

CLIMA DI FIDUCIA
DEI CONSUMATORI TARENTINI
maggio 2026



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.



SINTESI

Nel mese di maggio l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini è in calo di 6,9 punti rispetto alla rilevazione di febbraio e si attesta a -19,6.

Nel complesso, l'indagine evidenzia un indebolimento della fiducia dei consumatori, accompagnato da una maggiore cautela nelle scelte di spesa e da aspettative meno favorevoli sull'evoluzione dell'economia provinciale e delle condizioni economiche delle famiglie. Su tale peggioramento delle aspettative potrebbero aver influito l'avvio del conflitto in Iran e le conseguenti preoccupazioni legate ad ulteriori aumenti dei prezzi dell'energia e del costo della vita, fattori che contribuiscono ad accrescere il clima di incertezza percepito dalle famiglie.



1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Nel mese di maggio, l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini si attesta a -19,6 punti, un valore in peggioramento rispetto a quello registrato a febbraio (-12,7).

Il calo è determinato soprattutto da aspettative meno ottimistiche sull'economia provinciale e da una riduzione dell'intenzione di acquistare beni durevoli. Anche la percezione della situazione economica familiare mostra segnali di deterioramento, mentre le valutazioni riferite all'ultimo anno continuano a evidenziare un quadro sostanzialmente stabile.

Nel confronto con le altre aree, l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini è migliore rispetto a quello registrato a livello nazionale (-20,9) e leggermente inferiore a quello del Nord-Est (-18,7) e dell'UE (-17,5). Si evidenzia invece un distacco più ampio rispetto alla Germania, che mostra un maggior ottimismo con un indice pari a -16,5.

Indice del clima di fiducia dei consumatori a confronto



(indice: intervallo da -100 a +100)

Fonte: dati Eurostat - CCIATA

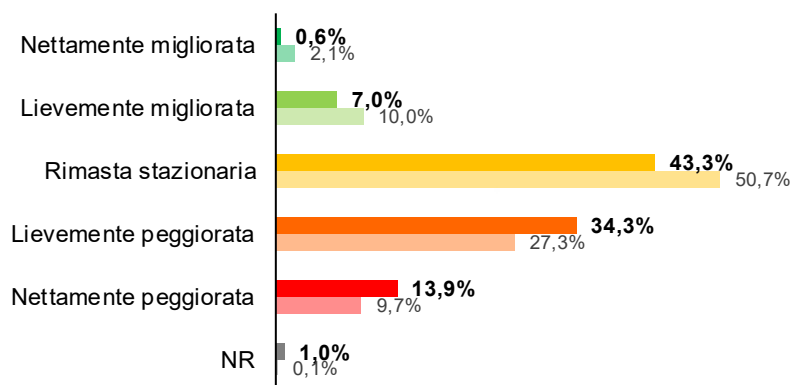
L'indice del clima di fiducia (CCI *Consumer Confidence Index*) è calcolato sulla base delle valutazioni dei consumatori riguardo ai seguenti quattro aspetti dei dodici complessivamente rilevati:

- 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 espresse dai consumatori in merito all'andamento dell'economia trentina negli ultimi dodici mesi evidenziano un ulteriore deterioramento del quadro percepito. Si registra, infatti, una significativa contrazione della quota di intervistati che ritiene la situazione sostanzialmente stabile, passata dal 50,7% rilevato a febbraio al 43,3%. Al tempo stesso si rafforzano i giudizi negativi: la percentuale di coloro che percepiscono un peggioramento, lieve o marcato, cresce di oltre 11 punti percentuali, passando dal 37,0% al 48,2% e riguarda quindi quasi la metà degli intervistati. Le valutazioni positive, invece, continuano a ridursi, attestandosi al 7,6%.

