



94^a GIORNATA MONDIALE DEL RISPARMIO

31 OTTOBRE 2018

Sotto l'Alto Patronato
del Presidente della Repubblica

**ETICA DEL RISPARMIO
E SVILUPPO**

➤	<i>Premessa</i>	3
➤	<i>Introduzione</i>	4
➤	<i>Metodologia</i>	5
➤	<i>Caratteristiche del campione</i>	6
➤	Il Futuro dell'economia personale e globale	10
➤	L'Europa e l'Euro	49
➤	Il Risparmio: ultimi 12 mesi e attese per i prossimi 12 ...	64
➤	La Relazione tra risparmio e investimento	81
➤	Etica del risparmio e sviluppo.....	100
➤	I Consumi	122
➤	<i>In Sintesi</i>	142

- ✓ Acri è l'associazione che rappresenta collettivamente le Fondazioni di Origine Bancaria e le Casse di Risparmio Spa;
- ✓ Il 31 Ottobre Acri celebra la 94a *Giornata Mondiale del Risparmio*: in questa occasione vengono presentati i risultati di un'indagine di opinione effettuata presso un campione di popolazione italiana adulta;
- ✓ Acri ha condotto un analogo monitoraggio negli ultimi 18 anni;
- ✓ L'argomento della Giornata Mondiale del Risparmio 2018 è: *“Etica del risparmio e sviluppo”*

Per il diciottesimo anno consecutivo Acri, l'Associazione che rappresenta collettivamente le Fondazioni di origine bancaria e le Casse di Risparmio Spa, in occasione della Giornata Mondiale del Risparmio presenta un'indagine sugli Italiani e il Risparmio, realizzata in collaborazione con Ipsos.

I principali risultati sono suddivisi in due macroaree: la prima, comune a tutte le rilevazioni (dal 2001 al 2018), che consente di delineare quali siano oggi l'atteggiamento e la propensione degli Italiani verso il risparmio, evidenziando i cambiamenti rispetto al passato; la seconda focalizzata sul tema specifico della Giornata, che quest'anno è "Etica del risparmio e sviluppo".

L'indagine è stata realizzata, nella penultima settimana di settembre, tramite interviste telefoniche con **tecnologia Cati** – Computer Aided Telephone Interviews – ed è stata arricchita di alcuni dei risultati delle indagini congiunturali prodotte dall'Istat e di altre indagini condotte da Ipsos nel 2018.

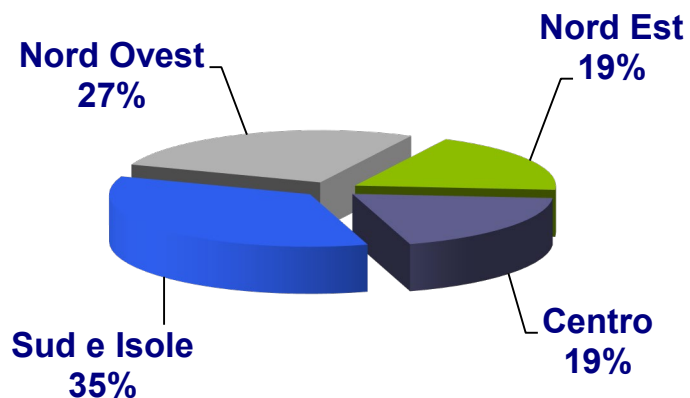
Sono state svolte circa 1.000 interviste, presso un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta, stratificato in base ai seguenti criteri: area geografica e ampiezza del centro, sesso ed età. In corso di elaborazione i risultati sono stati ponderati al fine di riprodurre fedelmente l'universo di riferimento.

- **METODOLOGIA:**
 - ✓ CATI - Computer Aided Telephone Interviews
- **UNIVERSO DI RIFERIMENTO:**
 - ✓ Individui rappresentativi della popolazione adulta italiana di 18 anni ed oltre, stratificati in base ai seguenti criteri:
 - sesso
 - età
 - titolo di studio
 - area geografica
 - ampiezza del comune di residenza
- **CAMPIONE:**
 - ✓ 990 interviste
- **PERIODO DI FIELDWORK:**
 - ✓ 20 Settembre - 23 Settembre 2018
- **MARGINE DI ERRORE STATISTICO:**
 - ✓ compreso tra +/- 0.6% e +/- 3.1%

