

CLIMA DI FIDUCIA
DEI CONSUMATORI TARENTINI
novembre 2020



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
APPENDICE: UNO SGUARDO AI CONSUMI	11
NOTA METODOLOGICA	13



INTRODUZIONE

La Camera di Commercio di Trento propone la prima edizione dell'indagine sul clima di fiducia dei consumatori trentini con l'obiettivo di misurare nel tempo il *sentiment* dei consumatori.

La scelta di avviare una rilevazione periodica su questo tema, condivisa anche con l'Istituto di Statistica provinciale (ISPAT), colma un vuoto informativo e va ad arricchire il quadro dei dati e delle indagini svolte dall'Ufficio Studi e ricerche sino ad oggi incentrati per lo più sull'andamento dei settori economici. Imprese e consumatori sono tra i principali soggetti economici del mercato e interagiscono tra loro influenzandosi in modo reciproco. Si è quindi ritenuto utile affiancare alla rilevazione del *sentiment* degli imprenditori, effettuata nell'ambito dell'indagine trimestrale sulla congiuntura economica, anche quella 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.

Il periodo attuale, come noto, è caratterizzato da un'emergenza sanitaria che ha aggiunto elementi di complessità nell'economia e nella società, modificando abitudini e stili di vita. La crisi non incide solo sul reddito, ma anche su sfere importanti della vita individuale quali la salute, le relazioni sociali e la gestione del tempo libero con ripercussioni psicologiche e comportamentali che spingono le famiglie da un lato a ridurre gli acquisti e dall'altro ad aumentare il risparmio precauzionale. Secondo l'ultimo Rapporto Censis la paura per il contagio e per un eventuale peggioramento della situazione economica familiare riguardano il 68% degli intervistati, mentre il 73,4% indica nella paura dell'ignoto il sentimento prevalente in famiglia. Ne deriva che gli umori dei consumatori sono e, probabilmente, saranno anche per i prossimi mesi, pesantemente influenzati dall'andamento della pandemia e dalle conseguenti misure adottate per il suo contenimento.



SINTESI

La fiducia dei consumatori trentini nel mese di novembre risente inevitabilmente del contesto economico di crisi determinato dalla seconda ondata dell'emergenza Covid-19. Il valore dell'indice del clima di fiducia in Trentino si è attestato a -20,1, in linea con quello nazionale (-20,4), e inferiore di 2 punti a quello dell'Ue (-18,8).

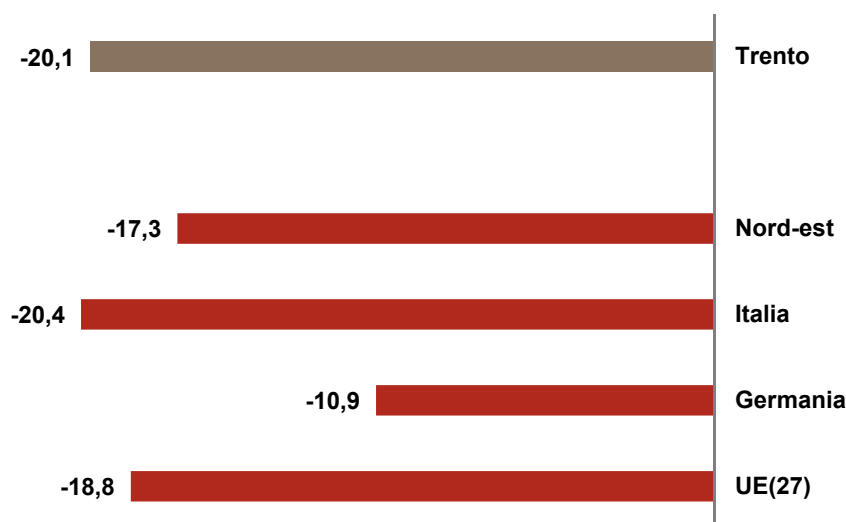
Si rileva un'alta percentuale di giudizi negativi (52%) in particolare sulla situazione economica generale della provincia di Trento nei prossimi 12 mesi, mentre il giudizio a un anno sulla situazione economica della propria famiglia appare complessivamente meno negativo, con poco più di un quarto degli intervistati che prevede un peggioramento.

La presenza di un significativo numero di consumatori locali con valutazioni negative sul contesto economico generale o familiare si traduce in una diminuzione delle previsioni di spesa per beni durevoli e in una maggiore propensione al risparmio per ragioni precauzionali.

