



C E N S I S



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

OUTLOOK DEI CONSUMI

Clima di fiducia e aspettative delle famiglie italiane

Roma, 18 Aprile 2012

L'outlook in sintesi

Clima di fiducia in calo, ridotte capacità di risparmio e spese obbligate in aumento, definiscono un quadro congiunturale molto difficile.

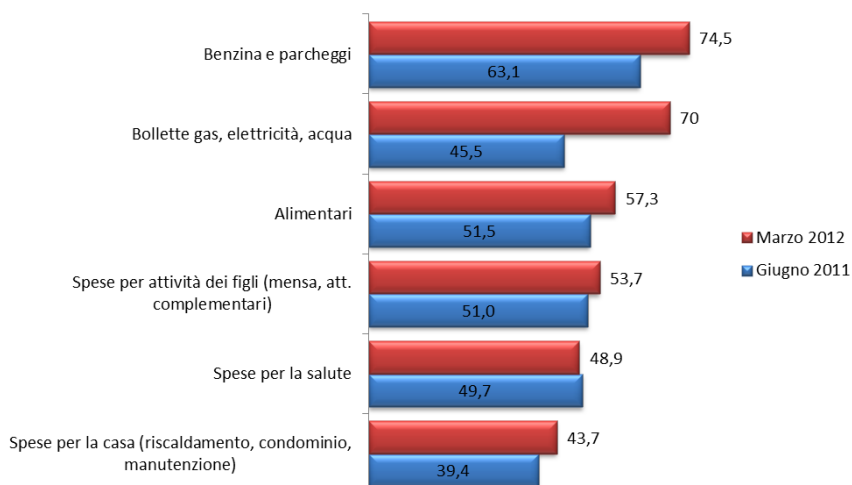
Nei primi mesi del 2012 appare quasi impossibile prevedere una ripresa effettiva dei consumi già da lungo tempo in una fase stagnante. La pressione fiscale in aumento ed i prezzi ormai fuori controllo dei prodotti energetici e delle utenze domestiche non fanno altro che accelerare la recessione in atto diffondendo un clima di insicurezza per il futuro in molte famiglie a basso reddito e spingendo ad un atteggiamento di forte cautela anche le famiglie con buone o elevate possibilità di spesa.

Ecco, in sintesi, i principali risultati dell'Outlook Censis-Confcommercio realizzato a marzo 2012:

- ❖ Più del 70% delle famiglie ha dichiarato di avere incrementato le proprie spese per carburanti ed un ulteriore 70% lamenta maggiori spese per le utenze domestiche (Fig. 1). E' sempre più diffusa la sensazione di un incremento dei prezzi delle *spese obbligate*, che spinge in alto la spesa delle famiglie, riducendo in realtà il reddito disponibile.
- ❖ Meno del 10% delle famiglie è riuscito a risparmiare, nel corso degli ultimi sei mesi, una parte delle entrate familiari; era il 28% a metà del 2011. Si diffonde sempre di più la sensazione di spendere tutto o quasi tutto ciò che si guadagna: è di questa opinione quasi l'80% delle famiglie contattate ed era il 53% a metà del 2011 (Fig. 2).
- ❖ In questo contesto di incertezza si diffonde un atteggiamento di moderazione e di contenimento delle spese (Fig. 3): l'87% delle famiglie contattate ha riorganizzato le spese alimentari optando sempre più frequentemente per le offerte speciali e prodotti meno costosi, il 78% riduce pranzi e cene fuori casa, il 63% ha ridotto gli spostamenti in auto o scooter per cercare di risparmiare sul consumo di benzina, il 40% ha rinunciato alle spese per abbigliamento e calzature. Il quadro che emerge non è quello di un Paese impoverito, ma più oculato nelle spese, il che ovviamente non aiuta ad uscire dalla spirale di bassa crescita in cui il Paese si trova da lungo tempo.
- ❖ Le previsioni di spesa delle famiglie sono, pertanto, ridotte al minimo; non più del 5% degli intervistati prevede di effettuare a breve l'acquisto di un elettrodomestico, o l'acquisto di nuovi mobili per la casa o interventi di ristrutturazione dell'abitazione (Fig. 4). Tale quota è la più bassa registrata negli ultimi anni. Molte sono, viceversa, le famiglie che per il momento procrastinano spese che erano in programma fino a poche settimane fa.
- ❖ Il clima di fiducia risulta, nei primi mesi dell'anno, ulteriormente deteriorato rispetto a quanto si rilevava a metà del 2011, in una fase già di diffuso scoraggiamento tra le famiglie italiane: diminuiscono di 5 punti percentuali le famiglie che guardano con ottimismo il futuro ed aumentano di 6 punti le famiglie pessimiste (Fig. 5). La quota di ottimisti è la più bassa degli ultimi tre