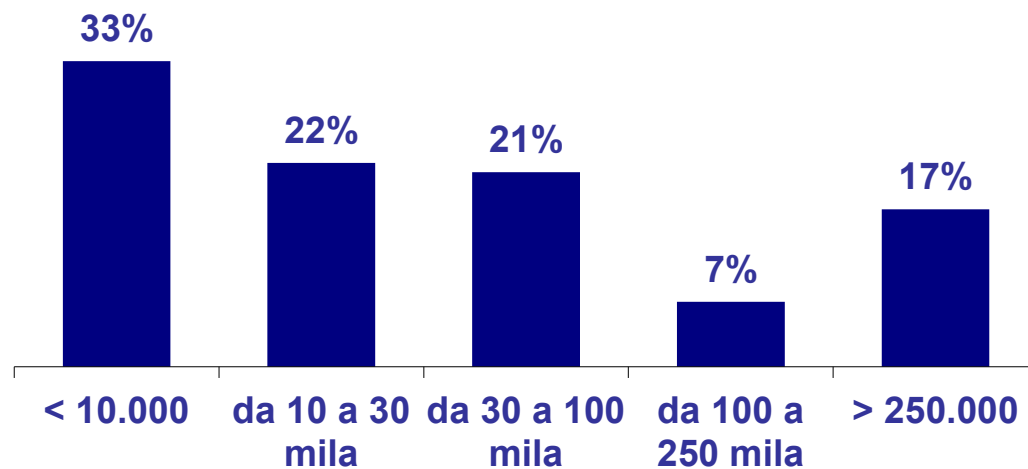


Caratteristiche del campione

Area geografica



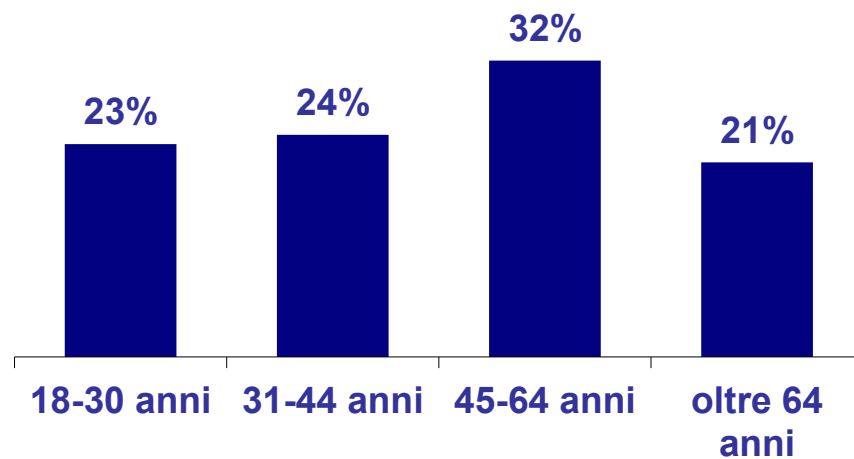
Ampiezza Centri



Sesso

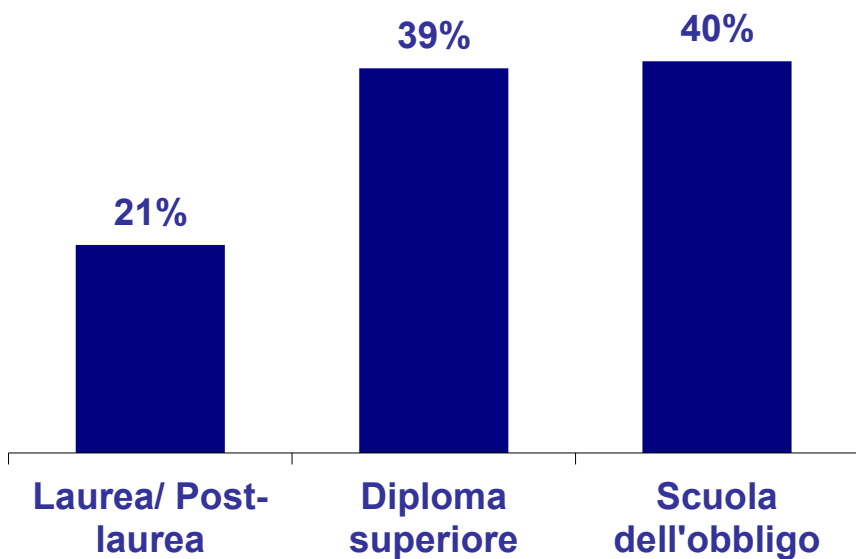


Età

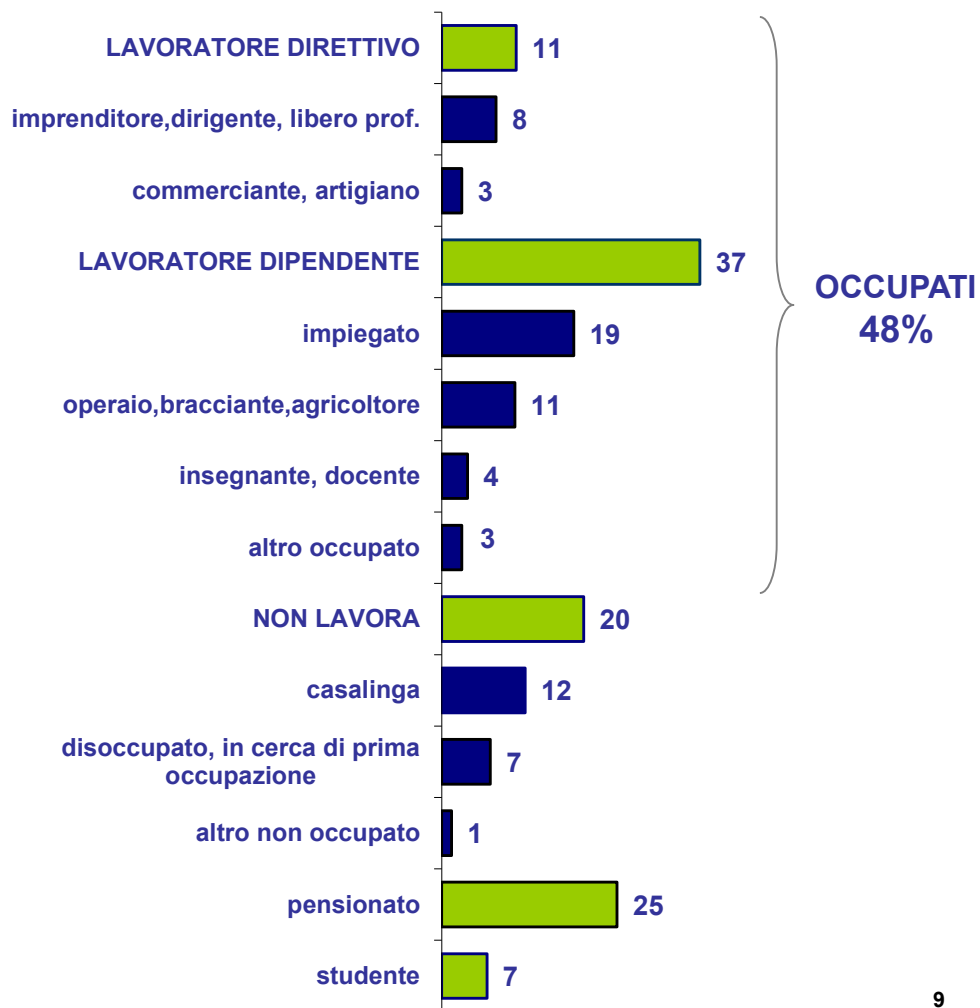


Età media: 48.2 anni

Titolo di studio



Professione





Il Futuro dell'economia personale e globale

Il 2018 ci racconta un'Italia in equilibrio precario: l'italiano ha notato un miglioramento negli anni e guarda con maggiore ottimismo al futuro. Il presente però appare complesso e contraddittorio: questa situazione porta a una rinnovata attenzione riguardo ai consumi e a un parallelo rafforzamento della tensione al risparmio, che gli italiani vivono come un sacrificio, ma da farsi per la tranquillità futura.

Nonostante la crescita del Pil registrata negli ultimi 4 anni, **la fine della crisi sembra ancora lontana**; gli italiani ritengono che per uscirne ci vorranno almeno 4 anni, ma il numero di coloro che la vedono molto lontana si è andato riducendo nel tempo: erano il 50% nel 2016, il 42% nel 2017, il 40% oggi.

