

# **CLIMA DI FIDUCIA ED ASPETTATIVE DELLE FAMIGLIE ITALIANE**

Roma, 22 luglio 2009

In una fase in cui il picco della crisi probabilmente è superato (collocabile nel secondo trimestre del 2009), aumentano le famiglie che guardano al futuro con ottimismo (il 56,8% contro il 52,4% di gennaio) anche se quasi un terzo rimane pessimista; il 43% del campione ha mantenuto lo stesso livello di consumi negli ultimi sei mesi, mentre per quasi il 44% le spese sono aumentate, soprattutto a causa degli aumenti relativi alle tariffe delle utenze domestiche. Rimane diffuso un comportamento prudente da parte delle famiglie che per fronteggiare la crisi ricorrono soprattutto ad un maggior risparmio (46,2%) o ad una riduzione dei consumi (25,8%) e che ritengono ancora alto il rischio di un aumento della disoccupazione (42,9%).

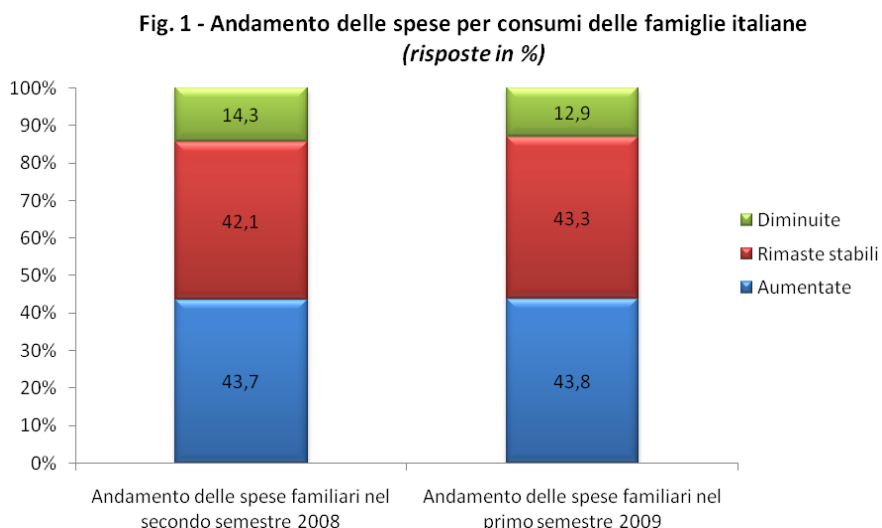
Il "sentiment" generale, dunque, nonostante il permanere di una situazione di difficoltà e di un diffuso senso di cautela, è quello di un leggero e graduale miglioramento del clima di fiducia delle famiglie associato ad un incremento delle previsioni di spesa per i prossimi mesi rispetto al passato che potrebbe indurre ad una modesta ma tangibile ripresa dei consumi dopo il periodo estivo: questi i principali risultati che emergono dall'indagine sul "clima di fiducia ed aspettative delle famiglie italiane" realizzata da Confcommercio in collaborazione con il Censis.

### I segnali di turbolenza si attenuano, ma l'uscita dalla crisi sarà complessa

Occorre scindere le analisi a seconda che si prenda in considerazione il passato più recente e le previsioni per l'immediato futuro.

Il confronto tra i dati rilevati nel secondo semestre 2008 e nel primo semestre 2009 indica una sostanziale stagnazione delle spese delle famiglie italiane (**fig. 1**) nella prima parte dell'anno. In particolare:

- per il 43,8% le spese nell'ultimo semestre sono aumentate e tra le prime giustificazioni di tale incremento è stato indicato l'aumento delle tariffe per le spese domestiche;
- per il 43,3% la spesa è stata grosso modo simile a quella del semestre precedente;
- quasi il 13% ritiene di avere ridotto le spese familiari.



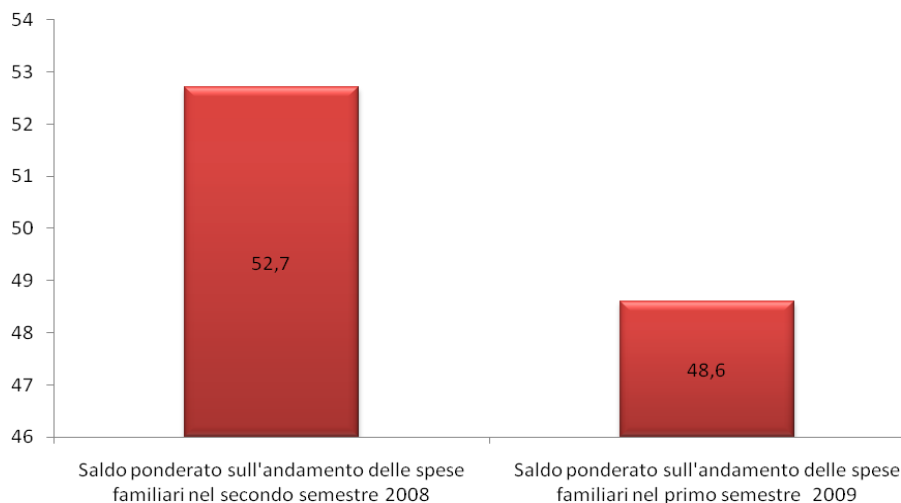
Fonte: indagine Censis-Confcommercio, 2009

Un confronto con i dati Istat e con le stime di Confcommercio tramite l'ICC sembra indicare che la quota di quasi il 44% di coloro che hanno dichiarato di avere incrementato i livelli di spesa

non ha avuto una forza tale da imprimere una crescita sostenuta dei consumi. Permane, viceversa, una larga fascia intermedia di consumatori (poco più del 43%) che ritiene di avere mantenuto stabili i propri consumi: si tratta, probabilmente, di una percentuale che conferisce quella sostanziale inerzia che da lungo tempo caratterizza i consumi in Italia e che sembra essersi acuita nell'attuale fase di crisi economica generale.

I saldi ponderati tra chi ha dichiarato di spendere di più e chi ha dichiarato di avere contratto le spese danno valori in calo tra quanto rilevato negli ultimi due semestri (**fig. 2**), il che induce a ritenere che anche le spese in valore si siano ulteriormente contratte.

**Fig. 2 - Saldo ponderato dell'andamento delle spese per consumi , (val. %)**



**Fonte: indagine Censis-Confcommercio, 2009**

Il maggiore disagio, rivelato dalla più diffusa riduzione delle spese per consumi, si riscontra nelle regioni del Centro, ma soprattutto al Sud (qui il 15% degli intervistati ha dichiarato di avere ridotto le proprie spese), tra le famiglie con figli e tra i monogenitori oltre che, ovviamente, tra le fasce più basse di reddito. In alcuni casi si tratta di maggiore propensione al risparmio dettato da un senso di prudenza, in altre situazioni di reali difficoltà economiche.

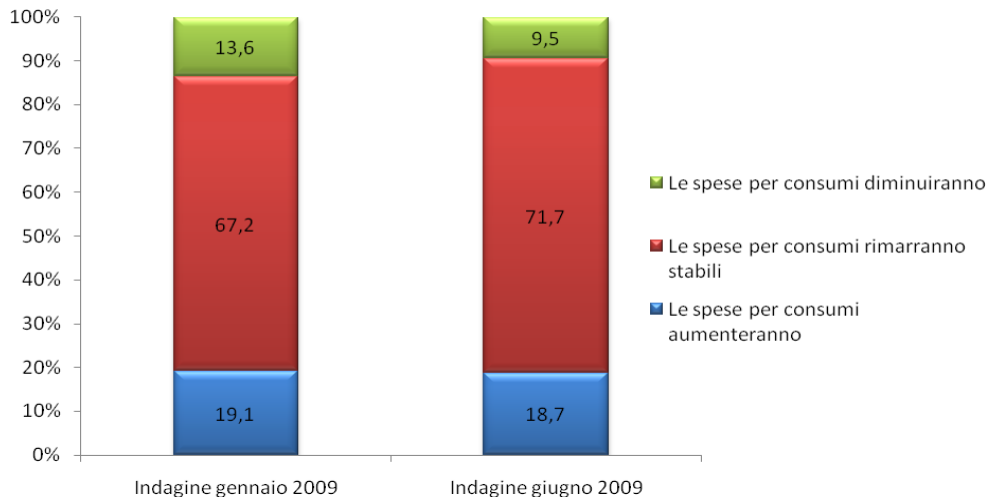
### **Segnali di disgelo per l'estate-autunno, con molte cautele**

Viceversa, se si guarda alle previsioni di spesa, si aprono alcuni spiragli. Sulla base di quanto rilevato a giugno 2009, per i prossimi mesi (**fig. 3**):

- il 18,7% ritiene che incrementerà complessivamente le proprie spese;
- ben il 71,7% ritiene di mantenerle sostanzialmente stabili;
- il 9,5% prevede una riduzione.

<sup>1</sup> Ottenuti come differenza tra la percentuale di chi ha dichiarato di avere aumentato i consumi e la percentuale di chi ha dichiarato di averli diminuiti. A ciascun item sono stati attribuiti i seguenti pesi: "Ho speso molto di più del semestre precedente; +2"; "Ho speso poco di più del semestre precedente; +1"; "Ho speso tanto quanto il semestre precedente; 0"; "Ho speso poco di meno del semestre precedente; -1"; "Ho speso molto di meno del semestre precedente; -2".

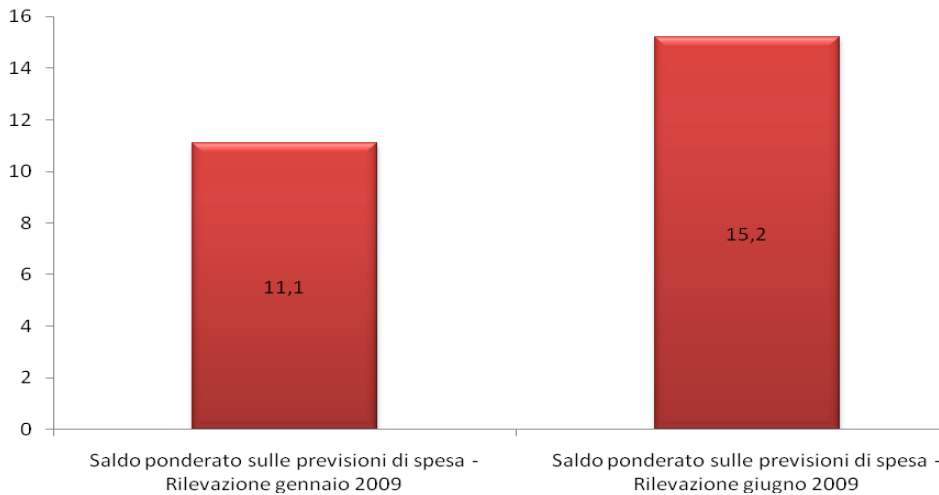
**Fig. 3 - Previsioni sull'andamento delle spese per consumi  
(risposte in %)**



**Fonte: indagine Censis-Confcommercio, 2009**

I relativi saldi ponderati<sup>2</sup> evidenziano, dunque, un incremento possibile delle spese rispetto al passato, il che potrebbe indicare una leggera ripresa delle spese per consumi nel periodo estivo ed autunnale rispetto a quanto rilevato per il primo semestre dell'anno (**fig. 4**).

**Fig. 4 - Saldo ponderato delle previsioni di spesa per consumi, (val. %)**



**Fonte: indagine Censis-Confcommercio, 2009**

Se i primi timidi segnali di miglioramento del clima di fiducia possono indicare un allentamento della crisi e possono spingere a stimare una flessione economica leggermente meno pesante (ma pur grave) delle principali proiezioni elaborate finora e che convergono verso una flessione intorno al 5%, occorre non sottovalutare ulteriori aspetti.