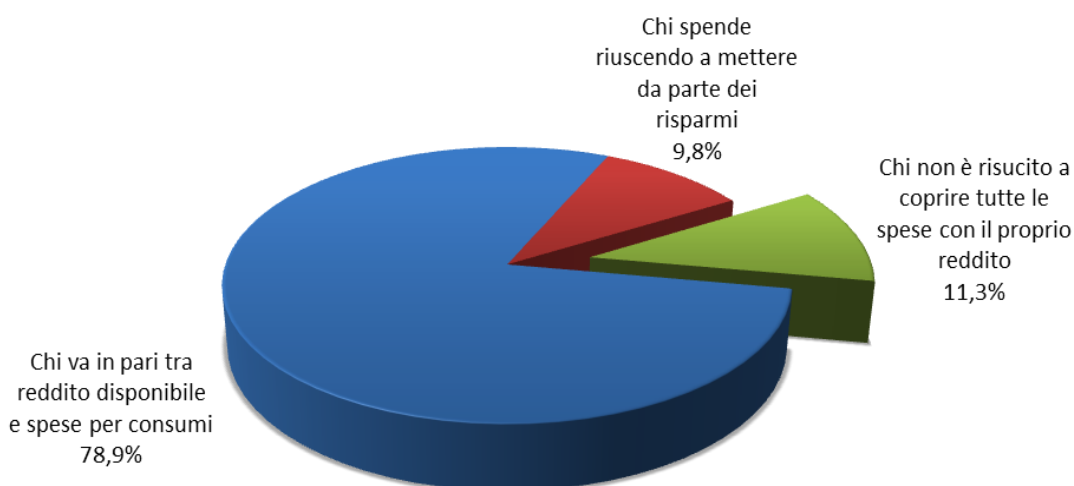
anni. Molto diffusa, inoltre è l'idea che le misure più recenti varate dal Governo abbiano un effetto depressivo sulla capacità di spesa delle famiglie: il 61% degli intervistati ritiene che nel 2012 starà peggio rispetto al 2011, appena il 20% ritiene che disporrà di meno denaro a causa del maggiore livello di tassazione, ma che i sacrifici saranno utili al Paese ed il 19% ha indicato che non migliorerà né peggiorerà rispetto a prima.

Fig. 1 - % di famiglie che segnalano un aumento delle seguenti voci di spesa



Fonte: Indagine Censis-Confindustria, 2012

Fig. 2 - Chi ha coperto le spese per consumi con il proprio reddito e chi non è riuscito a farlo negli ultimi 6 mesi



