

Indagine sulla fiducia dei consumatori

febbraio 2011

NOTA PER LA STAMPA

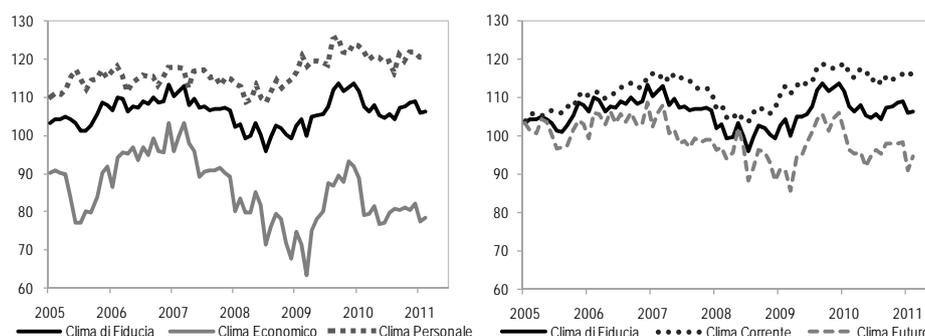
Istituto
nazionale
di statistica

A febbraio 2011 l'indice del clima di fiducia dei consumatori è aumentato a 106,4 dal 105,9 del mese precedente. Il miglioramento è dovuto a un maggior ottimismo sul futuro della situazione economica del paese e della famiglia (l'indice del "clima futuro" sale da 90,9 a 94,7), mentre scende l'indicatore del clima corrente (da 116,7 a 115,1).

Anche l'indice relativo al clima economico generale sale da 77,4 a 78,6, mentre rimangono sostanzialmente stazionarie le valutazioni sul clima personale (l'indice passa da 120,6 a 120,5). Riguardo ai prezzi, i giudizi dei consumatori sulla dinamica degli ultimi 12 mesi indicano un'accelerazione e anche le attese sull'evoluzione futura sono orientate a una risalita.

Clima di Fiducia e sue componenti

(Indici base 1980=100 dati destagionalizzati; clima personale: dati grezzi)



Direzione centrale comunicazione e
editoria

Tel. +39 064673.2244-2243

Centro di informazione statistica

Tel. +39 064673.3106

Informazioni e chiarimenti

Dipartimento per la produzione
statistica e il coordinamento tecnico
scientifico

Marco Malgarini Tel. +39 0644482725

Bianca M. Martelli Tel. +39 0644482720

Prossimo comunicato:

24 marzo 2011

Tabella 1 – Clima di fiducia dei consumatori italiani e componenti

(Indici base 1980=100 e saldi ponderati destagionalizzati)

	2010			2011	
	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb
CLIMA DI FIDUCIA (a)	107,7	108,5	109,1	105,9	106,4
<i>Clima economico</i>	81,1	80,5	82,0	77,4	78,6
<i>Clima personale (b)</i>	119,3	121,7	121,9	120,6	120,5
<i>Clima corrente</i>	114,8	115,6	116,1	116,7	115,1
<i>Clima futuro</i>	98,0	98,0	98,1	90,9	94,7
Giudizi sulla situazione economica dell'Italia	-94	-93	-93	-98	-104
Previsioni sulla situazione economica dell'Italia	-38	-41	-39	-47	-45
Previsioni sulla disoccupazione	77	77	74	84	72
Giudizi sulla situazione economica della famiglia	-42	-41	-39	-38	-42
Previsioni sulla situazione economica della famiglia	-8	-9	-6	-13	-15
Giudizi sul bilancio familiare	-1	3	4	3	2
Convenienza attuale del risparmio (b)	128	147	141	133	151
Possibilità future di risparmio (b)	-53	-45	-52	-66	-55
Convenienza attuale all'acquisto di beni durevoli	-68	-74	-68	-58	-75