In primo luogo, nell'ormai prolungata fase di stagnazione divengono ancora più evidenti i fenomeni di sperequazione del reddito e delle disponibilità di spesa; ad un vasto numero di

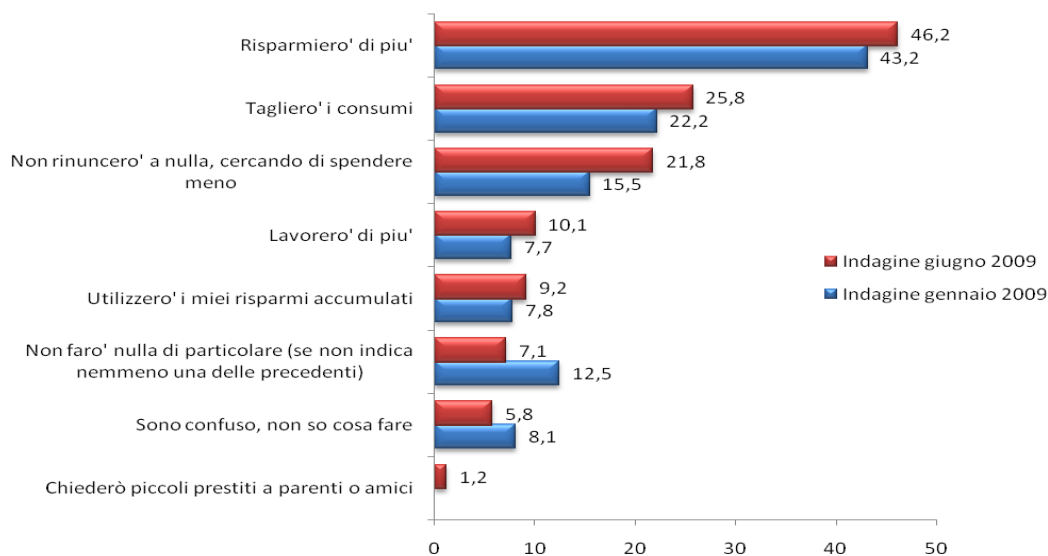
<sup>2</sup> Cfr. nota 1

famiglie che mantiene ancora al minimo la propensione ai consumi, corrisponde una minoranza con consistenti disponibilità di spesa, totalmente al riparo dalla fase recessiva in atto. Come indicato in precedenza, persistono situazioni di fragilità abbastanza evidenti.

Anche se il clima si va leggermente rasserenando rispetto a quanto si rilevava ad inizio anno, non è possibile immaginare una vera ripresa senza segnali di sostegno alle famiglie più chiari, visibili e concreti di quanto si è fatto finora. Occorre agire ormai aumentando la capacità di spesa, non solo tra le famiglie a basso reddito ma anche tra quelle a medio reddito. E se il Paese nel complesso ha retto all'onda d'urto dell'inverno di crisi - attraverso la propria diffusa capacità di adattamento e dando fondo alle risorse risparmiate in passato - occorre non sottovalutare un certo senso di smarrimento che ancora serpeggia (il 42,9% ritiene che la crisi economica avrà ancora effetti negativi sull'occupazione ed il 41,3% teme un ulteriore ridimensionamento della capacità di spesa delle famiglie).

La crescita dei consumi si prefigura interessante, visto i risultati deludenti degli ultimi trimestri, ma comunque limitata dal permanere di un diffuso senso di cautela da parte delle famiglie. Il 46,2% ritiene di doversi riparare dalla crisi economica attuale incrementando la propria capacità di risparmio, rinunciando a qualche spesa; quasi il 26% ritiene di dovere tagliare i consumi (il che definisce situazioni di difficoltà). Naturalmente vi è anche chi ha un atteggiamento più positivo e propositivo rispetto alle difficoltà generali ed ha dichiarato che non rinuncerà a nulla cercando di fruire maggiormente di offerte speciali e risparmiando in altri modi sul prezzo di vendita dei prodotti, ma si tratta del 21% degli intervistati (**fig. 5**), così come appare positivo l'incremento della percentuale di coloro che dichiarano di voler lavorare di più per far fronte alla fase di recessione.

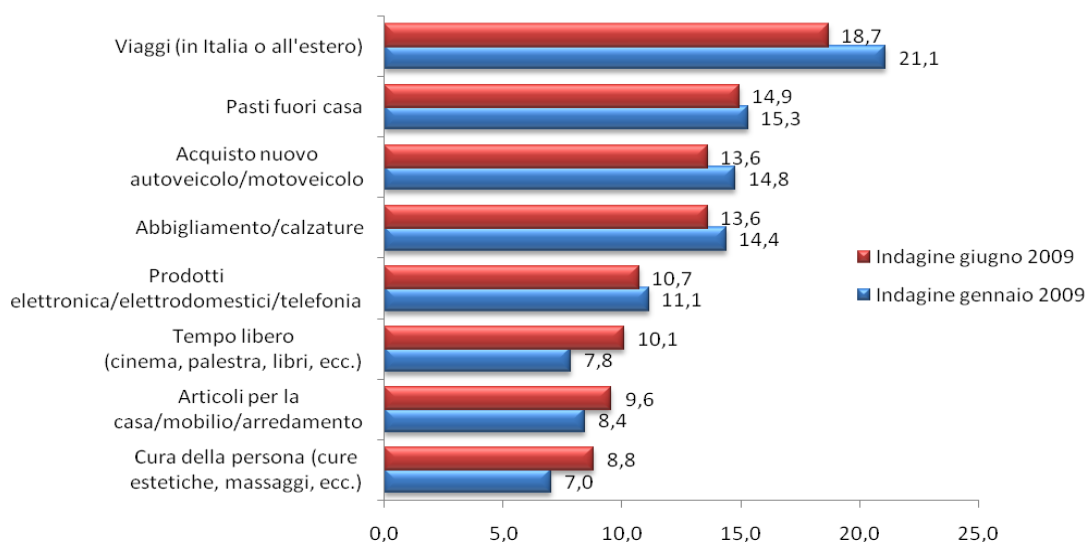
**Fig. 5 - Comportamenti messi in atto a causa dell'attuale crisi economica**  
(risposte in %)



Fonte: indagine Censis-Confcommercio, 2009

Che il clima sia leggermente cambiato, tanto da ritenere che nella fase estiva qualche elemento di dinamismo nelle spese delle famiglie si potrebbe registrare, è confermato da ulteriori dati. Rispetto a quanto rilevato a gennaio scorso, oggi si è ridotta la percentuale di persone che rinunciarebbe a spese non necessarie, come i viaggi, i pasti fuori casa, l'acquisto di un nuovo autoveicolo, abbigliamento e calzature, prodotti di elettronica (**fig. 6**).

**Fig. 6 - Se si dovessero ridurre le "spese libere" cosa si taglierebbe?  
(risposte in %)**



Fonte: indagine Censis-Confcommercio, 2009

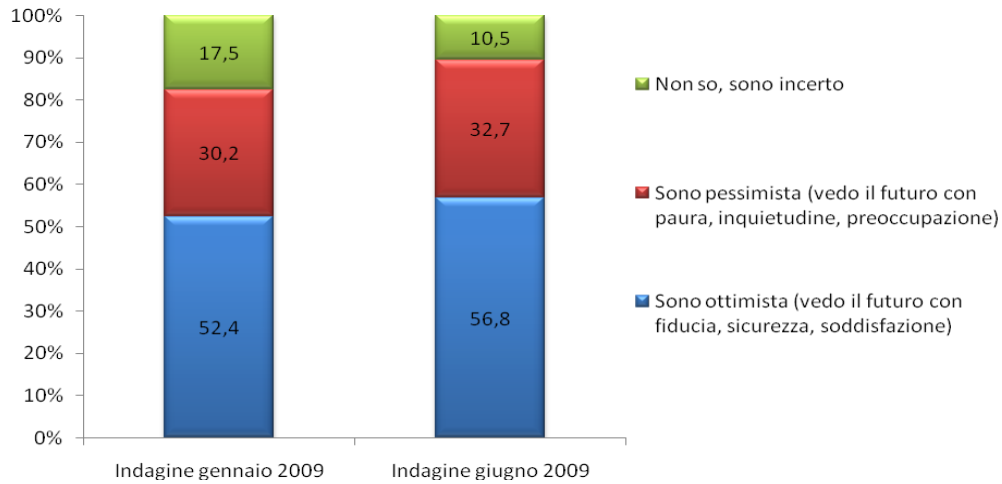
### Clima di fiducia in chiaro-scuro

La rilevazione effettuata nel mese di giugno riporta un leggero miglioramento del clima di fiducia, quasi che un numero crescente di famiglie, pur con estrema prudenza, ritenga che la fase più acuta della recessione sia stata superata. Come più volte sottolineato, ciò potrebbe portare ad una leggera ripresa di tono dei consumi, ma in una misura assai modesta. La ripresa, per gli italiani, appare pertanto ancora lontana.

Diversi sono i segnali positivi registrati a giugno rispetto a quanto si è rilevato con una precedente indagine a gennaio 2009, ma occorre soppesare tutti gli elementi disponibili.

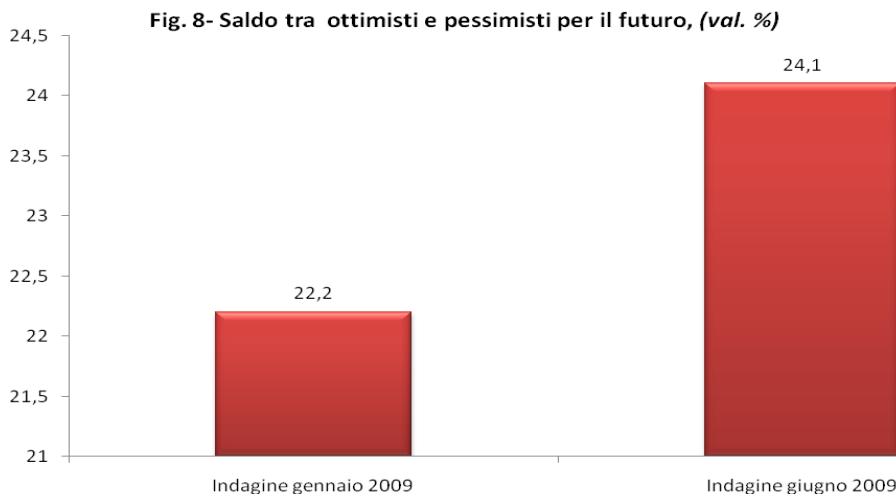
Un primo dato confortante è che la percentuale di ottimisti è passata dal 52,4% degli inizi dell'anno al 56,8% attuale. Si tratta di un balzo di 4 punti, guadagnati da chi si dichiarava incerto. Il numero dei pessimisti è anche esso aumentato ma di poco, attestandosi al 32,7% (**fig. 7**). La situazione resta dunque difficile, ma l'ottimismo più diffuso che nel passato, potrebbe essere foriero di un leggero miglioramento della situazione generale rispetto ai mesi precedenti. Detto in altri termini, la situazione resta difficile, ma forse con una decrescita più contenuta di quanto non sia stato stimato fino ad oggi.

**Fig. 7 - La visione del futuro  
(risposte in %)**



**Fonte: indagine Censis-Confcommercio, 2009**

Il saldo tra ottimisti e pessimisti mette meglio in evidenza questo miglioramento della fiducia delle famiglie (**fig. 8**).



**Fonte: indagine Censis-Confcommercio, 2009**

La quota più elevata di ottimisti si riscontra, ancora una volta, nelle regioni settentrionali, tra le coppie con figli e nei nuclei familiari con reddito medio-alto.

### **Nota metodologica**

*L'indagine è stata effettuata nel mese di giugno 2009 su un campione di 1.300 famiglie stratificate per macro-area geografica di residenza, ampiezza demografica del comune di residenza, età della persona di riferimento e tipologia familiare. Le interviste sono state somministrate per via telefonica con metodo CATI.*