

CLIMA DI FIDUCIA  
DEI CONSUMATORI TARENTINI  
aprile 2021



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 .....	11



## INTRODUZIONE

Il presente report riporta i risultati relativi alla seconda rilevazione sul clima di fiducia dei consumatori trentini, un'indagine che la Camera di Commercio ha avviato nel novembre scorso 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 e 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.

Si rileva una correlazione tra l'indice di fiducia dei consumatori e la dinamica dei consumi privati tale per cui a valori elevati corrisponde una tendenza all'aumento degli acquisti, mentre valori più bassi suggeriscono una potenziale diminuzione della spesa per consumi di beni e servizi. Se si considera che il peso della componente dei consumi delle famiglie residenti in Italia sul PIL è di circa il 60%, risulta evidente quanto l'analisi delle percezioni soggettive dei consumatori sia importante per comprendere, con fini anticipativi, non solo le dinamiche di consumo, ma anche l'andamento dell'economia in generale.

L'emergenza sanitaria in corso e le misure di contenimento del contagio continuano ad influenzare sfere importanti della vita individuale e collettiva, con impatti significativi anche sul clima economico e sociale del paese. Da marzo 2020, l'incertezza relativa al Covid-19 e alla sua diffusione si riflette nelle scelte e nei provvedimenti delle autorità nazionali e provinciali che vengono modificati a seconda dell'evoluzione della pandemia. In un contesto così mutevole, i necessari e talvolta anche improvvisi cambiamenti e aggiustamenti nella strategia di contenimento del virus incidono direttamente sulla vita quotidiana delle persone influenzandone inevitabilmente giudizi e valutazioni.

I questionari della presente indagine sono stati somministrati nel periodo che ha preceduto l'adozione da parte del Governo del cd. "Decreto riaperture" (D.I. n. 52, 22 aprile 2021), momento in cui il dibattito pubblico era incentrato sulle ipotesi di allentamento delle misure di contenimento con particolare riferimento a quelle relative agli spostamenti tra regioni, al coprifuoco e alla ripresa dell'attività per le imprese ancora soggette a chiusure e/o restrizioni. L'intervento del governo che doveva porre fine a mesi di limitazioni alla mobilità e al libero svolgimento delle attività economiche era particolarmente atteso sia dai cittadini che dalle imprese. Di fatto, dopo un inverno difficile e il fine settimana di Pasqua in zona rossa valido su tutto il territorio nazionale, gran parte delle regioni sono state classificate come zone a rischio alto (arancione) o elevato (rosse) per quasi tutto il mese di aprile. Il governo provinciale ha anticipato le riaperture per bar e ristoranti al 19 di aprile, ma di fatto anche la provincia di Trento ha subito le restrizioni previste per lo scenario di rischio arancione dal 6 al 26 aprile.

Rispetto alla rilevazione di novembre, tenutasi nel pieno della seconda ondata del contagio, con la prospettiva di un'ulteriore intensificazione delle restrizioni anche nel periodo natalizio, come di fatto poi è avvenuto, la rilevazione di aprile si è svolta quindi in un clima diverso, in attesa di un miglioramento della propria condizione personale e lavorativa e con l'aspettativa che la campagna vaccinale avviata a dicembre potesse portare in breve tempo ai risultati sperati.



## **SINTESI**

Ad aprile l'indice del clima di fiducia dei consumatori si è assestato a -10,4 punti, in miglioramento rispetto alla precedente rilevazione condotta a novembre (-20,1).

L'evoluzione positiva è da attribuire soprattutto al miglioramento delle aspettative sulla situazione economica locale nei prossimi dodici mesi e, in modo più contenuto, anche al maggior ottimismo circa le attese sulla situazione economica della propria famiglia.

Per il mercato del lavoro le prospettive appaiono ancora molto negative, seppur migliori rispetto all'autunno. Permane difficile anche la situazione finanziaria degli intervistati con un aumento delle famiglie che riescono a far quadrare appena il bilancio e che conseguentemente non riusciranno ad effettuare risparmi. La propensione ad effettuare acquisti importati si conferma quindi molto contenuta.

