

Nota metodologica

L'indagine congiunturale sul clima di fiducia dei consumatori viene svolta mensilmente dal 1982 sulla base di uno schema metodologico armonizzato a livello europeo. Sino al mese di dicembre 2010 l'indagine è stata condotta dall'Isae (Istituto di studi e analisi economica). Dal mese di gennaio 2011 è gestita dall'Istat, in continuità con le metodologie adottate in precedenza.

La raccolta dei dati mensili avviene nei primi 10 giorni lavorativi del mese di riferimento. La rilevazione è effettuata attraverso interviste telefoniche svolte con la tecnica Cati (Computer assisted telephone interviewing).

A partire dal mese di giugno 2013 sono state introdotte innovazioni riguardanti il campione e le tecniche di rilevazione che potrebbero causare discontinuità nel confronto con i risultati dell'indagine relativi ai mesi precedenti.

Il campione, di numerosità pari a circa 2.000 unità, è casuale, a due stadi (abbonati al telefono, consumatori), proporzionale all'universo della popolazione residente italiana adulta al 1° ottobre 2012, stratificato per ripartizione geografica e ampiezza dei comuni di residenza. La lista utilizzata è costituita dall'elenco degli abbonati telefonici; 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 contribuisce alla formazione del reddito, anche in termini non monetari, della famiglia di appartenenza. La tecnica di selezione è di tipo sistematico casuale nel primo stadio e per quote nel secondo.

Il questionario per l'intervista telefonica comprende, oltre ad alcune informazioni strutturali e sui redditi familiari, domande di tipo prevalentemente qualitativo, caratterizzate da tre o 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 nella forma di giudizi riguardanti il recente passato (i precedenti dodici mesi) oppure nella forma di attese sull'evoluzione futura a breve termine (nei successivi dodici mesi). In dettaglio l'indagine comprende domande mensili sui seguenti aspetti: giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia; attese sulla disoccupazione; giudizi e attese sulla situazione economica della famiglia; giudizi sul bilancio familiare; giudizi e attese sull'andamento dei prezzi; opportunità attuale e futura di risparmio; opportunità attuale e intenzioni future di acquisto di beni durevoli. Il questionario è armonizzato a livello europeo, ma sono presenti anche domande orientate a soddisfare necessità informative nazionali. In particolare l'indagine presenta una sezione specifica per l'analisi delle condizioni di accesso al credito da parte dei cittadini. Trimestralmente (a gennaio, aprile, luglio e ottobre) sono rilevate anche le intenzioni di acquisto di un'autovettura, le intenzioni di acquisto e le spese per manutenzione straordinaria dell'abitazione.

Per ogni domanda i risultati sono espressi in termini di frequenze relative delle singole modalità di risposta e di saldi, calcolati come differenza fra le frequenze percentuali delle modalità favorevoli e di quelle sfavorevoli.

Il clima di fiducia è un indicatore sintetico complessivo dei risultati dell'indagine ed è finalizzato a valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori italiani; esso può essere disaggregato sia nei climi economico e personale, sia, alternativamente, nei climi presente e futuro. Tutti gli indicatori del clima di fiducia sono espressi come numeri indici in base 2005=100.

In coincidenza con la diffusione dei dati dell'indagine nella banca dati I.Stat, nel mese di ottobre 2011, è stata operata una lieve revisione retrospettiva delle serie storiche. Con l'occasione è stata anche effettuata una verifica approfondita delle caratteristiche di stagionalità delle diverse serie prodotte. I risultati dell'analisi hanno condotto a escludere la presenza di effetti stagionali sistematici per alcune di esse, che vengono, quindi, diffuse solo in forma grezza. L'indice del clima di fiducia, nonché alcune delle nove serie componenti, presentano effetti stagionali identificabili e sono pertanto destagionalizzate con il metodo Tramo-Seats, che viene applicato a ciascuna serie separatamente (metodo diretto). Poiché la disponibilità di nuove informazioni mensili consente una migliore valutazione delle diverse componenti delle serie, ogni mese i dati destagionalizzati già diffusi sono soggetti a revisione.

Diffusione dei dati:

I principali indicatori del clima di fiducia dei consumatori sono diffusi nelle tavole allegate. Le serie storiche complete sono disponibili nella banca dati I.Stat, accessibile dal sito dell'Istituto (<http://dati.istat.it/>) con la seguente disponibilità:

Climi di fiducia grezzi dal gennaio 1995 per totale Italia e per ripartizione territoriale

Climi di fiducia destagionalizzati dal gennaio 1996 per totale Italia e per ripartizione territoriale

Saldi mensili grezzi da gennaio 1982 per il totale e da gennaio 1995 per ripartizione territoriale

Saldi mensili destagionalizzati per il totale Italia da gennaio 1996

Saldi mensili grezzi per classi di età per totale da gennaio 1982, per classi di età dal 1995

Saldi mensili grezzi per sesso per totale dal gennaio 1982, per sesso da gennaio 1995

Saldi mensili grezzi per livello di istruzione per totale dal gennaio 1982, per livello di istruzione dal gennaio 1995

Saldi mensili grezzi per condizione professionale per totale da gennaio 1982, per condizione professionale da gennaio 1995

Modalità domande mensili grezze per totale Italia dati grezzi da gennaio 1982

Domande trimestrali relative alle previsioni di spesa dati grezzi per totale Italia da gennaio 2006

Domande trimestrali relative alle previsioni di spesa dati grezzi per totale Italia dal gennaio 1995 al dicembre 2005