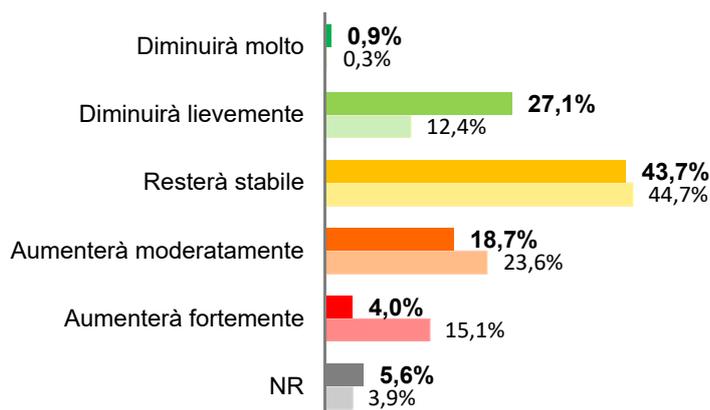


In aumento
la capacità
di risparmio

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

Le attese sull'andamento della disoccupazione per il prossimo anno sono in miglioramento. Si registra, infatti, un incremento della quota di intervistati che prevede una riduzione del numero dei disoccupati nei prossimi 12 mesi. Parallelamente, si osserva un calo significativo della percentuale di coloro che invece temono un aumento della disoccupazione, che si ferma al 22,7%, contro il 38,7% registrato a febbraio. Tale evoluzione potrebbe essere dovuta a una maggiore consapevolezza, da parte dei consumatori, del basso livello attuale del tasso di disoccupazione e delle crescenti difficoltà segnalate dalle imprese nel reperimento di manodopera. Si tratta di temi che negli ultimi mesi sono stati al centro del dibattito pubblico e mediatico e che potrebbero aver contribuito a modificare le opinioni dei consumatori.

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

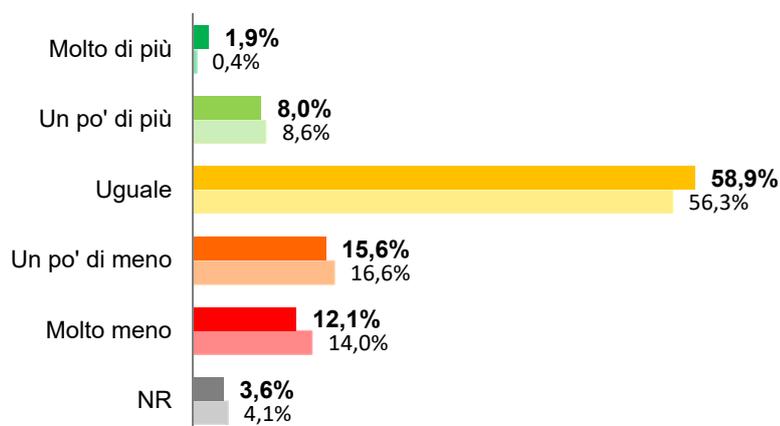


Migliorano
i giudizi in merito
al futuro
andamento del
mercato del
lavoro

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

Le intenzioni di acquisto di beni durevoli (elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili) non mostrano variazioni significative rispetto alla scorsa rilevazione. L'indagine conferma che circa un terzo dei rispondenti (27,7%) prevede una riduzione della spesa, così come si mantiene pressoché stabile la quota di coloro che dichiarano l'intenzione di aumentarla nei prossimi 12 mesi (9,9% dal 9,0%). Il valore associato alla volontà di mantenere invariati gli acquisti si assesta al 58,9%.

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*:

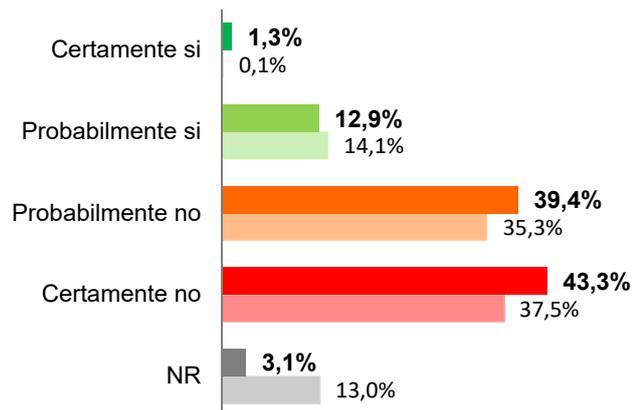


Stabile
la propensione
all'acquisto di
beni durevoli

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

Con riferimento alle spese di maggiore entità, l'indagine evidenzia che, rispetto alla scorsa rilevazione, i consumatori sono meno inclini all'acquisto di un'autovettura, mentre rimane pressoché stabile la percentuale di coloro che intendono investire in ristrutturazioni o manutenzioni di immobili.