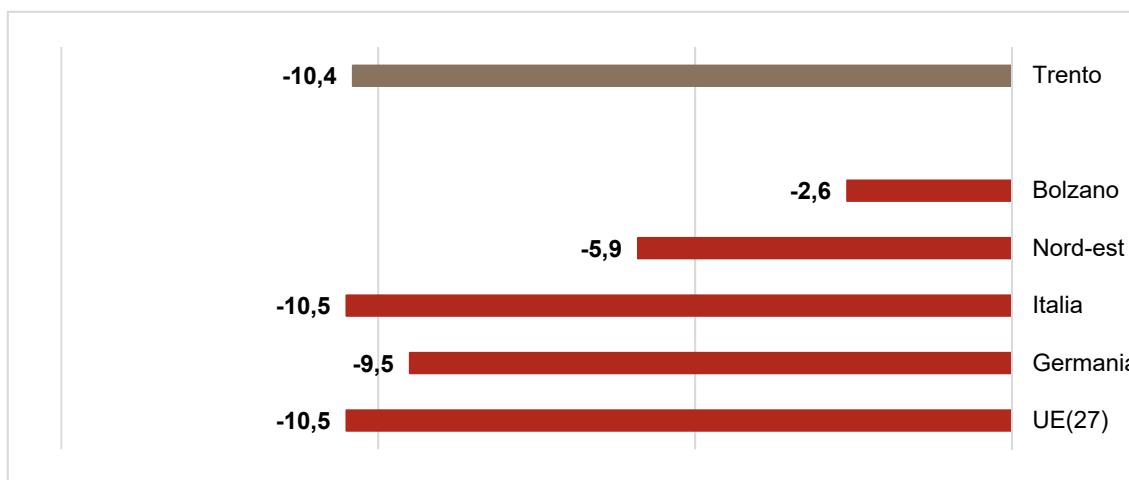
## 1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Nel mese di aprile l'indice relativo al clima di fiducia dei consumatori trentini si è attestato a -10,4, in aumento di quasi 10 punti rispetto al mese di novembre. L'avanzamento della campagna vaccinale, le ipotesi legate alle riaperture e alla possibilità di spostamento tra regioni hanno sicuramente favorito il miglioramento del *sentiment* dei consumatori. La crescita è trainata, in particolare, dalle valutazioni positive sull'andamento dell'economia locale nei prossimi 12 mesi e, seppur in modo più contenuto, anche dal maggior ottimismo circa l'evoluzione della situazione economica della propria famiglia. Permane un atteggiamento prudentiale, anche se in lieve miglioramento, rispetto alle intenzioni di acquisto di beni durevoli e una forte propensione al risparmio, segnali del fatto che le famiglie trentine si sentono probabilmente ancora molto esposte all'incertezza sul futuro.

L'indice del clima di fiducia dei consumatori migliora anche in Italia e in Europa dove raggiunge in entrambi i casi il valore di -10,5. La situazione è migliore in Germania (-9,5) dove aumenta, in particolare, l'ottimismo dei consumatori rispetto all'andamento dell'economia nel prossimo futuro. Più marcato è il miglioramento dell'indice dei consumatori del Nord Est (-5,9) e della Provincia di Bolzano (-2,6).

In generale l'avanzamento della campagna vaccinale, iniziata in tutti i paesi europei alla fine dello scorso anno, e la diminuzione dei contagi con la prospettiva di maggiori libertà individuali, hanno aumentato le attese rispetto alla ripresa dell'economia.

### Indice del clima di fiducia dei consumatori a confronto



Fonte: dati Eurostat – CCIAA di Trento

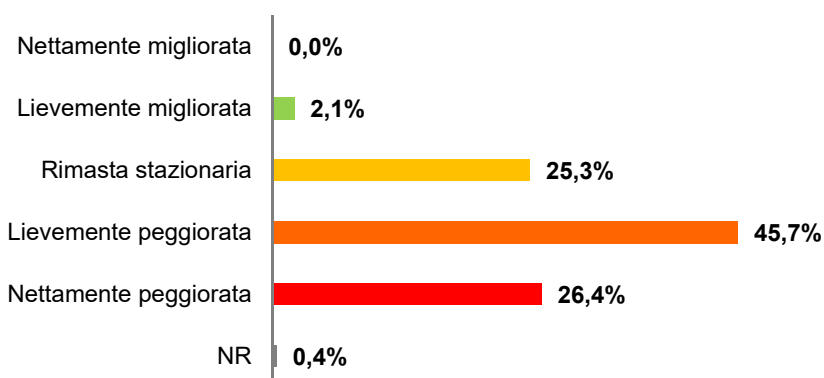
L'indice del clima di fiducia è calcolato sulla base delle valutazioni dei consumatori riguardo ai seguenti quattro aspetti dei dodici complessivamente rilevati:

- 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 più negative rispetto a quanto rilevato a novembre. La percentuale di chi riscontra un peggioramento raggiunge, infatti, il 72,1% (46,5% nella precedente indagine), mentre la valutazione di stazionarietà si contrae di ventisei punti percentuali (dal 51,3% al 25,3%). Il peggioramento della situazione economica locale è considerato lieve dal 45,7% dei rispondenti e netto per il 26,4%. I giudizi positivi si confermano residuali e riguardano il 2,1% dei consumatori intervistati.

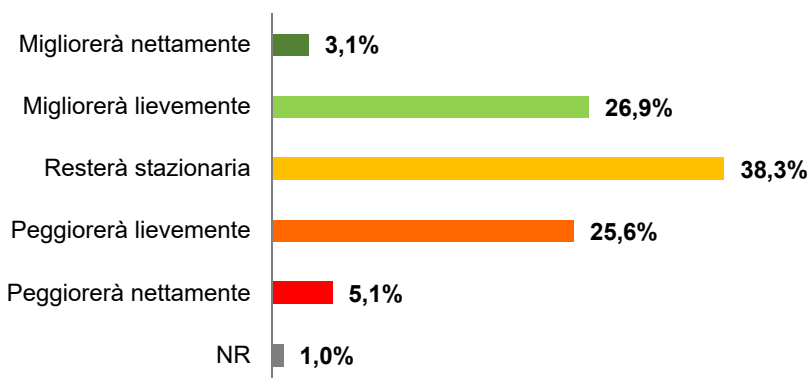
*A suo giudizio la situazione economica della provincia di Trento negli ultimi 12 mesi è:*



Peggiora  
il giudizio sulla  
situazione  
economica della  
provincia negli  
ultimi 12 mesi

Le attese relative all'evoluzione della situazione economica provinciale, nei prossimi dodici mesi, segnano invece un miglioramento significativo. Sulla base dei dati raccolti, i consumatori che si aspettano una ripresa economica nel prossimo anno sono il 30,0% (erano il 20,0% in autunno), mentre la percentuale di chi teme un peggioramento si riduce notevolmente (dal 51,8% di novembre al 30,7% di aprile). Il restante 38,3% esprime una valutazione di stazionarietà.

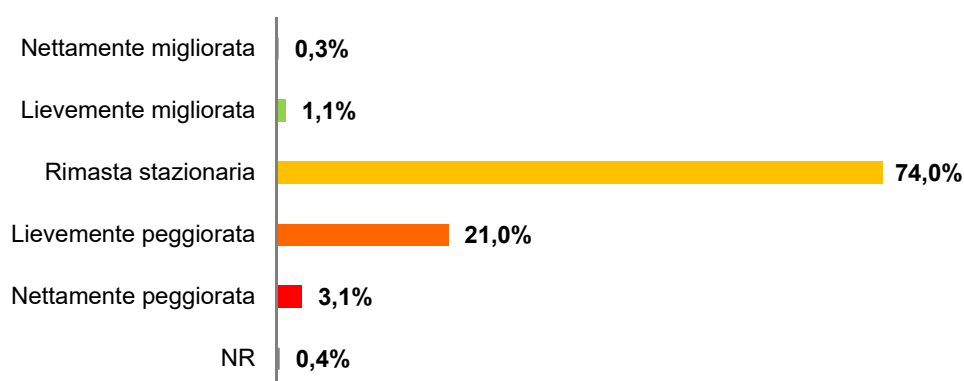
*A suo giudizio, nei prossimi 12 mesi, la situazione economica generale della provincia di Trento*



Migliorano le  
attese  
sull'andamento  
futuro  
dell'economia locale

In riferimento alla situazione economica della propria famiglia negli ultimi 12 mesi, tendenzialmente le persone interpellate confermano un giudizio di stazionarietà (il 74,0%). Il 21,0% riscontra un lieve peggioramento mentre il 3,1% ne dichiara uno netto. Meno dell'1,5% manifesta un miglioramento. Dall'indagine condotta a livello nazionale emergono opinioni più negative con oltre il 32% dei consumatori che comunica un deterioramento della situazione economica della propria famiglia.