1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Nel mese di novembre l'indice relativo al clima di fiducia dei consumatori trentini si è attestato a -20,1 punti¹. L'indice indica una percezione negativa dei consumatori inevitabilmente influenzata dall'aumento dei contagi verificatosi nei mesi di ottobre e novembre che ha prodotto l'introduzione di misure restrittive con conseguenze sulle attività economiche e le libertà individuali. Il dato si pone in linea con quello nazionale (-20,4), ed è inferiore di 3 punti a quanto registrato nel nord-est (-17,3). L'indice per l'Unione Europea (UE27) si posiziona invece a -18,8, superiore di 1,3 punti al dato provinciale. L'ultimo dato disponibile relativo alla Provincia di Bolzano (-11,3) è riferito a ottobre e non è stato quindi considerato nel confronto in quanto rilevato in un periodo in cui la seconda ondata di contagi, che poi ha portato all'adozione per l'Alto Adige delle misure restrittive previste per la cosiddetta "zona rossa", era ancora agli inizi della sua manifestazione.

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:

- andamento dell'economia locale nei prossimi 12 mesi;
- giudizi 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.

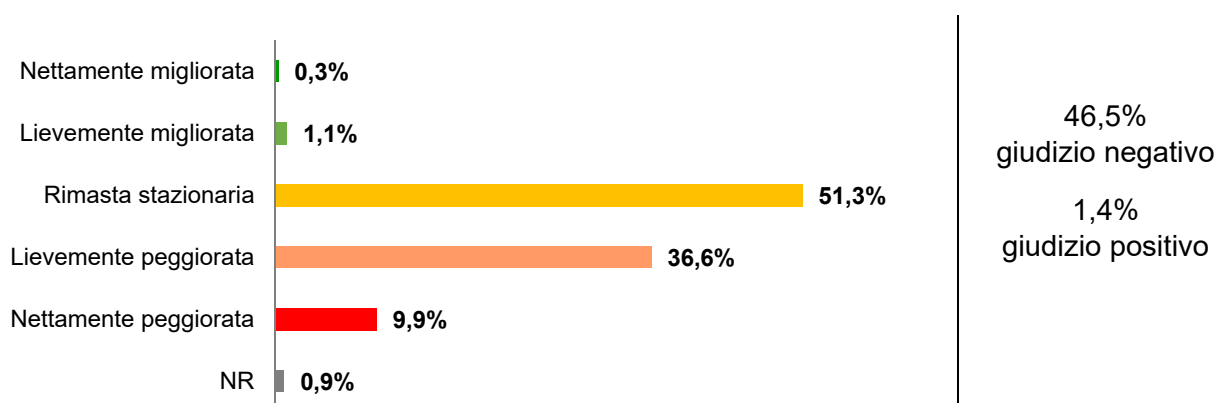
I giudizi e le aspettative forniti a tali quesiti sono stati nel complesso tutti piuttosto negativi. Il valore dell'indice è influenzato negativamente soprattutto dalle intenzioni di spesa delle famiglie per l'acquisto dei beni durevoli.

¹ L'indice è calcolato secondo la metodologia definita da Eurostat.

2. PERCEZIONI E ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI

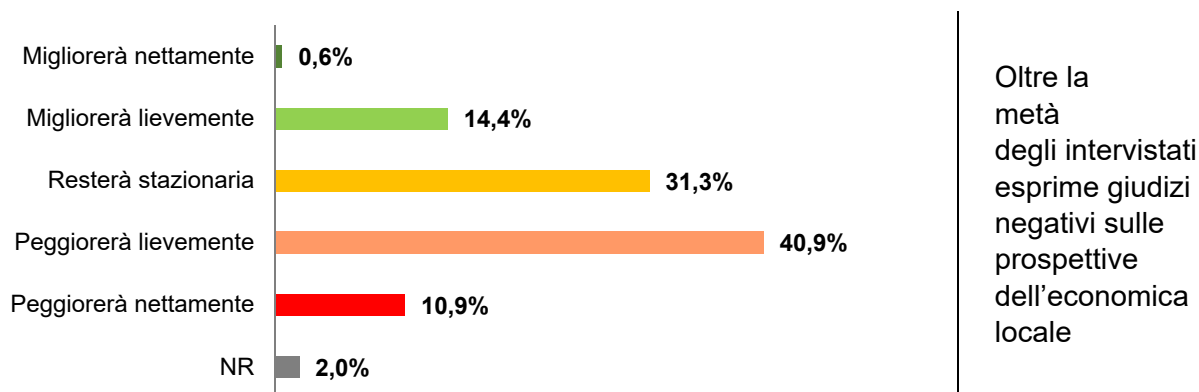
I giudizi riguardanti la situazione economica provinciale, percepita nell'ultimo anno, sono piuttosto negativi. Oltre il 46% dei soggetti intervistati, infatti, riscontra un peggioramento (36,6% lieve, 9,9% netto). A livello nazionale², la situazione appare ancora più grave con quasi l'88% che individua un andamento negativo del ciclo economico a fronte di circa l'11% che ne dichiara la stazionarietà.