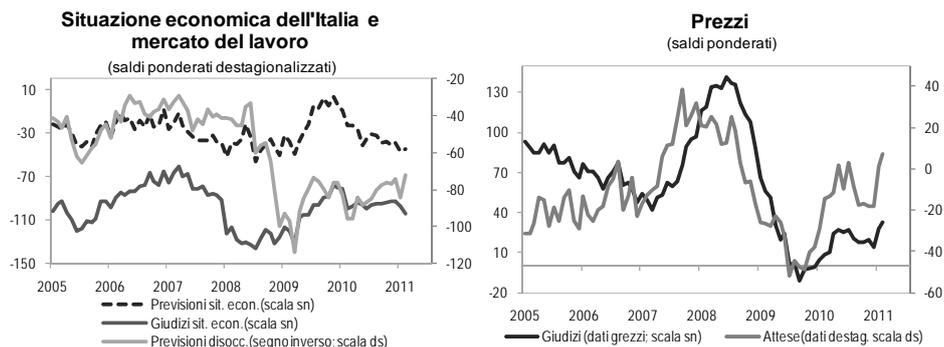
(a) Il clima di fiducia può essere disaggregato nei climi economico e personale o, alternativamente, nei climi corrente e futuro.

(b) Serie non affetta da stagionalità

Il quadro economico generale

Peggiorano le valutazioni dei consumatori riguardo alla situazione economica corrente del paese (il saldo scende da -98 in gennaio a -104 in febbraio), mentre recuperano lievemente quelle relative all'evoluzione nei prossimi 12 mesi (il saldo aumenta da -47 a -45). Migliorano significativamente le previsioni sulla disoccupazione, con un saldo delle risposte che scende a 72 (da 84 di gennaio).

I consumatori giudicano che la dinamica dei prezzi al consumo negli ultimi dodici mesi si sia accentuata: il saldo sale, infatti, da 28 a 33. Inoltre, emergono attese di ulteriore accelerazione per i prossimi dodici mesi (il saldo è pari a 7, rispetto a 1 di gennaio).

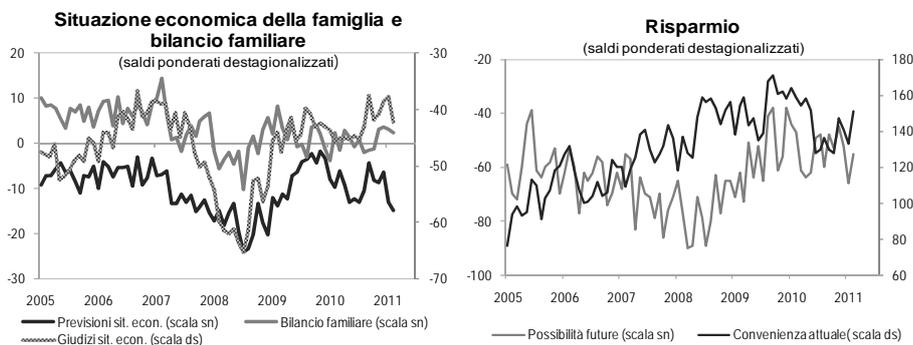


La situazione personale

A febbraio i consumatori esprimono valutazioni più favorevoli circa il risparmio: in particolare, migliorano i giudizi sulla convenienza attuale (il saldo aumenta da 133 a 151) e le previsioni sulle possibilità di risparmiare (da -66 a -55).

Per contro, peggiorano le opinioni circa la situazione della propria famiglia: il saldo dei giudizi sul bilancio finanziario della famiglia scende lievemente (da 3 in gennaio a 2), mentre quello riguardante la situazione economica della famiglia diminuisce da -38 a -42 e quello delle previsioni per i prossimi dodici mesi scende da -13 a -15.

Per quel che riguarda il mercato dei beni durevoli, i giudizi sulla convenienza attuale peggiorano (da -58 a -75), ma le intenzioni di acquisto per il breve termine vanno in direzione opposta (il saldo sale da -71 a -64).



La fiducia dei consumatori nel dettaglio territoriale

L'aumento del clima di fiducia dei consumatori registrato a livello nazionale non è diffuso sul territorio: risulta particolarmente marcato nel Nord-ovest del paese e moderato nel Centro. Nel Nord-est e nel Mezzogiorno, per contro, la fiducia scende rispetto al mese precedente.

Nord-ovest: l'indice di fiducia dei consumatori sale da 107,3 a 109,9 soprattutto per il forte miglioramento del clima economico e di quello futuro e, in misura minore, di quello personale. Peggiora, invece, il clima corrente.