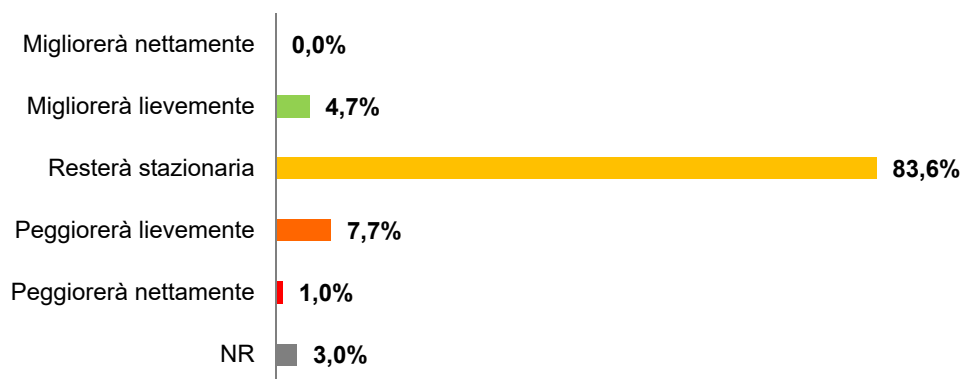
*Nel corso degli ultimi 12 mesi la situazione economica della sua famiglia è:*



Per quasi 3 intervistati su 4 la situazione economica familiare è rimasta stabile nell'ultimo anno

Le valutazioni prospettiche (a un anno) sulla situazione economica della propria famiglia offrono, invece, un quadro in sensibile miglioramento rispetto a quanto rilevato in autunno. I giudizi negativi si contraggono, infatti, dal 28,7% all'8,7%, mentre aumentano i giudizi di stazionarietà (dal 61,6% all'83,6%). Ancora residuali le valutazioni ottimistiche sulla situazione familiare a 12 mesi (il 4,7%).

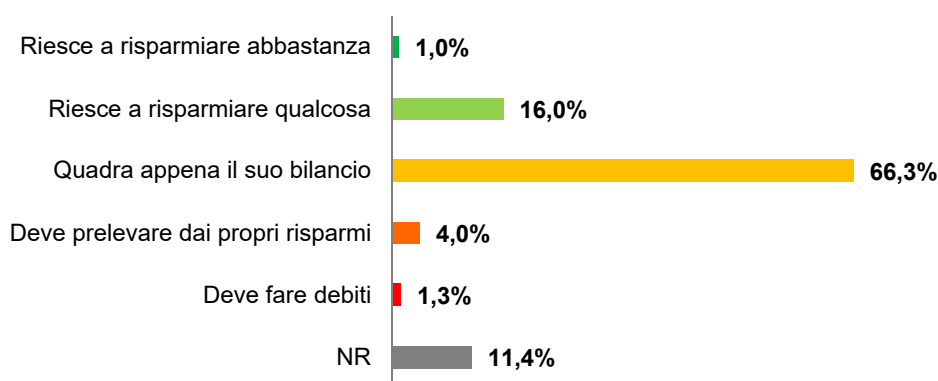
*A suo giudizio, nel corso dei prossimi 12 mesi, la situazione economica della sua famiglia:*



Diminuiscono le valutazioni negative sulla futura situazione economica della propria famiglia

I giudizi relativi alla situazione finanziaria percepita, attualmente, dalle famiglie definiscono un contesto di sensibile difficoltà. I dati raccolti evidenziano, infatti, un aumento di chi riesce, attraverso le proprie risorse, a far quadrare appena il bilancio familiare (dal 55,0% dell'autunno al 66,3%) e una contrazione di chi è in grado di risparmiare qualcosa o abbastanza (dal 24,2% al 17,0%). Il 4,0% dei consumatori ha dichiarato di dover attingere ai risparmi per far fronte alle necessità finanziarie e un ulteriore 1,3% sta aggravando la propria situazione debitoria.