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



Anche le aspettative riguardanti la situazione economica provinciale per i prossimi dodici mesi risultano pessimistiche. La percentuale di coloro che temono un peggioramento è il 51,8% (40,9% lieve, 10,9% netto) a fronte di un 15,0% che prevede un miglioramento. Il restante 31,3% la considera stazionaria. Anche le attese per la situazione economica dell'Italia sono negative con il 24,9% dei rispondenti che prevede un peggioramento lieve e il 24,1% che lo indica netto.

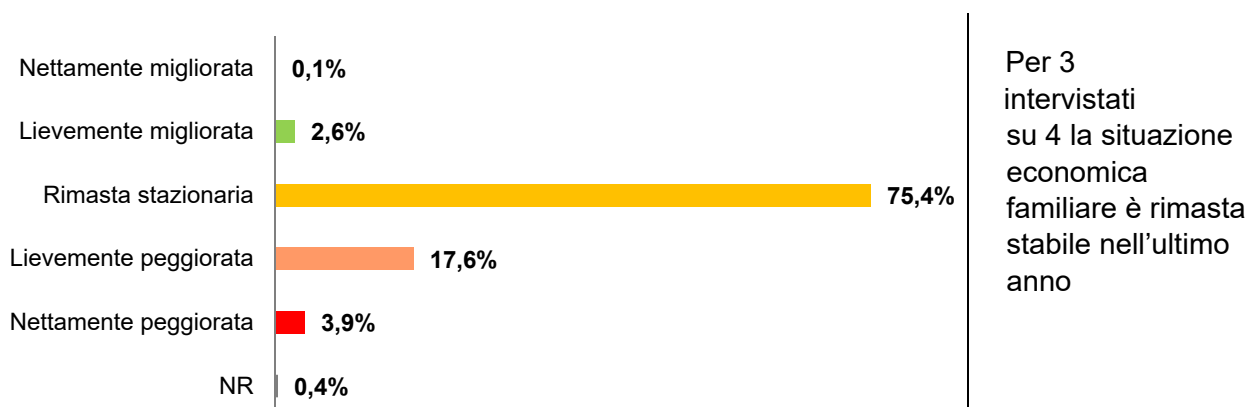
A suo giudizio, nei prossimi 12 mesi, la situazione economica generale della provincia di Trento



² Fonte: Istat, "Fiducia dei consumatori e delle imprese", novembre 2020

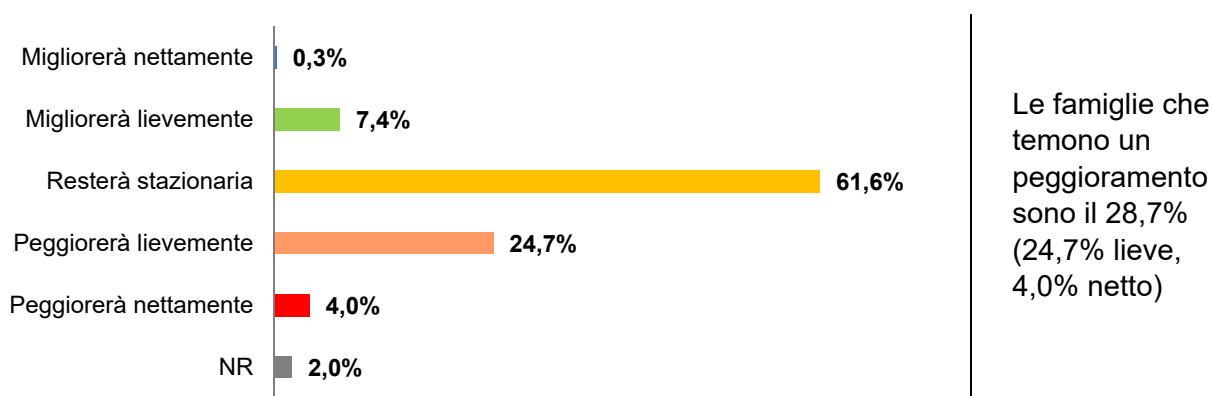
In riferimento alla situazione economica della propria famiglia negli ultimi 12 mesi, tendenzialmente le persone interpellate esprimono un giudizio di stazionarietà (il 75,4%). Il 17,6% riscontra un lieve peggioramento mentre il 3,9% ne dichiara uno netto. Meno del 3% manifesta un miglioramento. Le opinioni espresse a livello nazionale sono più negative con il 69,2% che dichiara stabile la situazione economica della propria famiglia e il 28,9% che dichiara un peggioramento. Il 2,0% esprime un giudizio positivo.

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



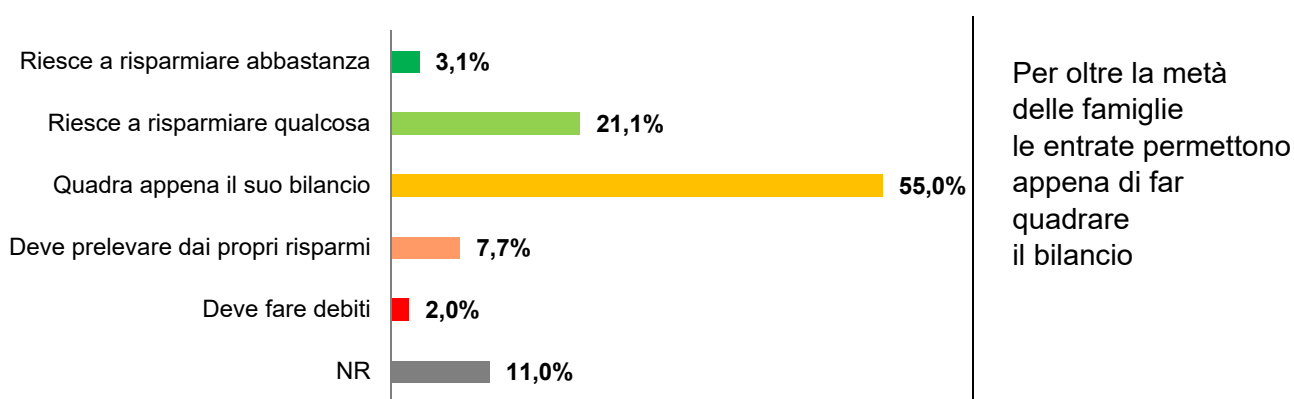
Le valutazioni prospettive (a 12 mesi) sulla situazione economica della propria famiglia offrono un quadro tendenzialmente più preoccupante. Le famiglie che temono un peggioramento sono il 28,7% (24,7% lieve, 4,0% netto) a fronte di un contenuto 7,7% che prevede un miglioramento (7,4% lieve e 0,3% netto). Il quadro nazionale appare in questo caso leggermente meno negativo con solo il 15,9% che ritiene che nell'immediato futuro la condizione economica del proprio nucleo familiare possa peggiorare.

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



Le valutazioni sopra esposte si riflettono sulla situazione finanziaria percepita, attualmente, dalle famiglie. Per il 55,0% dei soggetti interpellati le entrate permettono di coprire appena le spese del bilancio familiare. Il 24,2% riesce a risparmiare (qualcosa o abbastanza), mentre il 7,7 % deve attingere ai risparmi per far quadrare il proprio bilancio. Un ulteriore 2,0% sta aggravando la propria situazione debitoria per far fronte alle necessità familiari. Questi dati sono in linea con i dati nazionali.

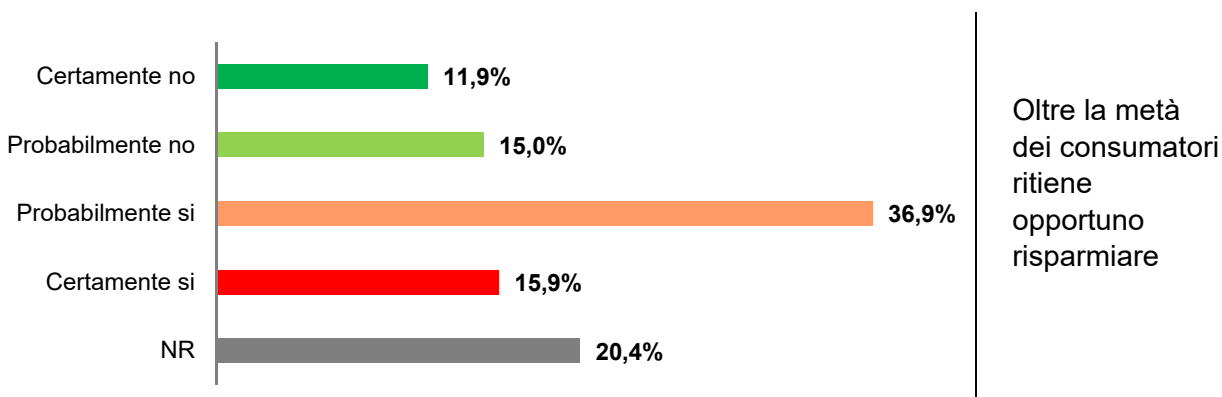
Qual è l'attuale situazione finanziaria della sua famiglia:



Considerando nello specifico la propensione al risparmio, le risposte fornite dai consumatori confermano un quadro di incertezza.

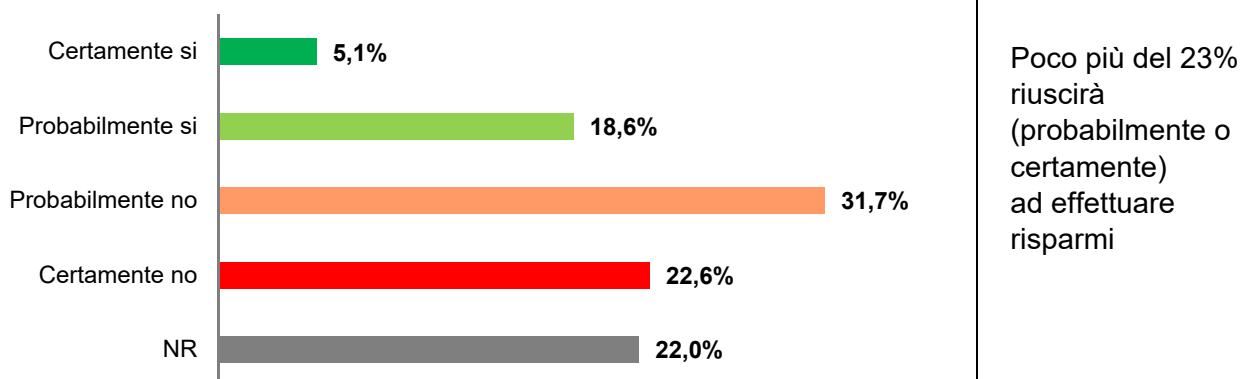
Data la presenza di un significativo numero di consumatori locali che esprimono preoccupazione per il peggioramento della situazione economica provinciale, risulta conseguentemente elevata la percentuale di coloro che considerano opportuno risparmiare (il 52,8%). Si tratta di un atteggiamento di autotutela che associa il risparmio 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 (oltre il 90%).

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



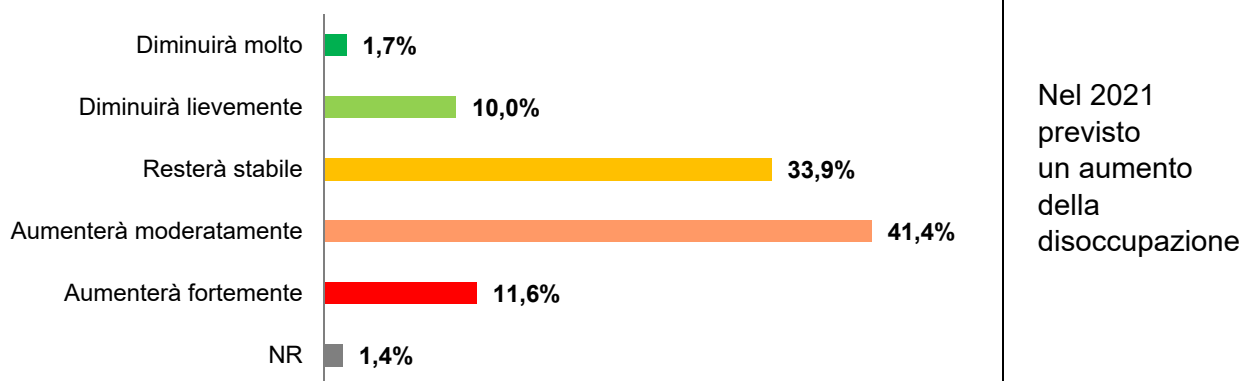
All'esigenza di risparmio riscontrata nella domanda precedente si contrappongono le difficoltà di oltre la metà degli intervistati che probabilmente o certamente non riusciranno ad accantonare risorse. Solamente il 23,7% afferma di poter generare risparmio nei prossimi 12 mesi.

Nei prossimi 12 mesi, lei riuscirà ad effettuare risparmi?



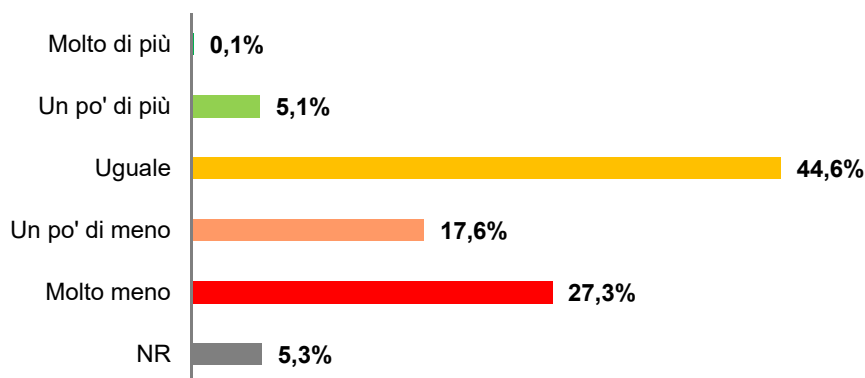
Il quadro è reso ancor più preoccupante dai giudizi espressi in merito alla disoccupazione. Oltre il 50% ritiene che nei prossimi 12 mesi si verificherà un aumento del numero dei disoccupati (41,4% aumento moderato, 11,6% aumento forte). A livello nazionale le previsioni risultano ancora più pessimistiche con il 76,2% che prevede un aumento delle persone in cerca di occupazione.

