



## Comunicato stampa

Data

1 febbraio 2022

---

# L' aumento dei prezzi si ripercuote sulla fiducia dei consumatori

**Secondo il sondaggio di gennaio, la fiducia dei consumatori si è leggermente indebolita: da un lato le prospettive generali dell'economia sono valutate in modo meno positive e dall'altra l'aumento dei prezzi pesa sempre di più sulla propensione all'acquisto.**

Dopo due trimestri molto positivi l'indice della fiducia dei consumatori a gennaio 2022 (-4 punti) ritorna nella media a lungo termine (-5 punti).

I nuclei familiari svizzeri sono molto meno ottimisti sullo sviluppo economico dei prossimi dodici mesi, anche se con 21 punti il relativo indice parziale rimane nettamente al di sopra della media a lungo termine (-9 punti): gli interpellati si attendono che l'attuale ripresa economica prosegua il suo corso. Anche la situazione del mercato del lavoro viene percepita come favorevole: l'indice parziale sulla sicurezza degli impieghi continua anch'esso a migliorare in maniera marcata e, con -59 punti, rientra per la prima volta dall'inizio della pandemia nella media a lungo termine. Allo stesso modo, anche i dati sulla disoccupazione dovrebbero registrare un andamento favorevole nei prossimi dodici mesi.

Nonostante le prospettive siano nel complesso positive, per quanto riguarda la situazione finanziaria dei prossimi dodici mesi i consumatori si aspettano uno sviluppo leggermente inferiore alla media (-3 punti), stessa valutazione che riservano d'altronde alla situazione finanziaria dei mesi precedenti (-10 punti). Questa valutazione è probabilmente dovuta in particolare all'aumento dei prezzi al consumo, che riduce il potere d'acquisto delle famiglie svizzere. L'indice sull'evoluzione dei prezzi nei mesi passati (83 punti) risulta ancora più alto rispetto a ottobre 2021 (70 punti) e gli interpellati si aspettano un ulteriore aumento dei prezzi al consumo nei prossimi dodici mesi. Con un valore di 93 punti, il relativo indice parziale è ora chiaramente al di sopra della media a lungo termine (67 punti).

L'aumento dei prezzi potrebbe anche rendere i consumatori meno propensi a fare acquisti importanti. Il relativo indice parziale si situa a -23 punti rimanendo notevolmente al di sotto sia del livello pre-crisi sia della media a lungo termine di -7 punti.

**Per maggiori informazioni:**

Ronald Indergand, SECO, capo del settore Congiuntura, Direzione politica economica,  
+41 58 460 55 58

Simon Widmer, SECO, collaboratore scientifico, Direzione politica economica,  
+41 58 465 63 59

# Clima di fiducia dei consumatori

Allegato al comunicato stampa della SECO del 1 febbraio 2022<sup>1</sup>

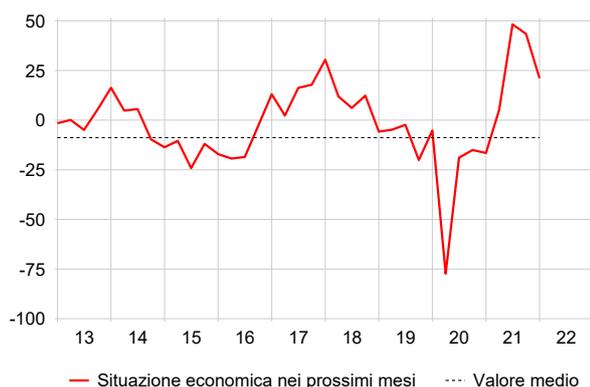
## Indice del clima di fiducia dei consumatori<sup>2</sup>

Calcolato in base ai quattro sottoindici seguenti

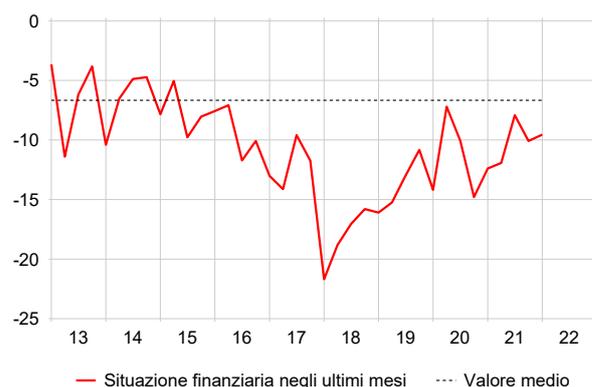


Trimestre	21:2	21:3	21:4	22:1
<b>Clima di fiducia</b>	<b>-6.5</b>	<b>7.6</b>	<b>3.5</b>	<b>-3.6</b>
Situazione economica futura	5.2	48.2	43.4	21.0
Situazione finanziaria passata	-11.9	-7.9	-10.1	-9.6
Situazione finanziaria futura	-6.0	2.6	-0.8	-3.2
Grandi acquisti	-13.3	-12.6	-18.5	-22.7

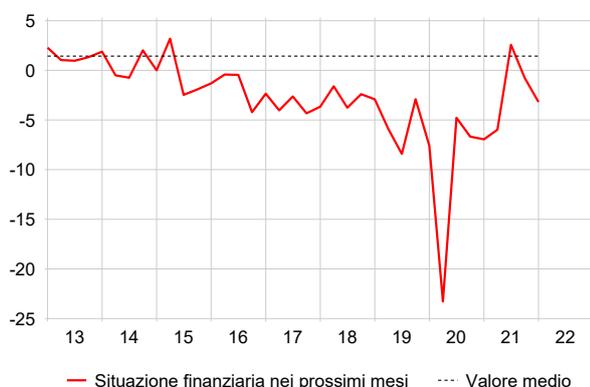
### Sottoindice 1: Situazione economica futura



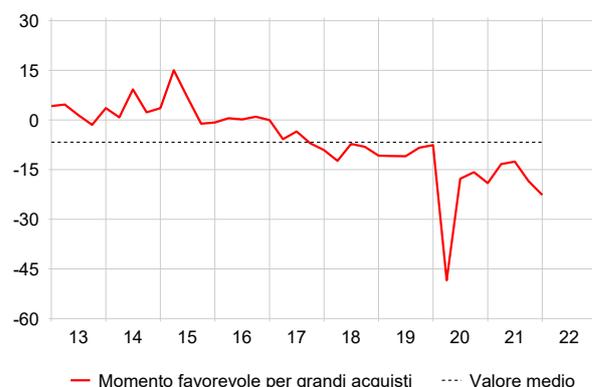
### Sottoindice 2: Situazione finanziaria passata



### Sottoindice 3: Situazione finanziaria futura



### Sottoindice 4: Grandi acquisti



<sup>1</sup> Il sondaggio viene effettuato nei mesi di gennaio, aprile, luglio e ottobre per telefono e online. All'ultimo sondaggio hanno partecipato 1358 persone di almeno 16 anni di età in tedesco, francese o italiano. I dati e maggiori informazioni sono disponibili su [www.seco.admin.ch/clima-consumatori](http://www.seco.admin.ch/clima-consumatori).

<sup>2</sup> Dati corretti per gli effetti stagionali e di calendario. I valori medi mostrati nei grafici si riferiscono al periodo a partire da ottobre 1972.