Fonte: Indagine Censis-Confindustria 2012

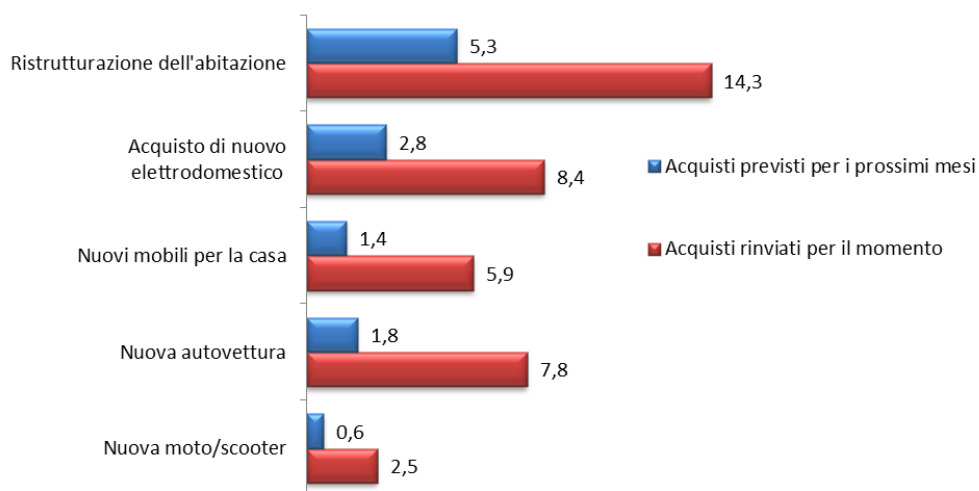
Fig. 3 – Comportamenti di consumo messi in atto negli ultimi mesi dalle famiglie (risposte in %)



Fonte: Indagine Censis-Confcommercio, 2012

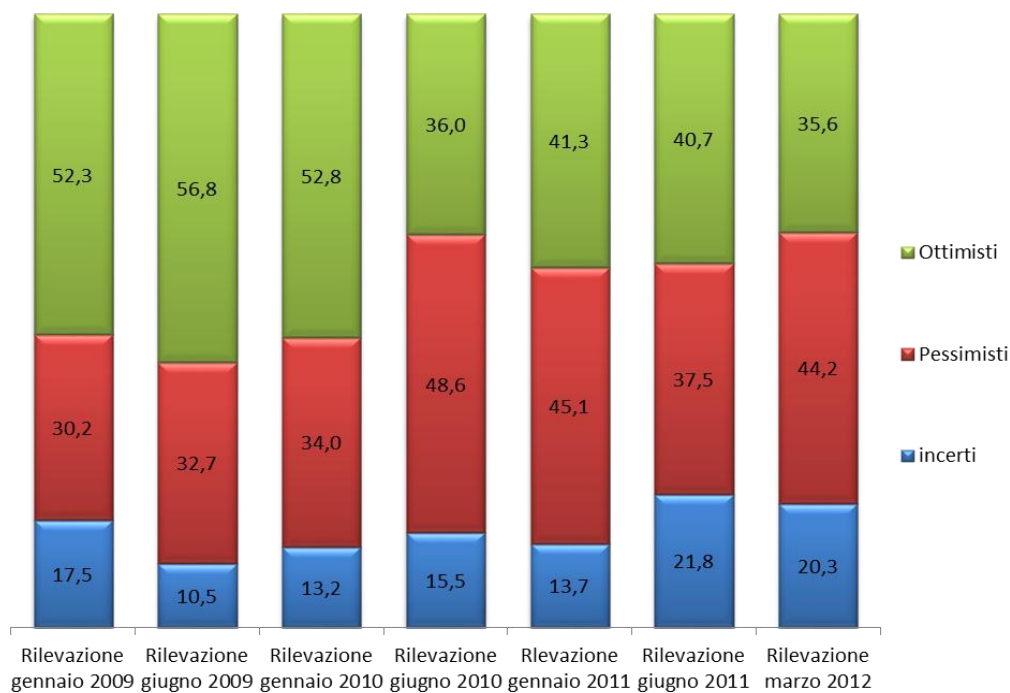
Fig. 4 - Previsioni e rinvii di spesa

Fig. 6 - Previsioni di spesa e rinvii di spesa (risposte in %)



Fonte: Indagine Censis-Confcommercio, 2012

Fig. 5 – La visione del futuro



Fonte: Indagine Censis-Confcommercio, 2012

Nota

L'indagine è stata effettuata su un campione di 1.200 famiglie stratificate per macro-area di residenza, per ampiezza demografica del comune di residenza, per età del capofamiglia e tipologia familiare.

La rilevazione è stata svolta nel corso delle ultime due settimane di marzo 2012 attraverso la somministrazione di un questionario a risposte chiuse per via telefonica con metodo CATI.