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



La sfiducia nel futuro incide anche sulla propensione agli acquisti di beni durevoli (elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili). Il 27,3% dichiara di aver intenzione di spendere nei prossimi 12 mesi molto meno in rapporto all'ultimo anno, mentre, per un ulteriore 17,6% la contrazione della spesa sarà più contenuta. Complessivamente circa il 45% delle persone intervistate è intenzionato quindi a ridurre in prospettiva le spese per l'acquisto di beni a fronte di circa il 5% che intende aumentarle. Si tratta di una situazione registrata anche in Italia.

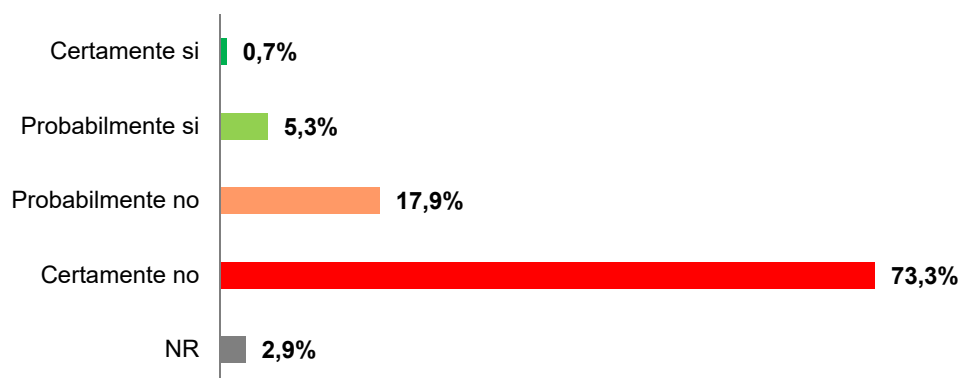
Nel corso dei prossimi 12 mesi ha intenzione di spendere, in rapporto ai 12 mesi passati, per l'acquisto di elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili:



Cira il 45% dei consumatori è intenzionato a ridurre le spese per l'acquisto di beni durevoli

Il quadro sfavorevole si riscontra ancor più pesantemente in riferimento alla propensione verso spese di maggiore valore. Oltre il 90% degli intervistati non prevede l'acquisto di un'autovettura o di un'abitazione o non programma di spendere somme importanti per la manutenzione o il miglioramento di quest'ultima.

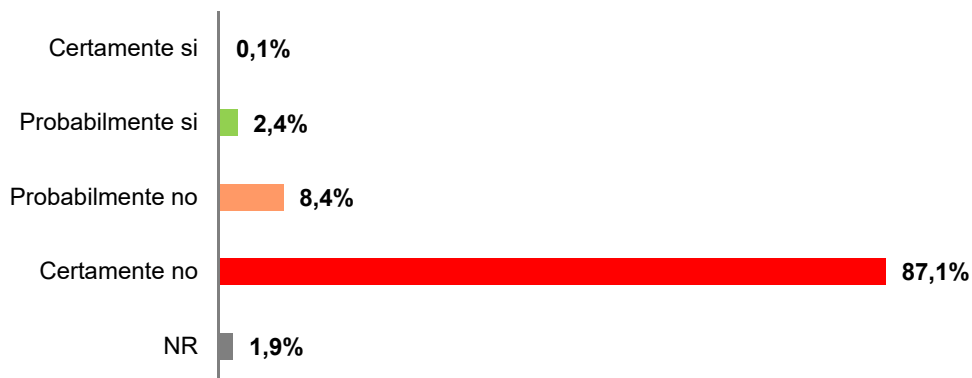
Lei o un membro del suo nucleo familiare ha intenzione di acquistare un'autovettura nei prossimi 12 mesi?