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

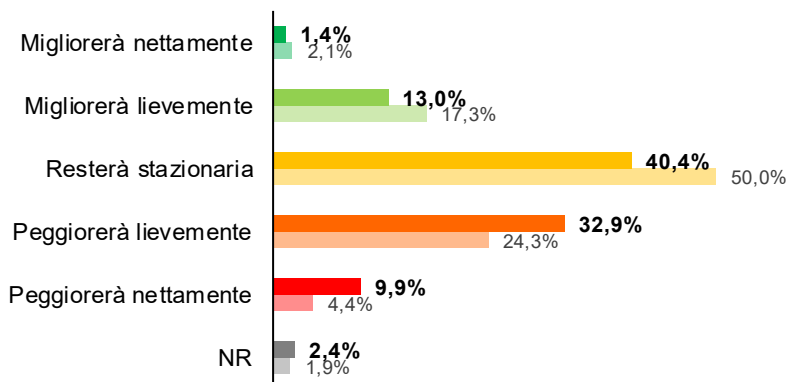


In peggioramento i giudizi sulla situazione economica della provincia negli ultimi 12 mesi

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

Anche per quanto riguarda le prospettive dell'economia locale, la quota di quanti prevedono una situazione stazionaria subisce una netta contrazione, scendendo dal 50,0% al 40,4%. La percentuale complessiva di chi prevede un peggioramento (lieve o netto) passa dal 28,7% di febbraio al 42,8% di maggio. In lieve calo e minoritarie le attese di miglioramento (pari al 14,4% dal 19,4% della precedente rilevazione).

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

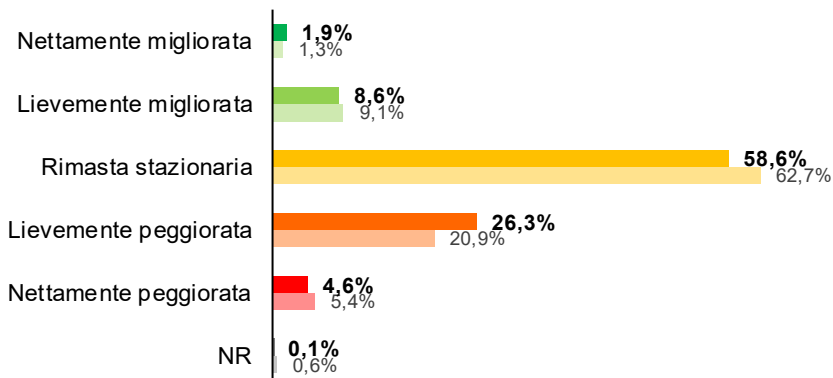


In peggioramento le attese sull'andamento futuro dell'economia locale

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

Per quanto riguarda le valutazioni delle famiglie sulla propria situazione economica nell'ultimo anno, si conferma la prevalenza di giudizi improntati alla stabilità, sebbene in calo rispetto a febbraio (dal 62,7% al 58,6%). Si registra, inoltre, una leggera crescita della percentuale di chi segnala un peggioramento che sale dal 26,3% al 30,9%, mentre rimane stabile la quota di quanti esprimono un giudizio positivo (circa il 10% dei consumatori intervistati).

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

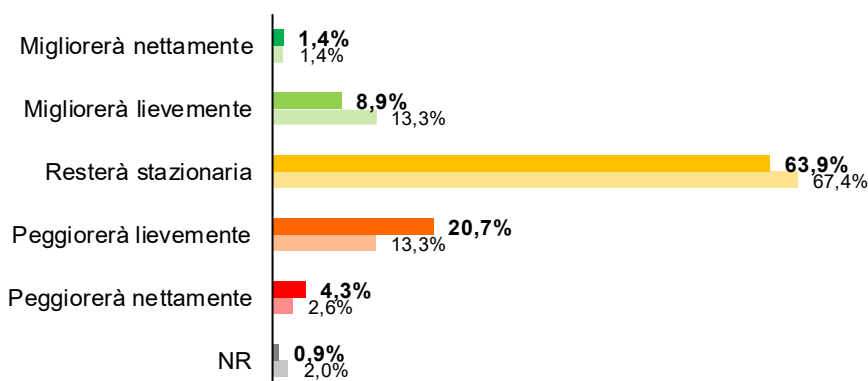


Si confermano nettamente prevalenti, seppur in calo, i giudizi di stabilità

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

Le valutazioni prospettiche sulla situazione economica delle famiglie confermano la prevalenza di giudizi improntati alla stabilità, sebbene in lieve diminuzione rispetto a febbraio (dal 67,4% al 63,9%). Si riduce di alcuni punti percentuali anche la quota di coloro che prevedono un miglioramento (dal 14,7% al 10,3%), mentre aumentano i timori di un peggioramento delle condizioni economiche: la percentuale di chi prevede un deterioramento, lieve o netto, passa infatti dal 15,9% di febbraio a un significativo 25,0% a maggio.

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

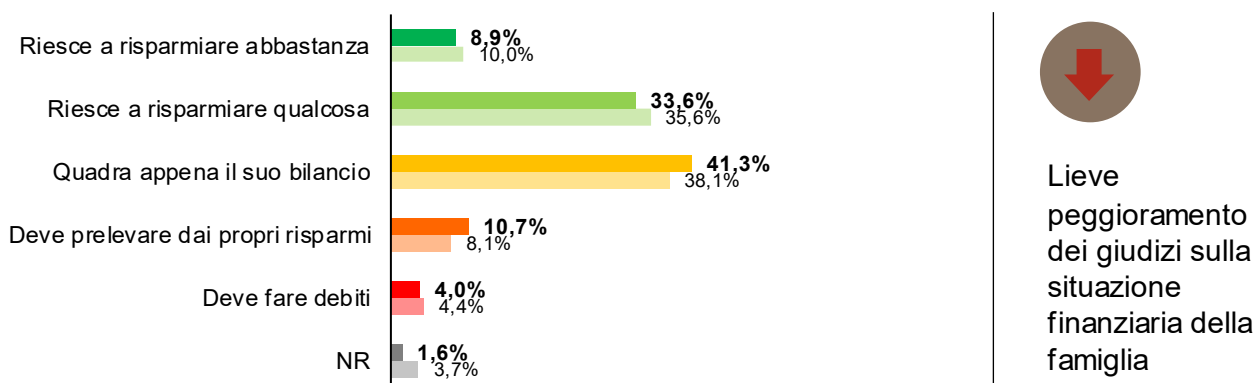


In aumento la percentuale di chi prevede un peggioramento

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

Il confronto con febbraio restituisce un quadro complessivamente stabile della percezione della situazione finanziaria della famiglia, pur con alcuni lievi segnali di peggioramento. Si riduce infatti leggermente la quota di chi riesce a risparmiare, mentre aumenta di pochi punti quella di chi arriva appena a fine mese, passata dal 38,1% al 41,3%. Cresce inoltre lievemente il ricorso ai risparmi personali per sostenere le spese correnti (dall'8,1% al 10,7%), mentre rimane pressoché invariata la quota di chi deve fare debiti (4,0%).

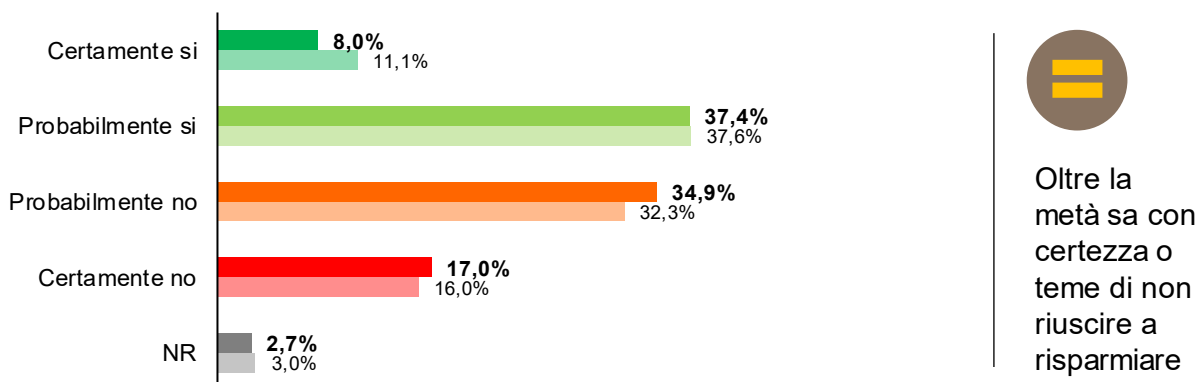
Qual è l'attuale situazione finanziaria della sua famiglia:*



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

Per quanto riguarda la possibilità di accantonare risorse nei prossimi mesi, meno della metà dei consumatori prevede di riuscire a risparmiare (45,4%). In linea con la tendenza osservata nelle ultime rilevazioni, cresce la quota di coloro che non sono certi della propria capacità di risparmio, passata dal 26,0% di novembre al 32,3% di febbraio e all'attuale 34,9%. Sostanzialmente stabile la percentuale di chi dichiara, con certezza, di non riuscire sicuramente a mettere da parte risorse (17,0%), mentre cala all'8% (dall'11,1% di febbraio) la quota di coloro che sono certi di risparmiare.

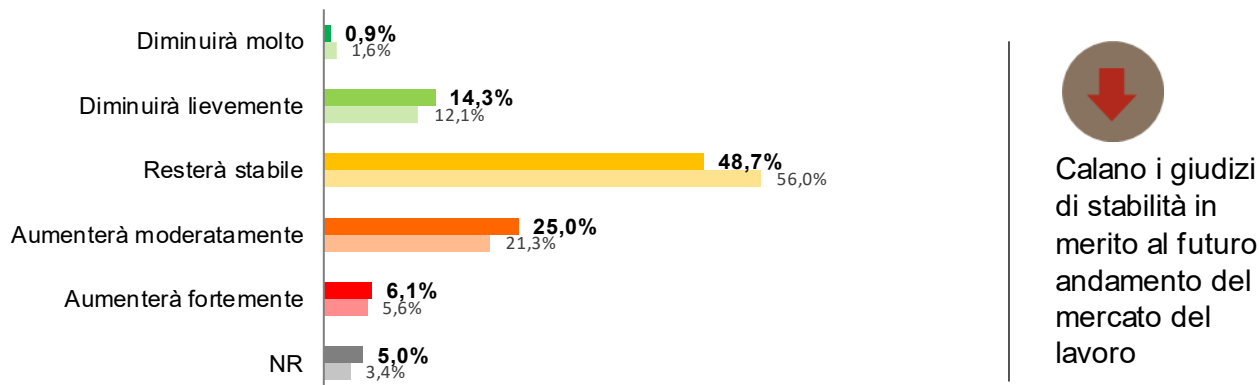
Nei prossimi 12 mesi, lei riuscirà ad effettuare risparmi?*



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

L'analisi del *sentiment* sul mercato del lavoro in provincia di Trento evidenzia uno spostamento delle opinioni verso scenari di maggiore criticità. Tra febbraio e maggio si registra infatti una contrazione della quota di consumatori che prevede una stabilità dei livelli di disoccupazione (scesa dal 56,0% al 48,7%), a fronte di un contestuale incremento delle previsioni pessimistiche. Quasi un terzo del campione (31,1%, rispetto al 26,9% di febbraio) teme infatti una crescita, moderata o forte, della disoccupazione nei prossimi dodici mesi, mentre rimane pressoché invariata, al 15,2%, la percentuale di chi si aspetta una riduzione.

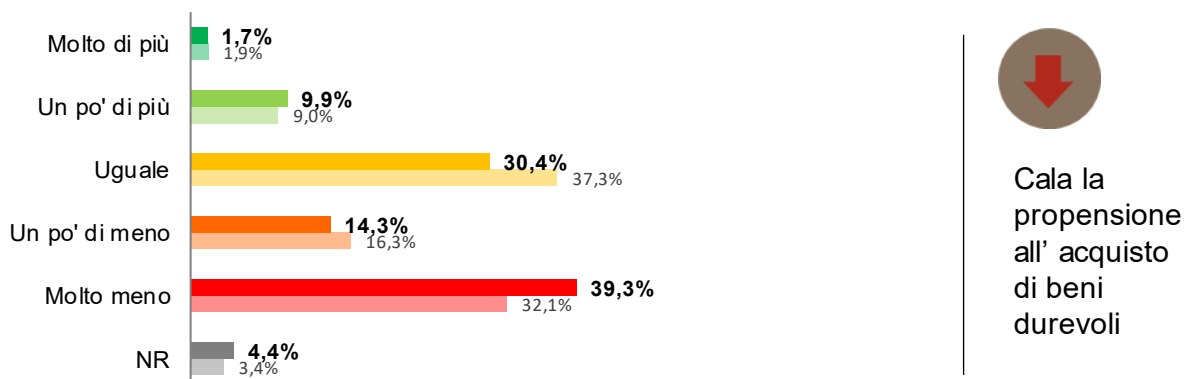
A suo giudizio, nel corso dei prossimi 12 mesi, il numero dei disoccupati in provincia di Trento:*



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

Con riferimento all'acquisto di beni durevoli, la contrazione della propensione alla spesa si conferma e si accentua ulteriormente rispetto alla precedente rilevazione. Quasi il 40% degli intervistati dichiara infatti di essere intenzionato a spendere molto meno rispetto all'anno precedente. Di conseguenza, si riduce anche la quota di chi prevede di mantenere invariati i propri acquisti, a favore di un approccio decisamente più cauto e prudente.

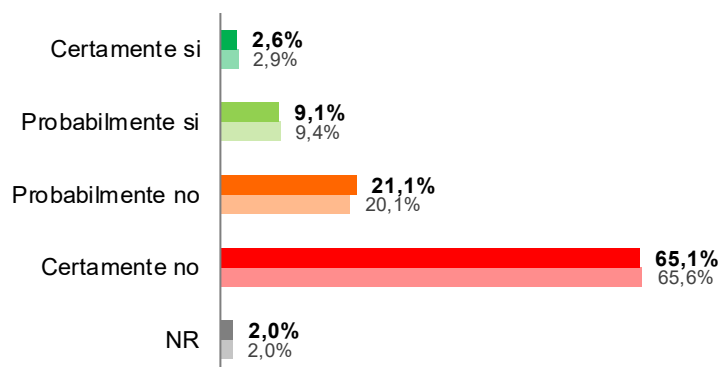
Nel corso dei prossimi 12 mesi ha intenzione di spendere, in rapporto ai 12 mesi passati, per l'acquisto di elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili:*



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

Tra le voci di spesa di maggiore entità, oltre il 65% degli intervistati dichiara di non voler acquistare un'automobile nei prossimi dodici mesi, un dato che si mantiene in linea con quello della precedente rilevazione (65,6%). Rimane stabile anche la quota di chi dichiara con certezza di non voler sostenere spese per l'abitazione, pari a circa la metà del campione. Si registra invece un incremento, superiore ai quattro punti percentuali, tra coloro che con certezza escludono interventi di manutenzione o efficientamento di un immobile.

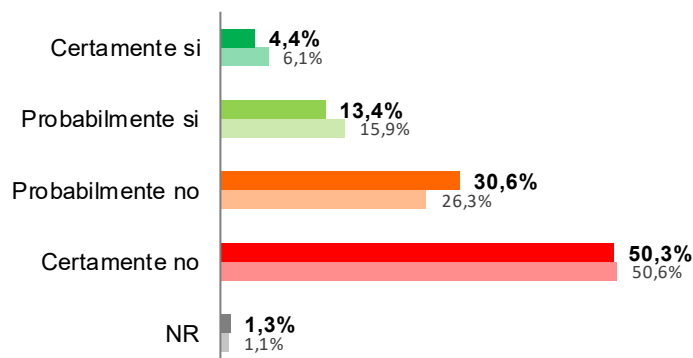
Lei o un membro del suo nucleo familiare ha intenzione di acquistare un'autovettura nei prossimi 12 mesi?*



