

Eurispes: anno da dimenticare per l'Italia

Pubblicato: Giovedì 26 Gennaio 2012



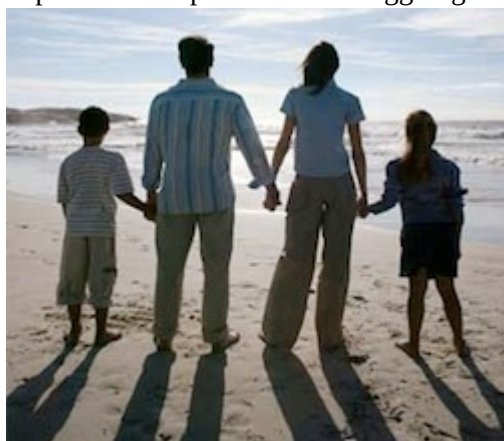
Un anno da dimenticare per l'Italia sul piano delle condizioni economiche per le famiglie. Lo svela uno **studio di Eurispes** condotto su **1.090 cittadini intervistati tra il 20 dicembre 2011 e il 5 gennaio 2012**. Lo studio tocca diversi punti, dalla fiducia nelle istituzioni, al problema etico e del consumismo. Ma sul piano economico la fotografia che ne emerge è preoccupante.

La situazione economica del Paese, secondo il 67% degli italiani, è nettamente peggiorata negli ultimi dodici mesi; si tratta del dato più “nero” registrato dalle rilevazioni dell'Eurispes dal 2004, e in forte aumento (+15,2%) rispetto a quanto emerso lo scorso anno. La constatazione di un netto peggioramento della situazione economica dopo aver subito un drastico calo nel 2007, quando si registravano solo il 27,8% di giudizi negativi rispetto ad un andamento medio di oltre il 45% tra il 2004 e il 2005, ha seguito un trend crescente (37,6% nel 2008; 47,1% nel 2010; 51,8% nel 2011; 67% nel 2012). Allo stesso tempo, la quota di quanti ritengono la situazione peggiorata, ma di poco, diminuisce passando dal 29,8% del 2011 al 26,6% di quest'anno. In drastico ribasso anche il numero di quanti indicano che negli ultimi dodici mesi l'economia del Paese si sia mantenuta sostanzialmente stabile (12,4% nel 2011 contro il 3,9% nel 2012). Coloro che pensano che il Paese abbia migliorato (poco o tanto) la propria economia, nel corso degli ultimi dodici mesi, sono solamente l'1,4%, un dato mai riscontrato con tale pochezza: erano il 3,7% dodici mesi fa, quasi il 6% nel 2010, il 7,4% nel 2004, per non parlare del 14,2% del 2007.

La speranza non è nel miglioramento, ma almeno nella stabilità. I cittadini italiani non nascondono le preoccupazioni per il prossimo anno: solo il 6,1% pensa che la situazione economica migliorerà, a fronte di un 56,6% che pronostica un peggioramento, mentre il 26,9% si attende una condizione di stabilità. Desto'impressione il ricordare che solo cinque anni fa oltre un terzo del campione prevedeva un miglioramento nella condizione economica per l'anno successivo. La condizione economica delle famiglie. Dalla situazione economica del Paese alla propria condizione materiale il passo è breve: inevitabilmente la condizione economica del Paese viene considerata una premessa logica della salubrità o insalubrità delle proprie finanze.



I tre quarti del campione (74,8%) hanno infatti testimoniato un peggioramento della propria situazione economica durante gli ultimi dodici mesi, in un'equa ripartizione tra "forte" e "lieve" peggioramento. Rispetto alle classi d'età sono i più anziani ad indicare un deterioramento della propria condizione economica oltre la media, nel corso dell'ultimo anno: 81,5% rispetto al 74,8%. Italiani alle prese con la contrazione del reddito. **Oltre un quarto del campione (26,2%) ha chiesto negli ultimi tre anni un prestito bancario che è stato attivato per soddisfare esigenze di base:** ai primi posti si collocano il mutuo per l'acquisto della casa (41,9%) e il pagamento di debiti accumulati (33,1%). Quest'ultima indicazione, unita alla quella relativa del debito contratto per saldare prestiti con altre banche o finanziarie (20,9%), testimonia il rischio della moltiplicazione del debito familiare secondo modalità usuarie: si apre un mutuo per pagare un debito pregresso, entrando in un circolo mefitico potenzialmente letale. Inoltre, nel 13,6% dei casi il prestito è stato chiesto per sostenere i costi di matrimoni, cresime o battesimi, mentre nell'9,8% è servito a coprire le spese mediche e solo nel 2,8% è stato utilizzato per poter andare in vacanza. Quando si parla di prestiti bancari è bene precisare che spesso non si tratta di cifre astronomiche: oltre il 35% di chi ha ammesso di aver chiesto un prestito negli ultimi tre anni non ha superato l'importo di 10mila euro, mentre solo il 18% ha sfiorato i 100mila euro. **Quasi la metà delle famiglie italiane (48,5%) è costretta a usare i risparmi per arrivare a fine mese,** e comunque incontra qualche difficoltà a superare la fatidica "quarta settimana" (45,7%), mentre il 27,3% dichiara di non arrivare a fine mese. Oltre il 70% riferisce di non riuscire a risparmiare, contro il 15,7% di quanti riescono a mettere da parte del denaro; un quarto (24,9%), inoltre, ha difficoltà a pagare la rata del mutuo e quasi un quinto (18,6%) ha lo stesso problema con il canone di affitto. Risparmio, addio. La quota di quanti ritengono di poter "certamente" risparmiare, nei prossimi dodici mesi, è inferiore al 5%, mentre quelli che pensano "probabilmente" di riuscire a mettere da parte una porzione di reddito arrivano al 13,1%. Per il 38,2% è probabile che non ci sarà possibilità di risparmio e le indicazioni di assoluta certezza dell'impossibilità di non poter risparmiare nei prossimi mesi raggiungono il 34,8%.



I consumi delle famiglie. Oltre i tre quarti degli italiani (73,6%) hanno avvertito ("molto" 28% e "abbastanza" 45,6%) una perdita del proprio potere di acquisto, nel corso del 2011. In una fase di contrazione dei consumi, in seguito alla crisi economica, gli italiani tendono a tagliare le spese superflue e i piccoli/grandi lussi della quotidianità: rispetto alla rilevazione dello scorso anno aumenta il numero di quanti tagliano le spese per i regali (dal 77,8% del

2011 all'82,7% del 2012, +4,9%) e per viaggi o vacanze (dal 70% al 72,2%). L'acquisto dei prodotti in saldo (75,4%; nel 2011 74,5%) e di abbigliamento in punti vendita più economici (73,4; nel 2011 71,3%) sono altre strategie anti-crisi largamente diffuse. Una tendenza al risparmio sembra coinvolgere anche i prodotti alimentari, anche se, rispetto allo scorso anno, si registra una lieve inversione di rotta per gli acquisti nei discount (da 55,6% al 52,1% di quest'anno) e per il cambio di marca di un prodotto alimentare se più conveniente (dal 67,8% al 65,9%).

Infine, **le spese per il tempo libero** hanno subito una riduzione nel 67,2% dei casi e quelle per i pasti fuori casa nel 68% dei casi. Non manca chi ha preferito rivolgersi al mercato dell'usato per i propri acquisti (21,5%) e sono in molti (32,9%) a cercare sconti e promozioni online. Quasi tre quarti degli intervistati (73,1%) limita le uscite fuori casa; il 56,7% sostituisce la pizzeria con le cene casalinghe in compagnia degli amici e una percentuale pressoché identica rimpiazza il biglietto del cinema con il dvd (oppure guarda il film in streaming su Internet). La crisi economica fa guadagnare tempo allo stare in famiglia, come ha dichiarato il 67,9% degli intervistati (che diventano il 75,6% nelle Isole e il 76,2% nel Centro Italia). Quando si rivolgono alle bancarelle, i consumatori prediligono l'acquisto di prodotti per la casa, di abbigliamento e – in misura minore – di calzature e di prodotti alimentari, tralasciando completamente i cosmetici, considerati forse a rischio di contraffazione. Il canale di vendita privilegiato dai consumatori è la grande distribuzione organizzata (56,1%), seguita a distanza da discount (16,6%), negozi di vicinato (15,3%) e dai mercati diretti di vendita degli agricoltori (10,7%).

Il valore del made in Italy. Acquistando prodotti alimentari oltre due terzi dei consumatori (77,6%) privilegiano il made in Italy. Sono due terzi del totale (76,8%) quanti affermano di controllare l'etichettatura e la provenienza degli alimenti che acquistano. Quasi la metà (46,4%) compra spesso prodotti Dop, Igp, Doc. Meno di un terzo (30,7%) sceglie invece, al momento dell'acquisto, i prodotti alimentari più economici, indipendentemente dalla loro provenienza. La nettissima maggioranza degli italiani (79,4%), quando si parla di made in Italy, intende prodotti con materie prime, lavorazione e confezionamento italiani. Il 10,7% è convinto invece che le materie prime possano anche non essere italiane, purché lo sia la lavorazione, mentre per il 7,9% le materie prime devono essere italiane, ma lavorazione e confezionamento possono essere anche stranieri. Si ricorre alle rate soprattutto per l'acquisto dei beni durevoli. L'acquisto tramite rateizzazione, che ha interessato nell'ultimo anno oltre un quarto degli intervistati (25,8%), viene effettuato soprattutto per beni considerati "durevoli": elettrodomestici (49,2%), automobile (46,4%), pc e telefonini (25,6%), arredamento per la casa (28,9%), moto e scooter (14,4%); la necessità di accedere alla rateizzazione anche per far fronte a cure mediche costituisce, di contro, un aspetto inquietante e da tenere in conto nel momento in cui si procede all'ulteriore alleggerimento della sanità pubblica.

Lo specchio della crisi: i "Compro-Oro", la vendita di oggetti online e il rischio usura. Il combinato tra la restrizione dell'accesso al prestito bancario e la fiducia ai minimi storici verso gli istituti bancari hanno introdotto forme di prestito "informale" e hanno fatto proliferare nelle nostre città esercizi commerciali come i "Compro-Oro", ai quali si è rivolto, nell'ultimo anno, l'8,5% degli intervistati (Isole: 9,9%; Sud: 9,8%; Nord-Ovest: 8,5%; Nord-Est: 8,2% e Centro: 7,1%). In parallelo, la vendita di oggetti/beni attraverso canali di compravendita on line come eBay è stata utilizzata dal 12,4% degli intervistati. Molto preoccupante il dato relativo a quanti, non potendo accedere a prestiti bancari, si sono rivolti a privati (non parenti e né amici) per chiedere soldi in prestito: il 6,3%. Occorre inoltre considerare, che una domanda così diretta su un fenomeno sommerso come l'usura, raccoglie fisiologicamente sempre meno indicazioni di quelle reali.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it