Gli italiani indicano un lieve miglioramento della propria situazione rispetto a 2-3 anni fa. Il 7% dichiara che nel 2018 la propria situazione economica è migliorata (era il 6% nel 2017 e nel 2016), il 37% che non ha avuto nessuna difficoltà a mantenere il proprio tenore di vita (nel 2017 erano il 35%, nel 2016 il 32%), mentre sono scesi al 40% (contro il 42% del 2017 e il 44% del 2016) coloro hanno sperimentato qualche difficoltà nel far quadrare tutti i conti. Prosegue inoltre, seppur lievemente, il calo della quota di famiglie che segnalano difficoltà serie a mantenere il proprio tenore di vita: sono il 16% (erano il 17% nel 2017, il 18% nel 2016). Il miglioramento più sensibile lo si è registrato tra coloro che hanno meno di 30 anni: coloro che hanno sperimentato un miglioramento sono il 10% (erano il 3% nel 2017), e anche coloro che non hanno avuto difficoltà aumentano dal 37% del 2017 al 40%; infatti scendono molto coloro che dichiarano di aver sperimentato difficoltà relative (44% nel 2017, 32% nel 2018), mentre crescono di un punto coloro che hanno avuto serie difficoltà (16% nel 2017, 17% oggi).

Gli italiani che si dicono soddisfatti della propria situazione economica si riducono rispetto all'anno scorso di un punto (55% nel 2018, 56% nel 2017, 51% nel 2016). Peraltro si riduce anche il numero dei per niente soddisfatti (dal 15% del 2017 al 13% del 2018). **Aumentano, invece, coloro che sono poco soddisfatti** (dal 29% al 32%).

È preoccupante l'aumento del numero delle famiglie che dichiarano di essere state colpite direttamente dalla crisi riguardo al lavoro: nel 2017 erano il 19%, nel 2018 salgono al 24%. Il 13% ha perso il lavoro (come nel 2017); l'11% ha sperimentato un peggioramento delle condizioni di lavoro (contratto, guadagno, orario), erano il 5% del 2017 (un andamento, questo, che riguarda soprattutto la fascia d'età fra i 31 e i 44 anni, periodo della vita in cui ci si crea una famiglia); il 6% ha dovuto cambiare lavoro; il 2% non riceve la dovuta retribuzione.