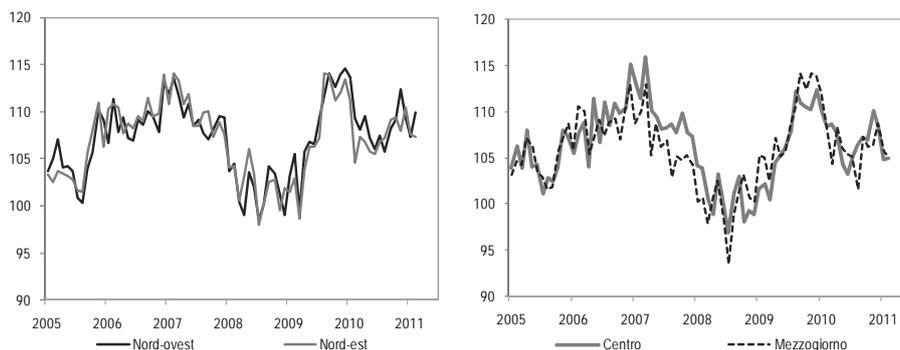
Nord est: l'indice di fiducia scende da 107,6 a 107,3. Il deterioramento del clima personale e soprattutto di quello corrente più che compensa il maggiore ottimismo che emerge dagli indici del clima economico e del clima futuro.

Centro: l'indice di fiducia aumenta da 104,8 a 105,0. Il lieve miglioramento del clima personale e soprattutto di quello futuro prevalgono sul maggiore pessimismo riguardante le valutazioni sul clima economico e sul quadro corrente.

Mezzogiorno: la fiducia scende da 105,7 a 105,0. Il peggioramento riguarda quasi tutte le componenti, ma è particolarmente intenso per il clima corrente; solo l'indice del clima futuro presenta un aumento.

Fiducia per Ripartizioni

(Indici base 1980=100 dati destagionalizzati)



NOTE INFORMATIVE

L'indagine congiunturale sulla fiducia dei consumatori viene svolta mensilmente dal 1982 nell'ambito del progetto armonizzato dell'Unione Europea su un campione rappresentativo della popolazione adulta italiana. Si segnalano qui di seguito le principali caratteristiche dell'indagine che, a partire da gennaio 2011, è condotta dall'Istat, in piena continuità con le metodologie adottate in precedenza dall'Isae.

L'indagine viene condotta con tecnica C.A.T.I. (telefonica) nelle ore serali dei primi dieci giorni lavorativi di ogni mese. Il campione di 2000 unità è casuale, a due stadi (abbonati al telefono, consumatori), proporzionale all'universo della popolazione italiana adulta, stratificato per ripartizioni geografiche e ampiezza dei comuni di residenza. La lista utilizzata è costituita dall'elenco degli abbonati al telefono; l'unità di rilevazione è l'abbonato (selezionato casualmente nell'ambito dello strato), l'unità statistica è costituita dal consumatore, inteso come persona maggiorenne (appartenente al nucleo familiare individuato dal numero telefonico) che contribuisca alla formazione del reddito, anche in termini non monetari, della famiglia stessa. La tecnica di selezione è di tipo sistematico casuale (nel primo stadio) e per quote (nel secondo). Le probabilità di selezione dei consumatori non sono costanti all'interno di ogni strato in quanto dipendono dalla composizione della famiglia.

Il questionario comprende (oltre ad alcune informazioni strutturali e sui redditi familiari) quindici domande di tipo qualitativo, caratterizzate da tre a cinque modalità ordinali di risposta (ad es. molto in aumento, in aumento, stazionario, in diminuzione, molto in diminuzione), relative alla situazione economica dell'Italia e a quella personale dell'intervistato. Le opinioni sono richieste sia riguardo al recente passato (i precedenti dodici mesi) o al momento presente e sono generalmente indicate come giudizi, sia rispetto all'evoluzione futura a breve termine (nei successivi dodici mesi) e sono indicate come previsioni. L'indagine comprende dodici domande mensili e precisamente: Giudizi e previsioni sulla situazione economica dell'Italia; previsioni sulla disoccupazione; Giudizi e previsioni sulla situazione economica della famiglia; giudizi sul bilancio familiare; Giudizi e previsioni sull'andamento dei prezzi; Convenienza attuale e possibilità future di risparmio; convenienza attuale e intenzioni future di acquisto di beni durevoli. Trimestralmente (a gennaio, aprile, luglio e ottobre) sono rilevate anche le intenzioni di acquisto dell'autovettura e, circa l'abitazione, le intenzioni di acquisto e di spese per manutenzione straordinaria.