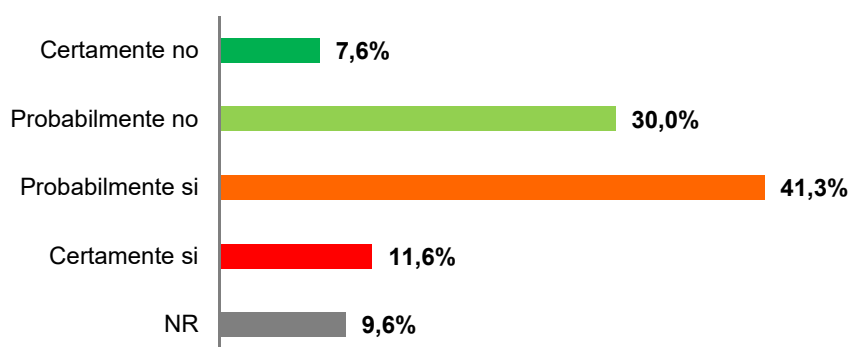
*Qual è l'attuale situazione finanziaria della sua famiglia:*



In aumento il numero delle famiglie che riescono appena a far quadrare il bilancio

Considerando nello specifico la propensione al risparmio, le risposte fornite dai consumatori offrono un quadro di sostanziale prudenza. Nonostante siano migliorate le attese sul futuro andamento dell'economia locale, si conferma elevata, infatti, la percentuale di coloro che considerano opportuno risparmiare (il 52,9%). Si tratta di un atteggiamento di autotutela che rende il risparmio desiderabile in quanto associato al senso di sicurezza e tranquillità futura. Lo stesso comportamento si evidenzia anche a livello nazionale dove si registra una propensione al risparmio ancor più elevata (circa il 90%). Un segnale positivo incoraggiante si rileva nell'aumento della quota di consumatori che ritiene non opportuno, probabilmente, risparmiare (dal 15,0% dell'autunno al 30,0% di aprile).

*Considerando la situazione economica della provincia di Trento, lei ritiene opportuno risparmiare?*

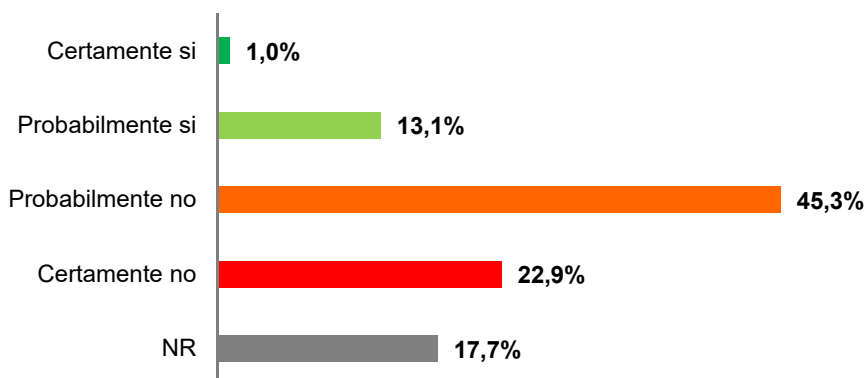


Cresce la quota di chi ritiene non opportuno (probabilmente) risparmiare



L'elevata esigenza di risparmio riscontrata nella domanda precedente non si accompagna, tuttavia, ad un'effettiva possibilità di maggiori accantonamenti di risorse. La quota di coloro che non ritengono di riuscire a risparmiare cresce, infatti, di quasi 14 punti percentuali rispetto alla precedente rilevazione e raggiunge il 68,2%. Solamente il 14,1% afferma di poter generare risparmio nei prossimi dodici mesi.