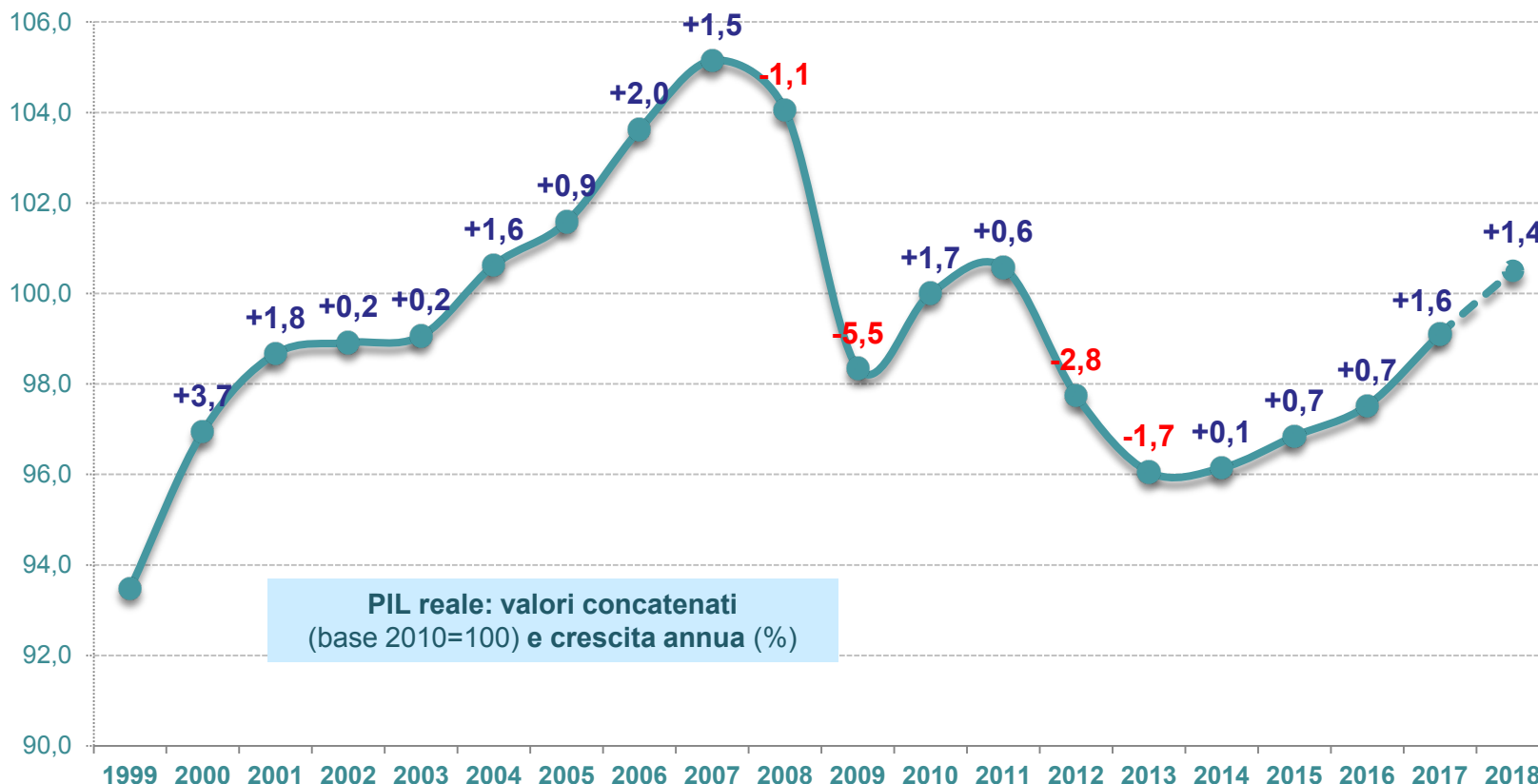
Guardando al futuro, **il numero dei fiduciosi sul miglioramento della propria situazione personale è nettamente superiore a quello degli sfiduciati** (11% gli sfiduciati, 25% i fiduciosi, saldo +14 a favore di questi ultimi rispetto al +10 dello scorso anno), anche se il 61% degli intervistati non si attende cambiamenti della propria situazione economica. Il maggior recupero di fiducia si registra tra gli **individui fra i 18 e i 30 anni**, con un saldo positivo superiore alla media della popolazione (+36) **e un aumento** di 18 punti percentuali rispetto al 2017 (era +18); in compenso **troviamo in flessione la fascia 31-44 anni** (da +19 punti percentuali nel 2017 a +15 nel 2018), in progresso quella 45-64 (da +7 punti a +11 punti), mentre **calano per il terzo anno di fila gli over 65** (-8 nel 2018, -6 nel 2017, -3 nel 2016, saldo nullo nel 2015).

Nel complesso, considerando l'andamento dei vari indicatori rilevati (personale, territorio, Italia, Ue e mondo) **si assiste a una ripresa di ottimismo** (il saldo tra ottimisti e pessimisti è positivo di 5 punti contro il +2 dello scorso anno), trainata, oltre che dalla percezione legata al futuro personale, da una rinata fiducia nella crescita dell'economia mondiale (+7 nel 2018, +1 nel 2017). Stazionaria la percezione del futuro del proprio territorio (saldo +2), del Paese (-3) e dell'Europa (+2).

La lenta ripresa della **fiducia sul futuro** la si coglie anche guardando la tendenza di lungo periodo **dell'indagine Ipsos Global@dvisor**: in un clima di generale miglioramento internazionale, l'Italia mostra segnali di ripresa. L'Europa prosegue il trend positivo già evidenziato negli ultimi due anni, il Nord America e l'area dell'Asia-Pacifico crescono confermandosi come aree più 'positive', mentre il Sud America inverte il dato in calo del 2017 con una crescita sensibile. *(dati Ipsos Global@dvisor agosto 2018).*