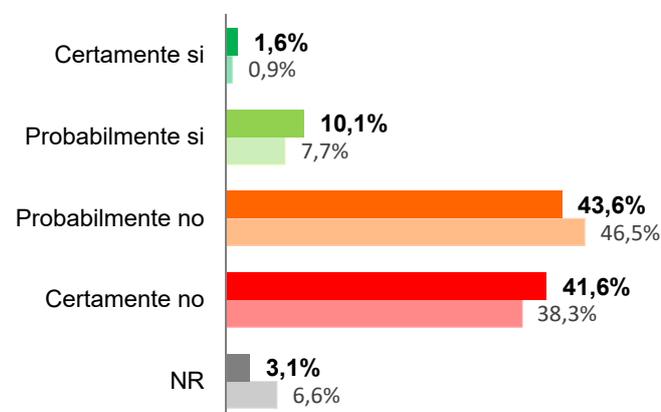
Lei o un membro del suo nucleo familiare ha intenzione di acquistare un'autovettura nei prossimi 12 mesi?*



Peggiorano le intenzioni di acquisto di un'autovettura

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

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?*

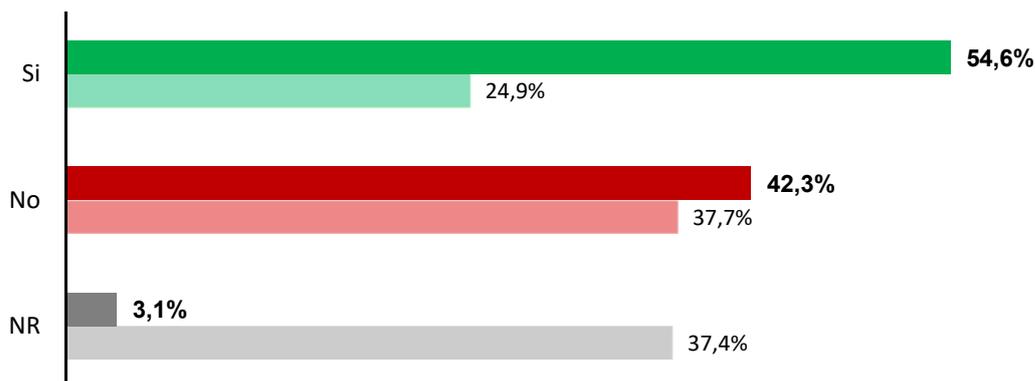


Pressoché stabile la percentuale di chi intende investire in ristrutturazioni

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

Un ulteriore quesito rivolto ai consumatori ha riguardato la programmazione di un viaggio o una vacanza per la prossima stagione estiva. Il 54,6% ha dichiarato l'intenzione di partire, il 42,3% ha escluso questa possibilità, mentre il 3,1% non ha ancora maturato una decisione in merito. In confronto con il 2023, anno in cui era stato posto lo stesso quesito nell'indagine, evidenzia una diminuzione della quota di indecisi, a vantaggio soprattutto di coloro che prevedono di effettuare una vacanza. Peraltro il 2023 è stato fortemente condizionato dall'incremento sostenuto dei prezzi, soprattutto per quanto riguarda beni di prima necessità ed energia che ha inciso sulla capacità di spesa delle famiglie e sulle intenzioni di viaggio.

Nel periodo estivo effettuerà un viaggio-vacanza?

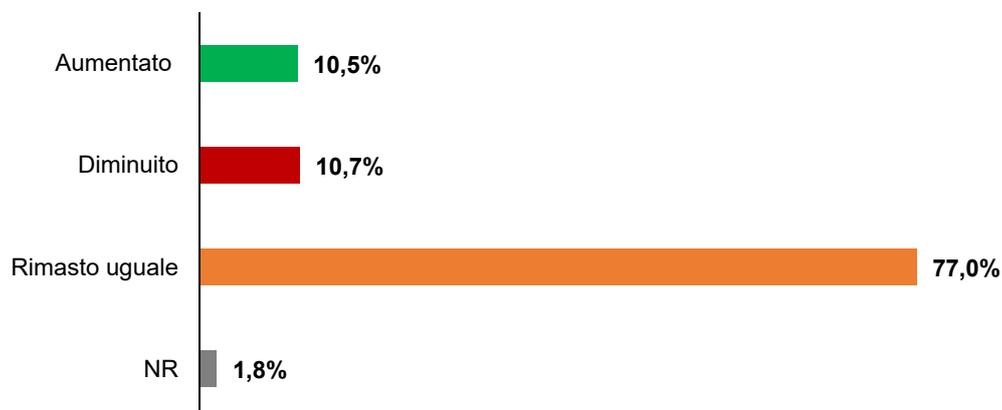


* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di maggio 2025 (in grassetto) e maggio 2023.

L'intenzione di andare in vacanza prevale per consumatori con un'età compresa tra i 30 e i 49 anni (l'incidenza di risposte positive è pari al 70,3%). Seguono i consumatori tra i 50 e i 64 anni (64,9%), i giovani tra i 18 e i 29 anni (54,6%). La percentuale di coloro che con certezza non andranno in vacanza risulta elevata e compresa tra il 30 e il 40% in tutte le fasce d'età, fatta eccezione per i consumatori over 65 dove si raggiunge circa il 70,3%. La quota di indecisi risulta trasversalmente distribuita per tutte le classi considerate e compresa tra il 2,6-4,6%.

In riferimento al budget programmato e al confronto con lo scorso anno, il 77,0% del campione dichiara di voler spendere la stessa cifra, mentre il 10,5% è intenzionato ad aumentarla. Al 10,7% la percentuale di chi invece pensa di ridurre il budget rispetto al 2024.

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





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 **5 e il 28 maggio 2025**.