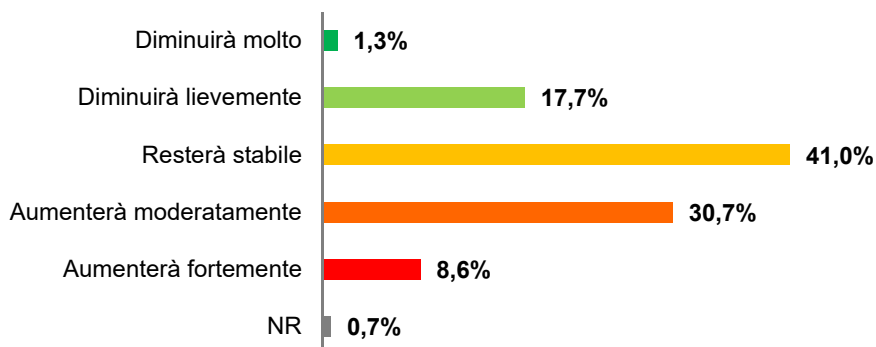
*Nei prossimi 12 mesi, lei riuscirà ad effettuare risparmi?*



In aumento la quota di chi (probabilmente o certamente) non riuscirà ad effettuare risparmi

Le valutazioni sull'andamento della disoccupazione nel corso del prossimo anno sono nel complesso meno negative rispetto alla rilevazione autunnale. La quota di rispondenti che si attende un aumento del numero dei disoccupati (moderato o forte) si contrae di quasi quattordici punti percentuali (il 39,3%), a fronte di un incremento della quota che ne prefigura una stabilità (41,0% dal 33,9% di novembre). In ampliamento risulta anche il numero di chi immagina un calo della disoccupazione (dall'11,7% al 19,0%).

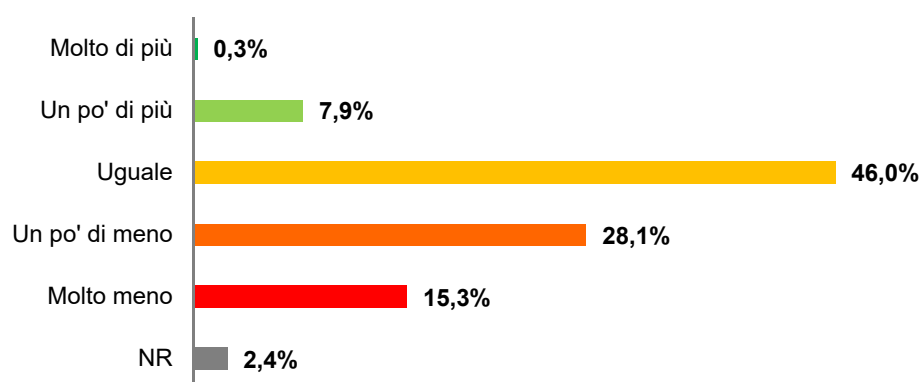
*A suo giudizio, nel corso dei prossimi 12 mesi, il numero dei disoccupati in provincia di Trento:*



Meno negative le previsioni sulla disoccupazione

Nonostante alcuni segnali positivi circa le attese sul futuro andamento dell'economica locale, le intenzioni di acquisto di beni durevoli (elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili), seppur in miglioramento rispetto all'autunno scorso, sembrano ancora improntate alla prudenza e all'oculatazza. La percentuale di chi dichiara di aver intenzione di spendere, nei prossimi 12 mesi, molto meno in rapporto all'ultimo anno si posiziona al 15,3% (27,3% a novembre), mentre per un ulteriore 28,1% (17,6% nella precedente rilevazione) la contrazione della spesa sarà più contenuta. Circa l'8% ne prevede un aumento contro il 5,2% registrato in autunno. I giudizi di stazionarietà si mantengono elevati (46,0%).

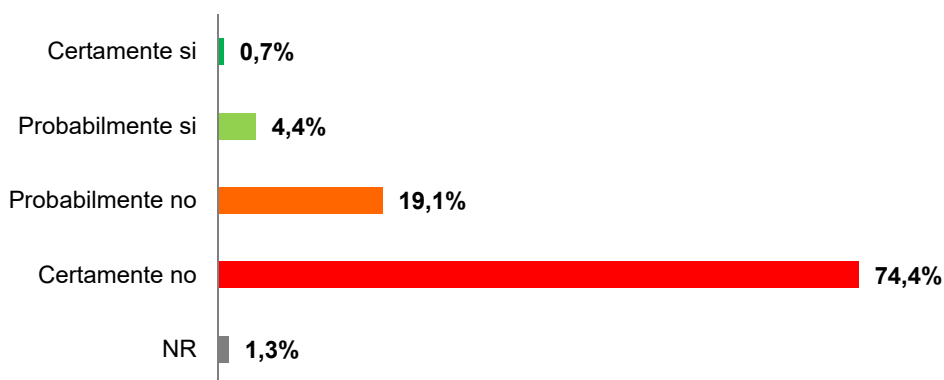
*Nel corso dei prossimi 12 mesi ha intenzione di spendere, in rapporto ai 12 mesi passati, per l'acquisto di elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili:*



In leggero calo i consumatori intenzionati a spendere molto meno per l'acquisto di beni durevoli

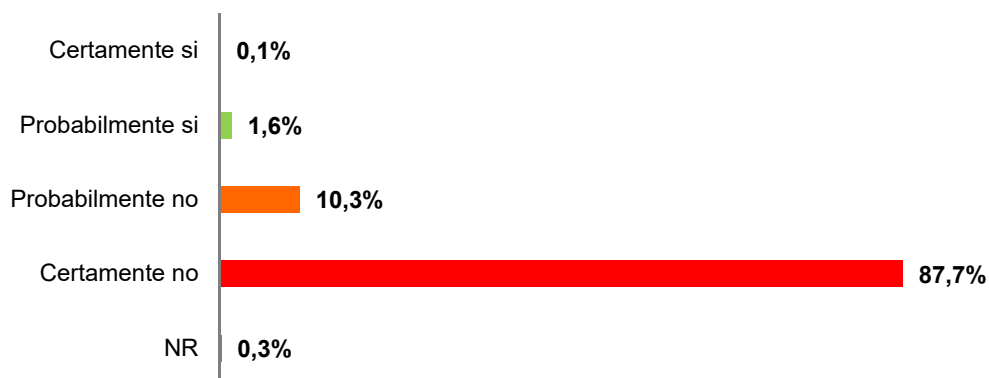
Il quadro sfavorevole risulta più rilevante in riferimento alla propensione verso spese di maggiore valore. Oltre il 90% degli intervistati conferma, infatti, di non prevedere l'acquisto di un'autovettura o di un'abitazione. Circa l'85% non intende spendere somme rilevanti per la manutenzione o il miglioramento della stessa.

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



Oltre il 90% non intende acquistare (probabilmente o certamente) un'automobile

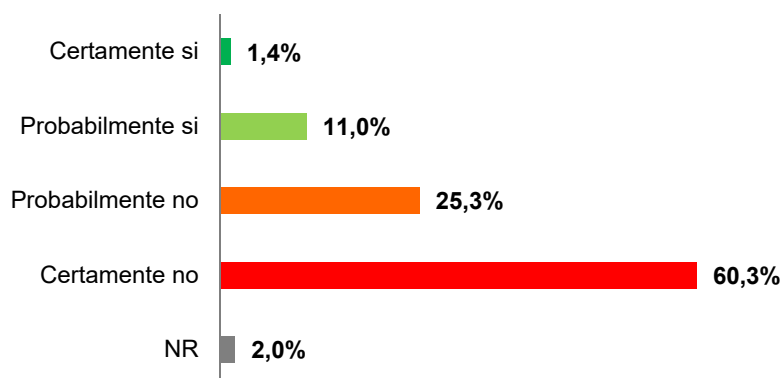
Nei prossimi 12 mesi intende acquistare un'abitazione (per sé o per un familiare, seconda casa, abitazione destinata a locazione...)



Oltre il 90% non intende acquistare (probabilmente o certamente) un'abitazione

Per quanto riguarda l'intenzione di spendere somme rilevanti per la manutenzione o il miglioramento di un'abitazione, si evidenzia una contrazione del numero dei consumatori che con certezza non programmano interventi in tal senso (dal 77,1% dell'autunno al 60,3%) e un lieve aumento di chi ne progetta la realizzazione (dal 4,0% all'11,0%).

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 % di chi ha intenzione di spendere somme rilevanti per la manutenzione di un'abitazione



## **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 **16 e il 30 aprile 2021**.