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

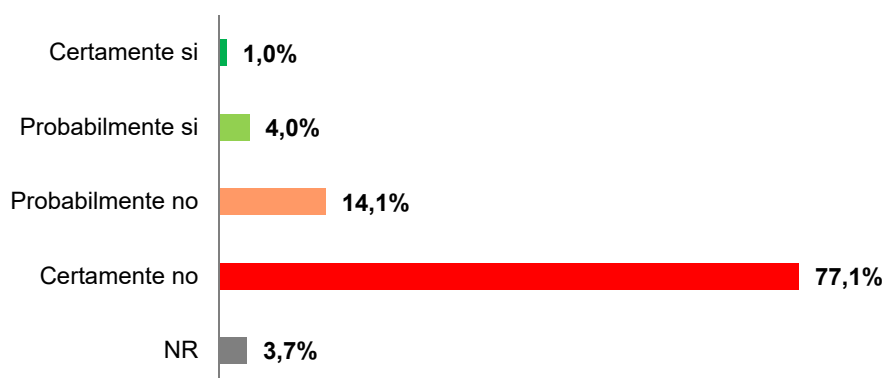


Nei prossimi 12 mesi intende acquistare un'abitazione (per sé o per un familiare, seconda casa, abitazione destinata a locazione...)



Oltre il 90% non intende acquistare un'abitazione

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?



Oltre il 90% non intende spendere somme rilevanti per il miglioramento di un'abitazione

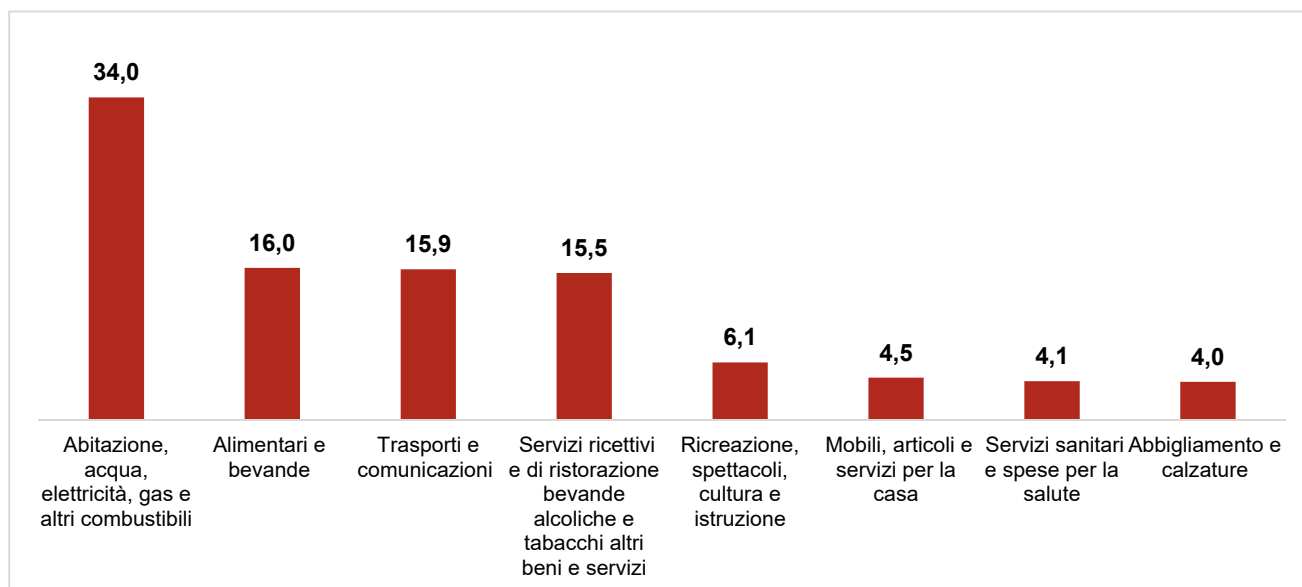
APPENDICE: UNO SGUARDO AI CONSUMI

Secondo la letteratura economica esistono significative relazioni statistiche tra gli indicatori dello stato d'animo dei consumatori e l'evoluzione a breve termine della spesa per il consumo di beni e servizi. Le aspettative e le percezioni rispetto alla situazione economica generale sono infatti in grado di modificare i comportamenti che sono alla base delle decisioni di consumo e di acquisto andando ad incidere sulle dinamiche del mercato. In particolare le spese per i consumi delle famiglie rappresentano una delle principali componenti del Pil. È evidente quindi il rilievo che negli anni ha assunto l'indice di fiducia dei consumatori quale strumento utile per misurare il *sentiment* dei consumatori anche con fini anticipativi³ rispetto all'andamento economico di un paese.

Nel 2019 le spese per i consumi delle famiglie residenti in Italia sono state pari a 1.066.642,2 milioni di Euro, ovvero circa il 60% del PIL. In Provincia di Trento il peso della componente dei consumi è analogo e raggiunge la percentuale del 59,5% (12.225,9 milioni di Euro; dato 2018).

Con riferimento alla composizione dei consumi delle famiglie trentine, le spese connesse all'abitazione e quelle per prodotti alimentari e bevande assorbono la quota più rilevante (50%) della spesa totale, con una percentuale lievemente inferiore al dato nazionale (53,1%). Seguono le spese per trasporti e comunicazione (15,9%), servizi ricettivi e di ristorazione, bevande alcoliche, tabacchi e altri beni e servizi (15,5%), ricreazione spettacoli, cultura e istruzione (6,1%). Il trend registrato a livello regionale è quello di un aumento progressivo delle spese legate al tempo libero, ai pasti fuori casa, ai viaggi e alle vacanze. L'indagine Istat sottolinea che nel 2019 in Trentino-Alto Adige si registrano, rispetto al resto del Paese, le quote più elevate di spesa per servizi ricettivi e di ristorazione (6,2% contro il 5,1% di media nazionale) e per beni e servizi ricreativi, spettacoli e cultura (6,1% contro il 5,0%).

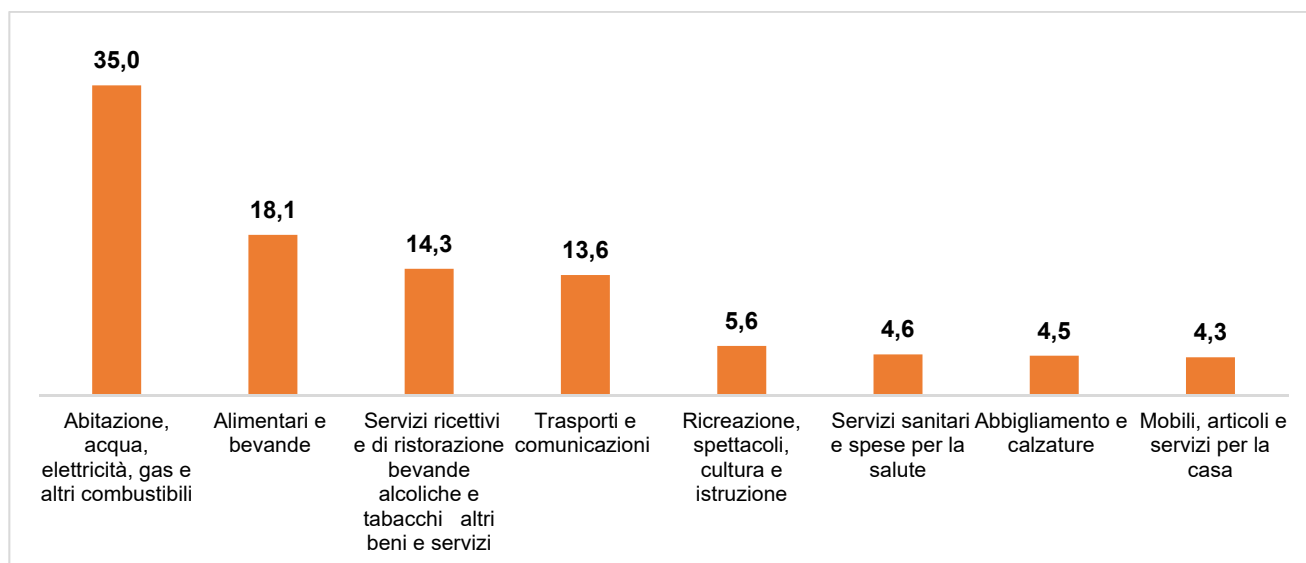
Composizione della spesa - Provincia di Trento (valori %)



Fonte: dati Istat

³ Lo stesso Istat ha rilevato una forte correlazione tra gli indici dei consumatori e la dinamica dei consumi privati a breve termine in particolare a partire dal 2007-2008.

Composizione della spesa - Italia (valori %)



Fonte: dati Istat

È evidente che la fotografia del 2019 appare superata e con l'emergenza sanitaria la composizione della spesa ha subito delle modifiche importanti sia per effetto di fattori oggettivi e misurabili come ad esempio il reddito, ma anche e soprattutto di fattori psicologici legati al quadro di incertezza attuale. Se guardiamo ai dati sui consumi finali delle famiglie rilevati da Istat nei primi nove mesi del 2020, la variazione tendenziale rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è negativa e raggiunge il -10,4%, in particolare la flessione per l'acquisto di beni durevoli è di circa il 15% rispetto al 2019. Anche i risultati della seconda Indagine Straordinaria sulle Famiglie italiane (ISF) condotta dalla Banca d'Italia confermano che in seguito all'emergenza sanitaria le famiglie italiane hanno ridotto i consumi, in particolare quelli di beni e servizi non essenziali. L'evoluzione del quadro epidemiologico influisce sui comportamenti e sulle scelte di consumo anche in assenza di misure restrittive di contenimento del virus e circa il 60% degli intervistati ha dichiarato che avrebbe smesso di fare acquisti in negozi di beni e servizi non essenziali al crescere del numero dei contagi all'interno della propria regione.



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 **3 e il 16 novembre 2020**.