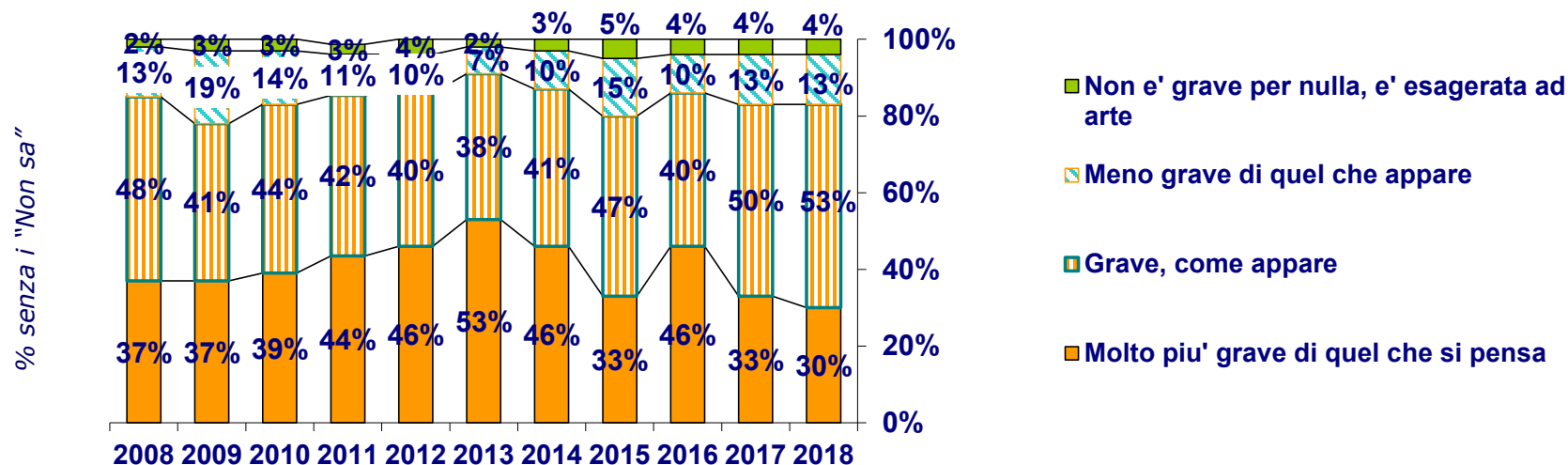
Andamento del PIL- previsto un aumento del 1,4% per il 2018

ma ATTENZIONE ALLE STIME... «durante la Grande Recessione la crescita, in particolar modo quella a medio termine, è sempre stata abbondantemente sovrastimata» (Thomas Manfredi - studio sulle stime OECD Economic Outlook 2008-2013)



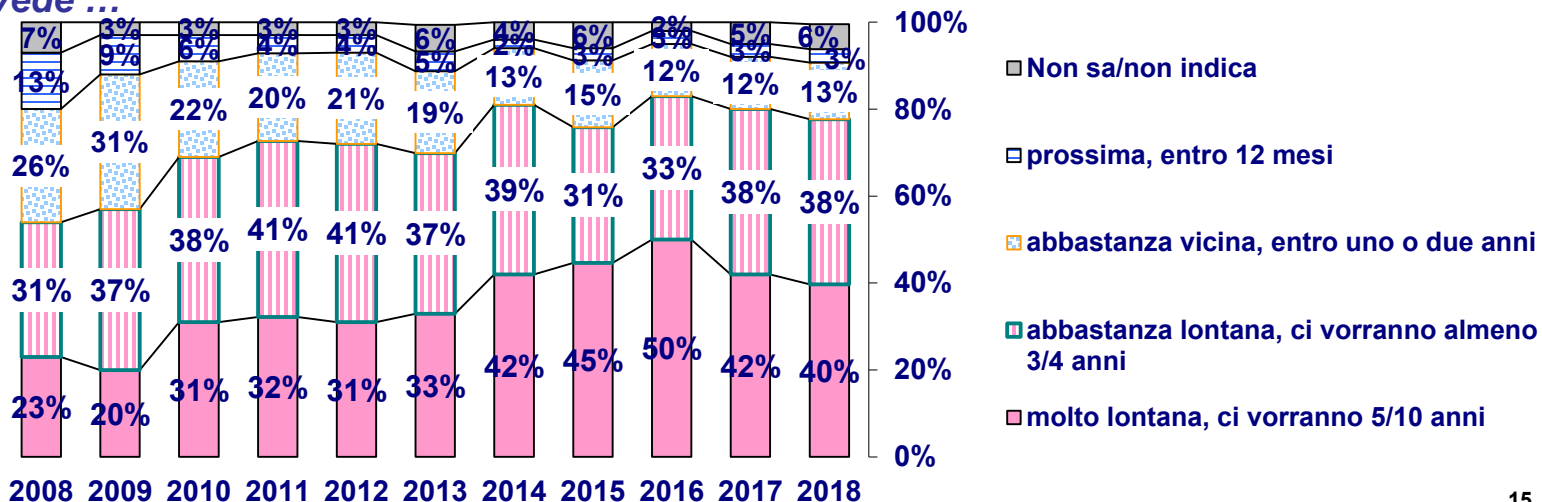
Gravità e durata della crisi internazionale

In questi anni si è parlato molto della crisi finanziaria. Secondo Lei tale crisi è ...