Per ogni domanda i risultati sono espressi in termini di frequenze relative delle singole modalità di risposta, i quali sono calcolati come differenza fra le frequenze percentuali delle modalità favorevoli e di quelle sfavorevoli e forniscono indicazioni sintetiche dei fenomeni osservati.

Il clima di fiducia è un indicatore sintetico complessivo dell'inchiesta; può essere disaggregato sia nei climi economico e personale, sia, alternativamente, nei climi presente e futuro

L'indice del clima di fiducia e i quattro sub-indici sono destagionalizzati con il metodo TRAMO SEATS (metodo diretto). Con la stessa metodologia sono anche destagionalizzate le nove serie componenti la fiducia. Poiché l'aggiunta di una nuova informazione mensile consente una migliore valutazione delle diverse componenti delle serie, ogni mese i dati già pubblicati relativi agli ultimi anni sono soggetti a revisione.

I principali dati relativi agli indicatori del clima di fiducia e alla frequenza delle modalità di risposta sono pubblicati nelle serie storiche allegate; la diffusione di tutte le serie storiche disponibili avverrà in futuro tramite il *datawarehouse* I.Stat, mentre è al momento assicurata su richiesta diretta degli utilizzatori.

GLOSSARIO

Modalità di risposta: Le domande del questionario sono di tipo qualitativo ordinale chiuso, prevedono cioè una gamma predeterminata ed esaustiva di possibilità di risposta (da tre a cinque, con l'aggiunta della modalità non so/non risponde) del tipo: Molto alto (/molto favorevole /molto in aumento /aumenterà molto, ecc.); Alto (favorevole, in aumento, aumenterà); Stazionario(stabile, invariato, ecc.); Basso (sfavorevole, in diminuzione, diminuirà, ecc.); Molto basso (molto sfavorevole, molto in diminuzione, diminuirà molto, ecc.).

Saldo: consiste nella differenza fra le frequenze percentuali delle modalità favorevoli e quelle sfavorevoli e fornisce indicazioni sintetiche dei fenomeni osservati. I saldi possono essere *semplici* (le modalità sono aggregate senza ponderazione) o *ponderati* (attribuendo peso differente alle modalità estreme rispetto alle intermedie). Nell'indagine in oggetto si utilizzano i saldi ponderati con peso doppio per le modalità estreme.

Il *clima di fiducia* è elaborato sulla base di nove domande ritenute maggiormente idonee per valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori (e precisamente: giudizi e previsioni sulla situazione economica dell'Italia; previsioni sulla disoccupazione; giudizi e previsioni sulla situazione economica della famiglia; convenienza attuale e possibilità future del risparmio; convenienza all'acquisto di beni durevoli; giudizi sul bilancio familiare). I risultati delle nove domande, espressi in forma di saldi ponderati su dati grezzi, sono aggregati tramite media aritmetica semplice; il risultato è poi riportato a indice (in base 1980).

Il *clima economico* è costruito come media aritmetica semplice dei saldi ponderati relativi a tre domande (giudizi e previsioni sulla situazione economica dell'Italia, previsioni sulla disoccupazione). Il *clima personale* è calcolato come media delle rimanenti sei domande componenti il clima di fiducia (giudizi e previsioni sulla situazione economica della famiglia; convenienza attuale e possibilità future del risparmio; convenienza all'acquisto di beni durevoli; bilancio finanziario della famiglia). Il *clima corrente* è calcolato come media delle domande relative ai giudizi (situazione economica dell'Italia e della famiglia; convenienza attuale del risparmio e acquisto di beni durevoli; bilancio finanziario della famiglia); il *clima futuro* come media delle previsioni (situazione economica dell'Italia e della famiglia; disoccupazione; possibilità future di risparmio). Tutte le serie sono espresse come numero indice espresso in base 1980.

Le *ripartizioni* considerate comprendono, rispettivamente, le seguenti regioni:

Nord-ovest: Piemonte, Val d'Aosta, Liguria, Lombardia.

Nord-est: Emilia-Romagna, Veneto, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia.

Centro: Toscana, Marche, Umbria, Lazio.

Mezzogiorno: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna.