

CLIMA DI FIDUCIA
DEI CONSUMATORI TARENTINI
settembre 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
3. L'IMPATTO DEI COSTI ENERGETICI E DEI CARBURANTI SULLA SITUAZIONE ECONOMICA DELLE FAMIGLIE.....	10
NOTA METODOLOGICA	12



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. Dal 2023 la rilevazione viene condotta con cadenza quadrimestrale, nei mesi di febbraio, maggio, settembre e novembre.

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 presente rilevazione è stata effettuata nel mese di settembre.



SINTESI

Nel mese di settembre l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini si attesta a -19,8, un dato sostanzialmente invariato rispetto a quello registrato a maggio (-19,6).

Le valutazioni sulla situazione economica della famiglia nell'ultimo anno e in prospettiva si mantengono pressochè stabili. Si osserva, invece, un lieve miglioramento della propensione all'acquisto dei beni durevoli, riconducibile alla riduzione della quota di consumatori intenzionati a ridurre i propri acquisti. Mostrano infine un lieve peggioramento le aspettative relative all'andamento futuro dell'economia provinciale.

Con riferimento all'inflazione, i rincari registrati, in particolare quelli dei carburanti e dei beni energetici, alimentano le preoccupazioni dei consumatori per le possibili ricadute sui bilanci familiari. Oltre il 90% degli intervistati, seppur con intensità diversa, ritiene infatti che l'aumento del prezzo dei carburanti e dei beni energetici stia già incidendo, o inciderà nei prossimi 12 mesi, sulla capacità di spesa della propria famiglia.



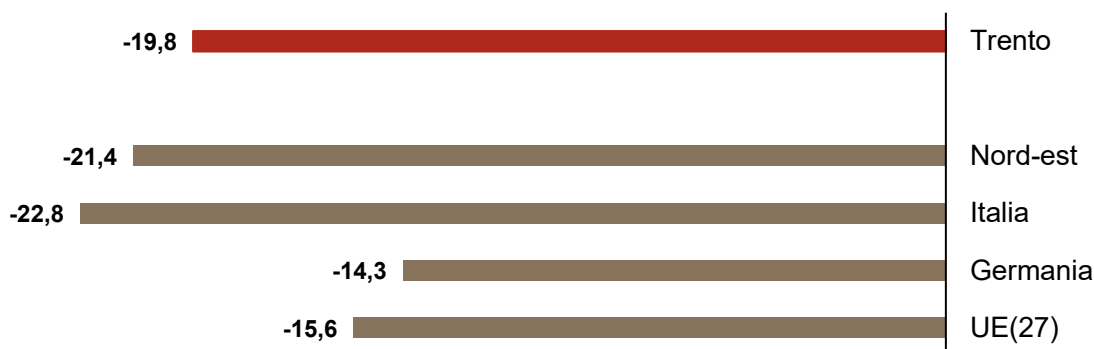
1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Nel mese di settembre, l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini¹ si attesta a -19,8 punti, un valore analogo a quello registrato a maggio (-19,6).

Rispetto alla precedente rilevazione migliorano leggermente le intenzioni di acquisto di beni durevoli mentre si mantengono pressoché stabili le valutazioni sulla situazione economica della famiglia nell'ultimo anno e in prospettiva. Si registra, invece, un lieve peggioramento delle aspettative sull'andamento futuro dell'economia provinciale.

Nel confronto con le altre aree, l'indice del clima di fiducia dei consumatori trentini si mantiene su livelli migliori rispetto a quanto rilevato a livello nazionale (-22,8) e nel Nord-Est (-21,4). Il quadro risulta invece peggiore rispetto a quello della Germania, dove si registra un indice pari a -14,3, e dell'UE27, il cui indice si attesta a -15,6.

Indice del clima di fiducia dei consumatori a confronto



(indice: intervallo da -100 a +100)

Fonte: dati Eurostat - CCIATA

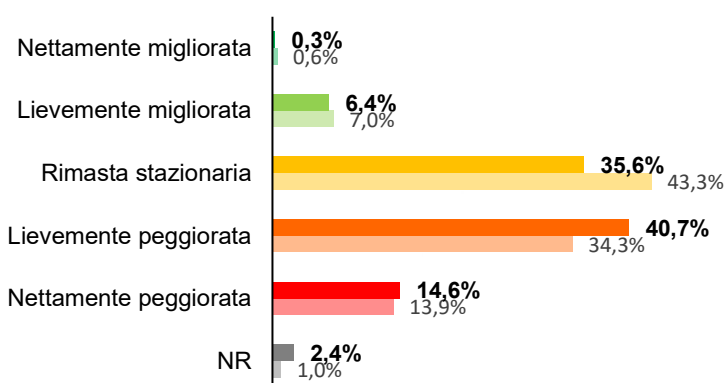
¹ L'indice del clima di fiducia (CCI *Consumer Confidence Index*) è calcolato sulla base delle valutazioni dei consumatori riguardo ai seguenti quattro aspetti dei dodici complessivamente rilevati:

- 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 evidenziano un ulteriore peggioramento del quadro percepito. Si riduce, infatti, la quota di coloro che giudicano la situazione sostanzialmente stabile, passata dal 43,3% di maggio al 35,6% di settembre. Parallelamente, si rafforzano i giudizi negativi: la percentuale di intervistati che percepisce un peggioramento, lieve o marcato, sale dal 48,2% al 55,3%, con un incremento di 7,1 punti percentuali, superando così la metà degli intervistati. Le valutazioni positive rimangono invece sostanzialmente stabili intorno al 7%.

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

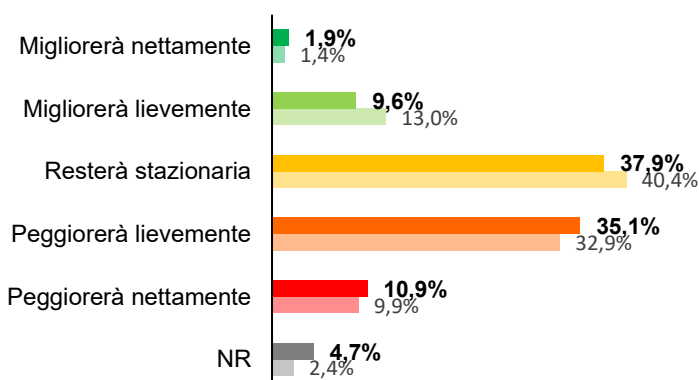


In lieve peggioramento i giudizi sulla situazione economica della provincia negli ultimi 12 mesi

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

Per quanto riguarda le prospettive dell'economia locale, le attese di una situazione sostanzialmente stabile si attestano al 37,9%, rispetto al 40,4% di maggio. La quota di coloro che prevedono un peggioramento, lieve o marcato, passa dal 42,8% al 46,0%, mentre le aspettative di miglioramento, che rimangono minoritarie, si attestano all'11,5%, dal 14,4% della precedente rilevazione.

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

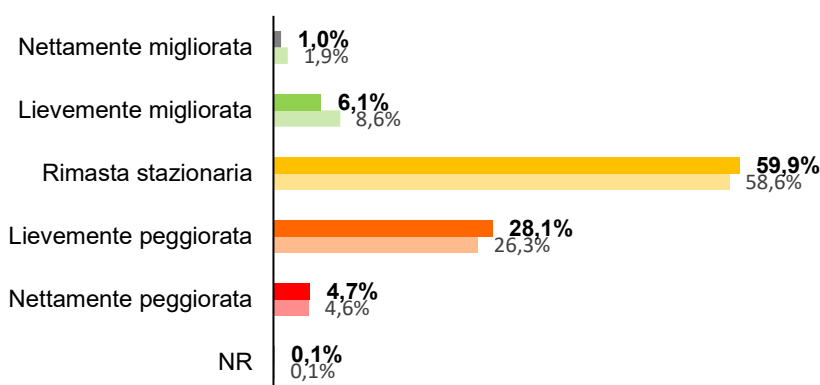


In lieve peggioramento le attese sull'andamento futuro dell'economia locale

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

Con riferimento alla situazione economica della famiglia negli ultimi dodici mesi, le valutazioni espresse a settembre risultano nel complesso in linea con quelle rilevate a maggio. La quota di consumatori che giudica la situazione sostanzialmente stabile si conferma prevalente stazionaria (dal 58,6% al 59,9%), mentre quella di chi percepisce un peggioramento, lieve o marcato, aumenta di soli due punti percentuali (dal 30,9% al 32,8%). In lieve calo, invece, la percentuale di coloro che rilevano un miglioramento (dal 10,5% di maggio al 7,1% di settembre).

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

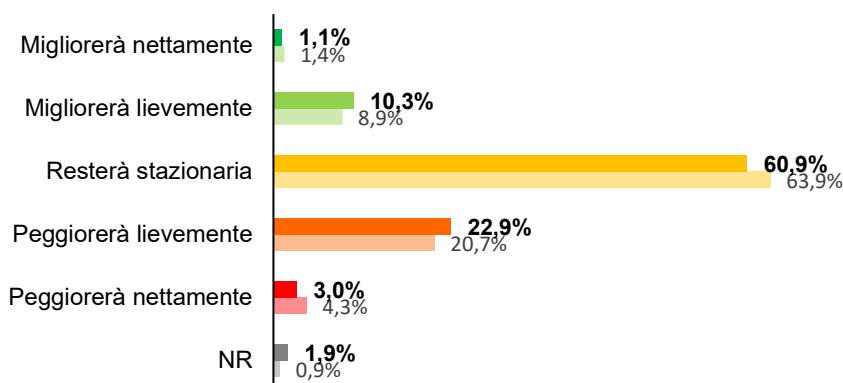


Si confermano nettamente prevalenti i giudizi di stabilità

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

Le valutazioni prospettiche sulla situazione economica delle famiglie continuano a essere caratterizzate dalla prevalenza di giudizi di stabilità, che si attestano al 60,9%, in diminuzione rispetto al 63,9% di maggio. Rimangono sostanzialmente stabili sia la quota di famiglie che prevede un miglioramento delle proprie condizioni economiche, pari all'11,4% (dal 10,3%), sia quella di chi ne prospetta un peggioramento, pari al 25,9% (dal 25,0%).

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

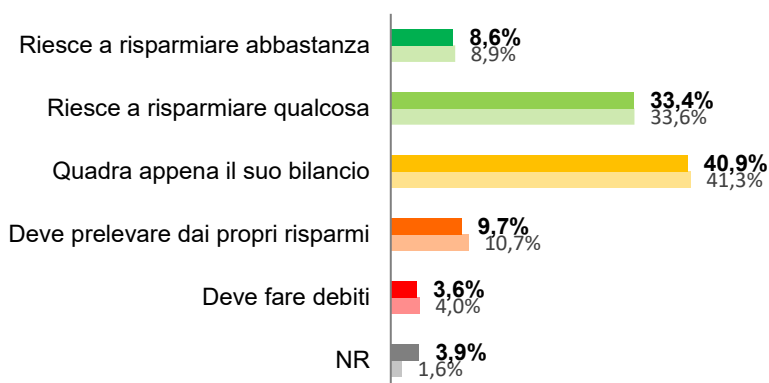


Si confermano nettamente prevalenti i giudizi di stabilità

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

Il confronto con maggio restituisce un quadro complessivamente invariato della percezione della situazione finanziaria della famiglia. Resta elevata, e sostanzialmente stabile, la percentuale di quanti riescono appena a far quadrare il bilancio (40,9%, dal 41,3%). Anche le percentuali di quanti dichiarano di dover ricorrere ai propri risparmi (9,7%) o di fare debiti (3,6%) registrano variazioni contenute. Nel complesso, pertanto, non emergono cambiamenti significativi rispetto alla precedente rilevazione, con una quota ancora consistente di famiglie che dispone di margini di bilancio piuttosto limitati.

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

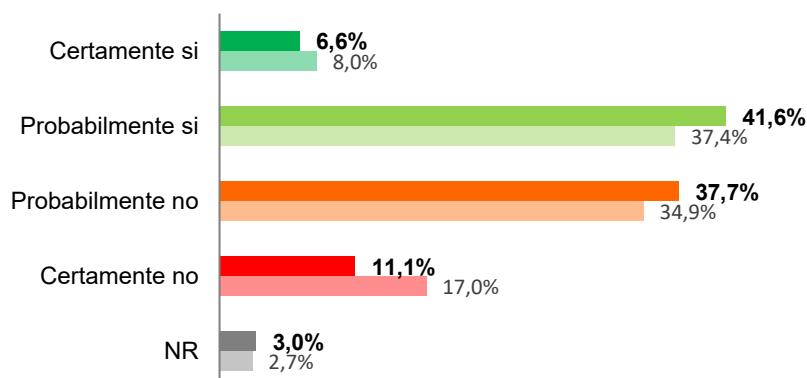


Stabili i giudizi
sulla situazione
finanziaria della
famiglia

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

L'aumento dei prezzi continua a pesare sulla capacità di risparmio dei consumatori trentini: quasi la metà (48,8%) ritiene di non riuscire ad accantonare risorse nei prossimi mesi. Cresce lievemente la quota di chi considera probabile non riuscire a risparmiare, che passa dal 34,9% al 37,7%, mentre diminuisce quella di chi ne è certo, dal 17,0% all'11,1%. Tra coloro che prevedono invece di riuscire a risparmiare, si riduce lievemente la quota di chi ritiene di riuscirci con certezza, dal 8,0% al 6,6%, mentre aumenta quella di chi considera probabile riuscire ad accantonare risorse, dal 37,4% al 41,6%. Nel complesso, prevale ancora l'aspettativa di non riuscire a risparmiare, sebbene si osservi un lieve miglioramento rispetto alla precedente rilevazione.

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

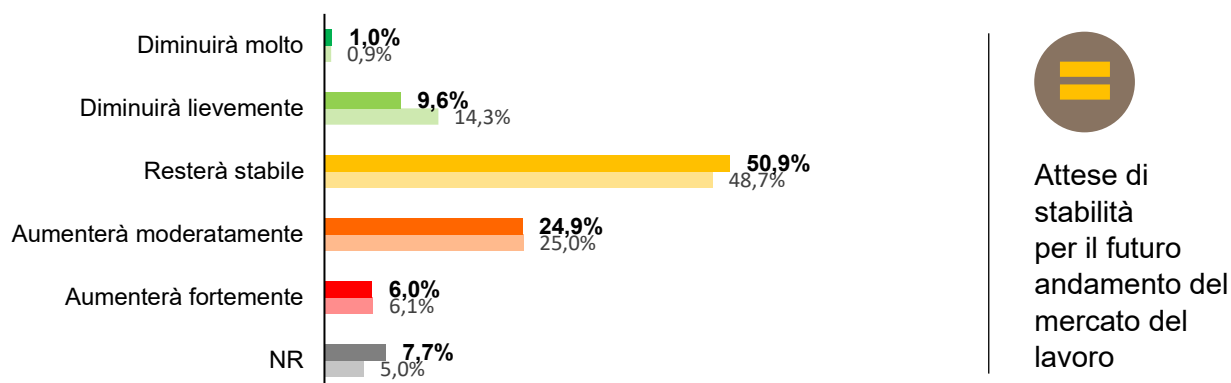


Lieve
aumento
della quota
di chi pensa
di riuscire a
risparmiare

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

L'analisi del *sentiment* sul mercato del lavoro restituisce un quadro complessivamente stabile. Le aspettative relative all'andamento della disoccupazione, sia in aumento sia in diminuzione, registrano variazioni contenute rispetto alla precedente rilevazione.

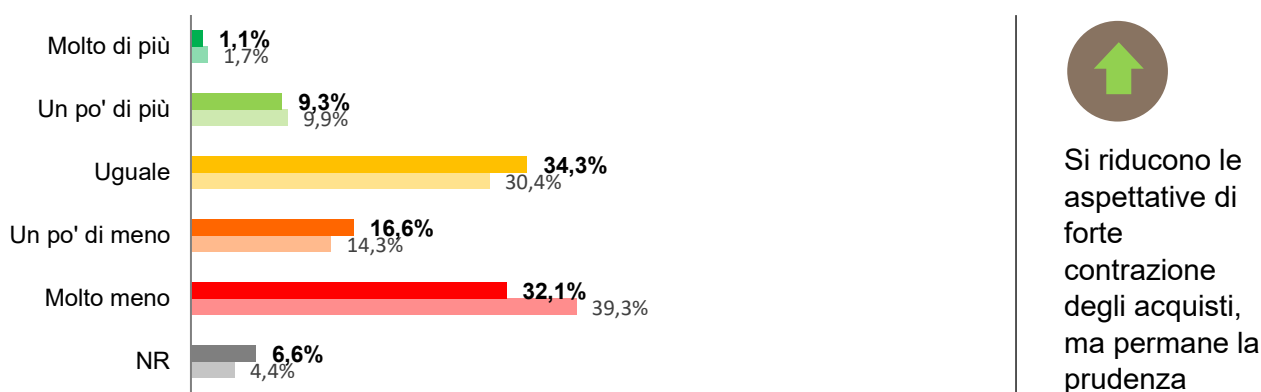
A suo giudizio, nel corso dei prossimi 12 mesi, il numero dei disoccupati in provincia di Trento:*



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

Con riferimento all'acquisto di beni durevoli, si rileva qualche segnale di lieve miglioramento delle intenzioni di acquisto, riconducibile soprattutto alla riduzione della componente che prospetta una forte contrazione della spesa (dal 39,3% all'attuale 32,1%) e al contestuale aumento di quanti prevedono di mantenere invariato il livello degli acquisti (da 30,4% a 34,3%). Tuttavia, prevale ancora un orientamento prudente: quasi la metà degli intervistati (48,7%) prevede infatti una riduzione degli acquisti di beni durevoli, a fronte del 10,4% che ne prospetta un aumento.

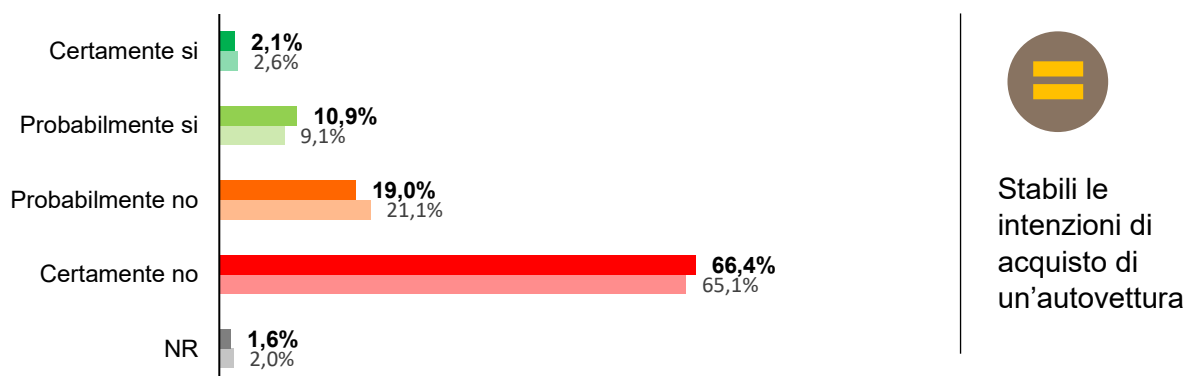
Nel corso dei prossimi 12 mesi ha intenzione di spendere, in rapporto ai 12 mesi passati, per l'acquisto di elettrodomestici, prodotti elettronici e mobili:*



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

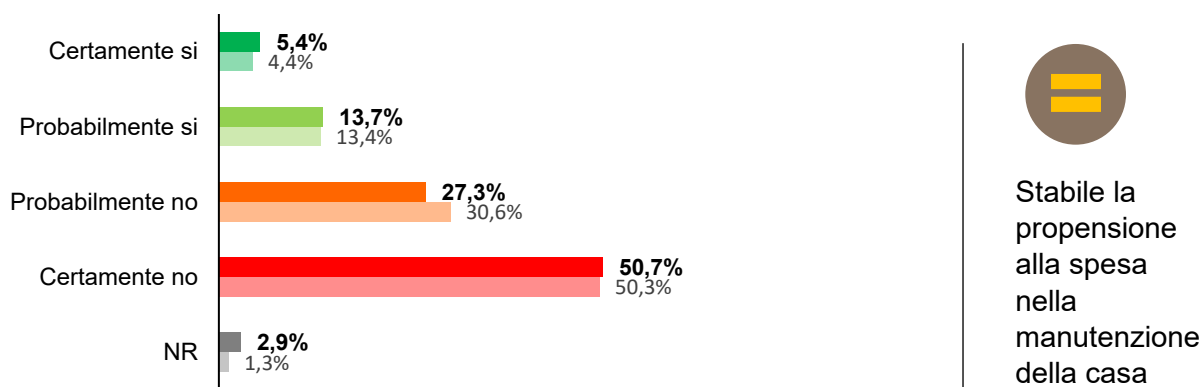
Tra le voci di spesa di maggiore entità, oltre il 66% degli intervistati dichiara di non voler acquistare un'automobile nei prossimi dodici mesi, un dato che si mantiene in linea con quello della precedente rilevazione (65,1%). Rimane stabile anche la quota di chi dichiara con certezza di non voler sostenere spese per l'abitazione, pari a poco più della metà del campione. Risultano poco significative, seppur in lieve aumento, le variazioni relative alla quota di intervistati che prevede di sostenere spese per l'abitazione.

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



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

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?*



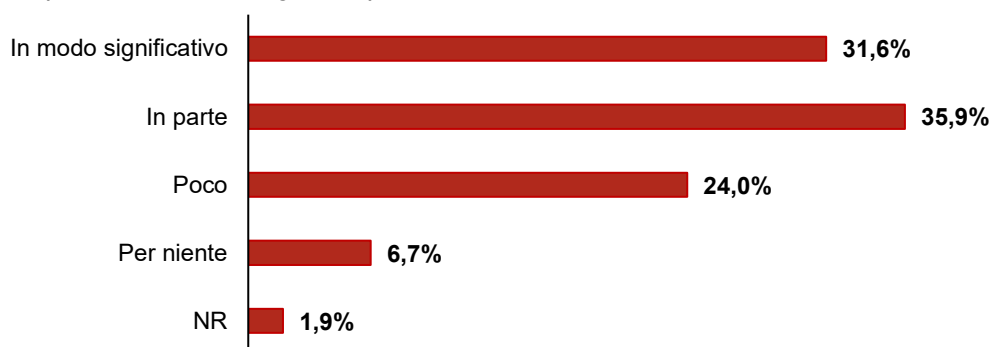
* il grafico riporta la distribuzione percentuale delle risposte relative alle rilevazioni di settembre (in grassetto) e maggio.

3. L'IMPATTO DEI COSTI ENERGETICI E DEI CARBURANTI SULLA SITUAZIONE ECONOMICA DELLE FAMIGLIE

In questa rilevazione è stato dedicato un approfondimento al tema dell'impatto dei costi energetici e dei carburanti sulla situazione economica delle famiglie. L'inserimento di questa tematica si colloca in un contesto di marcata accelerazione dei prezzi: a settembre 2026 l'inflazione è salita al 4,0% su base annua, dal 3,4% di agosto² e dall'1,0% di inizio anno, principalmente per effetto dell'aumento dei prezzi dei beni energetici. Considerata la maggiore incidenza dei consumi energetici nei mesi autunnali e invernali, si è ritenuto opportuno rilevare la percezione dei consumatori trentini circa le possibili ripercussioni dell'aumento dei costi di energia e carburanti sulla capacità di spesa delle famiglie nei prossimi 12 mesi.

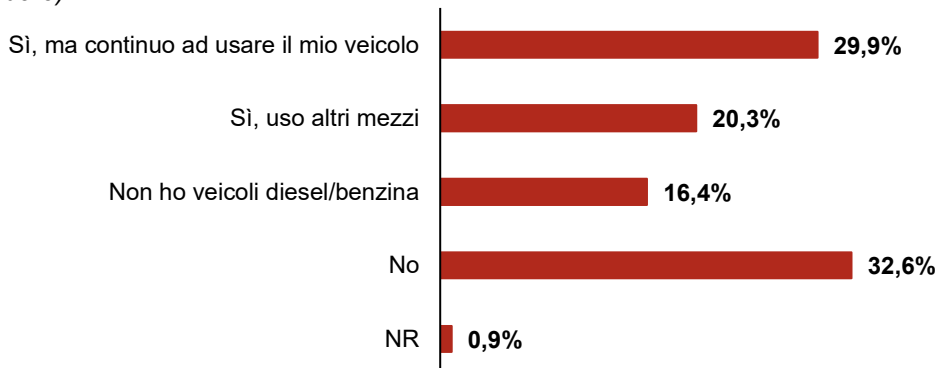
L'analisi delle risposte al primo quesito posto, conferma che i prezzi dei carburanti e dei prodotti energetici rappresentano per la grande maggioranza degli intervistati un fattore destinato ad incidere sulla loro capacità di spesa. Oltre il 90% dei consumatori, con intensità diversa, ritiene infatti che tali costi stiano condizionando o condizioneranno la capacità di spesa della propria famiglia. Per il 31,6% l'impatto sarà significativo, per il 35,9% inciderà almeno in parte, mentre per il 24,0% l'influenza sarà contenuta. Solo il 6,7% non prevede alcun condizionamento.

In che misura il prezzo dei prodotti energetici e dei carburanti sta condizionando o condizionerà la capacità di spesa della sua famiglia nei prossimi 12 mesi?



Con riferimento alla gestione degli spostamenti quotidiani, per lavoro o studio e nel tempo libero, emerge che l'aumento dei prezzi dei carburanti ha indotto una parte significativa dei consumatori a modificare le proprie abitudini di mobilità. La metà degli intervistati (50,2%) dichiara infatti di aver modificato la gestione degli spostamenti: il 29,9% continua ad utilizzare il proprio mezzo, ma ha rivisto le modalità con cui si sposta, mentre il 20,3% ha scelto di utilizzare altri mezzi di trasporto. Per contro, il 32,6% non ha apportato alcun cambiamento.

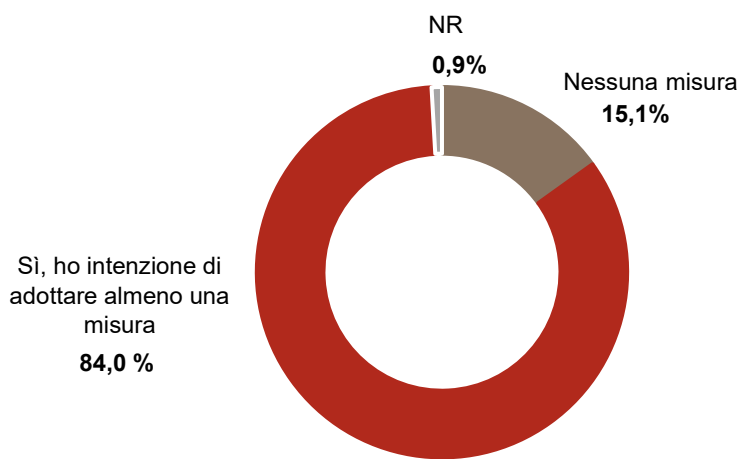
L'aumento del prezzo dei carburanti ha modificato la gestione dei suoi spostamenti (per lavoro, studio o tempo libero)?



² Istat, *Prezzi al consumo (dati provvisori)*, Settembre 2026

Un terzo e ultimo quesito ha riguardato le strategie adottate, o previste dai consumatori nei prossimi mesi, per contrastare l'impatto degli aumenti dei prezzi dei carburanti e dei beni energetici. La quasi totalità del campione (84,0%) dichiara di aver messo in atto almeno una contromisura, a fronte di un ridotto 15,1% che afferma di non aver adottato alcuna strategia.

Per far fronte all'andamento dei prezzi dei prodotti energetici e dei carburanti, la sua famiglia ha adottato o prevede di adottare qualche strategia nei prossimi mesi?



Le strategie principali adottate per contrastare l'aumento dei prezzi di carburanti e beni energetici, si concentrano sulle voci di spesa più comprimibili e rinviabili come i consumi fuori casa in bar, ristoranti e pizzerie (20,8%), l'acquisto di abbigliamento e accessori (15,7%) e le spese per tempo libero, cultura e sport (13,2%). Come prevedibile, gli interventi sulle spese essenziali appaiono decisamente più contenuti, anche se una parte degli intervistati dichiara di aver ridotto i consumi energetici domestici (12,1%), la spesa alimentare (7,7%) e quella per la salute e la cura delle persona (3,3%). Accanto al ridimensionamento diretto dei consumi, si rilevano anche strategie finalizzate all'efficientamento della spesa. La ricerca di tariffe energetiche più vantaggiose per la fornitura domestica di luce e gas è una strategia indicata dal 9,3% degli intervistati.



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 **10 e il 28 settembre 2026**.