Stabili le
intenzioni di
acquisto di
un'autovettura

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



In calo la
propensione
alla spesa
nella
manutenzione
della casa

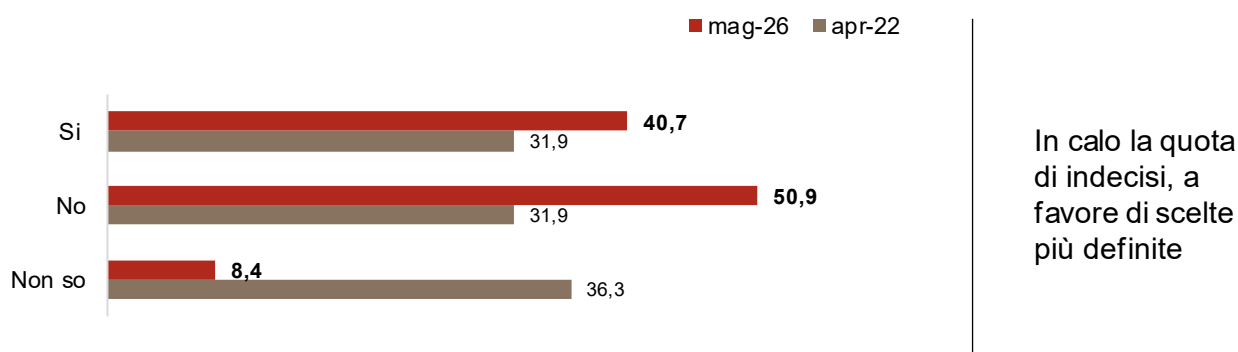
* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di maggio (in grassetto) e febbraio.

In considerazione del persistere delle tensioni inflazionistiche e dell'aumento dei costi energetici, si è ritenuto opportuno introdurre un approfondimento specifico sulle strategie di risparmio delle famiglie. Nel questionario è stato quindi inserito un quesito finalizzato a rilevare le principali categorie di spesa oggetto di contenimento. In particolare, i consumatori tendono a intervenire soprattutto sulle voci di spesa percepite come meno essenziali, come l'abbigliamento e i consumi fuori casa, senza rinunciare completamente alle spese essenziali e/o imprescindibili.

L'abbigliamento rappresenta infatti l'ambito maggiormente interessato dalle rinunce (21,2%), seguito dai consumi fuori casa (20,7%) e dalle spese per energia elettrica e gas ad uso domestico (14,7%). Le riduzioni di spesa interessano inoltre le attività culturali (13,4%) e i prodotti alimentari (12,3%), mentre le altre categorie si caratterizzano per un'incidenza residuale.

Un'ulteriore domanda ha riguardato l'eventualità di organizzare un viaggio o una vacanza nella prossima stagione estiva.

Nel periodo estivo effettuerà un viaggio/vacanza? (confronto maggio 2026 – aprile 2022)



Rispetto alla rilevazione effettuata nel mese di aprile del 2022, nella quale era stato posto il medesimo quesito, si registrano un incremento della quota di coloro che dichiarano di non avere intenzione di andare in vacanza, passata dal 31,9% al 50,9% e una marcata diminuzione degli indecisi, che scendono dal 36,3% all'8,4%. Tra gli intervistati che non intendono andare in vacanza, la motivazione più indicata riguarda principalmente ragioni personali o familiari (49,4%). Seguono i vincoli economici (29,5%), mentre quote più contenute fanno riferimento alla mancanza di abitudine a trascorrere periodi di vacanza (14,6%) e a esigenze di lavoro o studio (5,6%). Contestualmente, cresce anche la percentuale di chi prevede di trascorrere un periodo di vacanza, che passa dal 31,9% al 40,7%. Come nella scorsa rilevazione, i giovani tra i 18 e i 29 anni e gli adulti fino a 49 anni risultano i più inclini a viaggiare, con tassi di risposta positiva pari, rispettivamente, al 60,7% e al 52,7%. Al contrario, nelle fasce più anziane (65 anni e oltre) prevale nettamente la scelta di non partire (74,7%).

I risultati suggeriscono pertanto una maggiore definizione degli orientamenti dei consumatori rispetto al passato, con una netta riduzione dell'area dell'incertezza e una polarizzazione delle scelte tra chi prevede di partire e chi, al contrario, ritiene di rimanere a casa.

Per quanto riguarda la spesa prevista per la vacanza, circa il 60% degli intervistati dichiara di prevedere un *budget* sostanzialmente invariato rispetto all'anno precedente, segnale di una generale stabilità nelle intenzioni di spesa destinate alle vacanze estive. Tra i restanti rispondenti, circa il 18% dichiara di prevedere un aumento del budget, mentre il 20% stima una riduzione della spesa.



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 [Sigma Consulting](#) 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 29 maggio 2026**.