Se pensa alla soluzione della crisi, Lei la vede ...

*Aspettativa:
4 anni di
crisi*



In questi anni si è parlato molto della crisi finanziaria. Secondo Lei tale crisi è ...

2018	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Molto più grave di quel che si pensa	30	26	31	31	33
Grave, come appare	53	51	55	55	51
Meno grave di quel che appare	13	18	13	10	11
Non e' grave per nulla, e' esagerata ad arte	4	5	1	4	5

2017	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Molto più grave di quel che si pensa	33	28	39	32	34
Grave, come appare	50	56	47	47	48
Meno grave di quel che appare	13	13	10	17	12
Non e' grave per nulla, e' esagerata ad arte	4	3	4	4	6

In questi anni si è parlato molto della crisi finanziaria. Secondo Lei tale crisi è ...

2018	Totale	CLASSI D'ETA'- valori percentuali %			
		18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Molto più grave di quel che si pensa	30	22	33	35	29
Grave, come appare	53	62	52	48	49
Meno grave di quel che appare	13	15	11	13	14
Non e' grave per nulla, e' esagerata ad arte	4	1	4	4	8

2017	Totale	CLASSI D'ETA'- valori percentuali %			
		18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Molto più grave di quel che si pensa	33	28	35	36	32
Grave, come appare	50	50	53	46	52
Meno grave di quel che appare	13	16	10	13	13
Non e' grave per nulla, e' esagerata ad arte	4	6	2	6	3

In questi anni si è parlato molto della crisi finanziaria. Secondo Lei tale crisi è ...

2018	PROFESSIONE - valori percentuali %					
	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Molto più grave di quel che si pensa	30	35	32	30	19	29
Grave, come appare	53	48	54	51	63	51
Meno grave di quel che appare	13	12	12	16	16	13
Non e' grave per nulla, e' esagerata ad arte	4	5	2	3	2	7

2017	PROFESSIONE - valori percentuali %					
	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Molto più grave di quel che si pensa	33	29	30	44	15	34
Grave, come appare	50	39	56	40	54	51
Meno grave di quel che appare	13	25	11	11	21	11
Non e' grave per nulla, e' esagerata ad arte	4	7	3	5	10	4

Se pensa alla soluzione della crisi, Lei la vede ...

2018	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Molto lontana, ci vorranno 5/10 anni	40	32	43	43	42
Abbastanza lontana, ci vorranno almeno 3/4 anni	38	44	39	36	36
Abbastanza vicina, entro uno o due anni	13	15	13	12	12
Prossima, entro 12 mesi	3	3	2	2	4
Non sa/non indica	6	6	3	7	6

2017	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Molto lontana, ci vorranno 5/10 anni	42	40	40	39	47
Abbastanza lontana, ci vorranno almeno 3/4 anni	38	41	36	42	34
Abbastanza vicina, entro uno o due anni	12	12	13	13	11
Prossima, entro 12 mesi	3	3	4	1	3
Non sa/non indica	5	4	7	5	5

Se pensa alla soluzione della crisi, Lei la vede ...

2018	CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %				
	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Molto lontana, ci vorranno 5/10 anni	40	35	40	42	41
Abbastanza lontana, ci vorranno almeno 3/4 anni	38	41	42	36	36
Abbastanza vicina, entro uno o due anni	13	19	10	12	10
Prossima, entro 12 mesi	3	2	4	3	4
Non sa/non indica	6	3	4	7	9

2017	CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %				
	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Molto lontana, ci vorranno 5/10 anni	42	41	42	47	37
Abbastanza lontana, ci vorranno almeno 3/4 anni	38	34	44	35	41
Abbastanza vicina, entro uno o due anni	12	15	11	11	11
Prossima, entro 12 mesi	3	3	1	3	4
Non sa/non indica	5	7	2	4	7

Se pensa alla soluzione della crisi, Lei la vede ...

2018

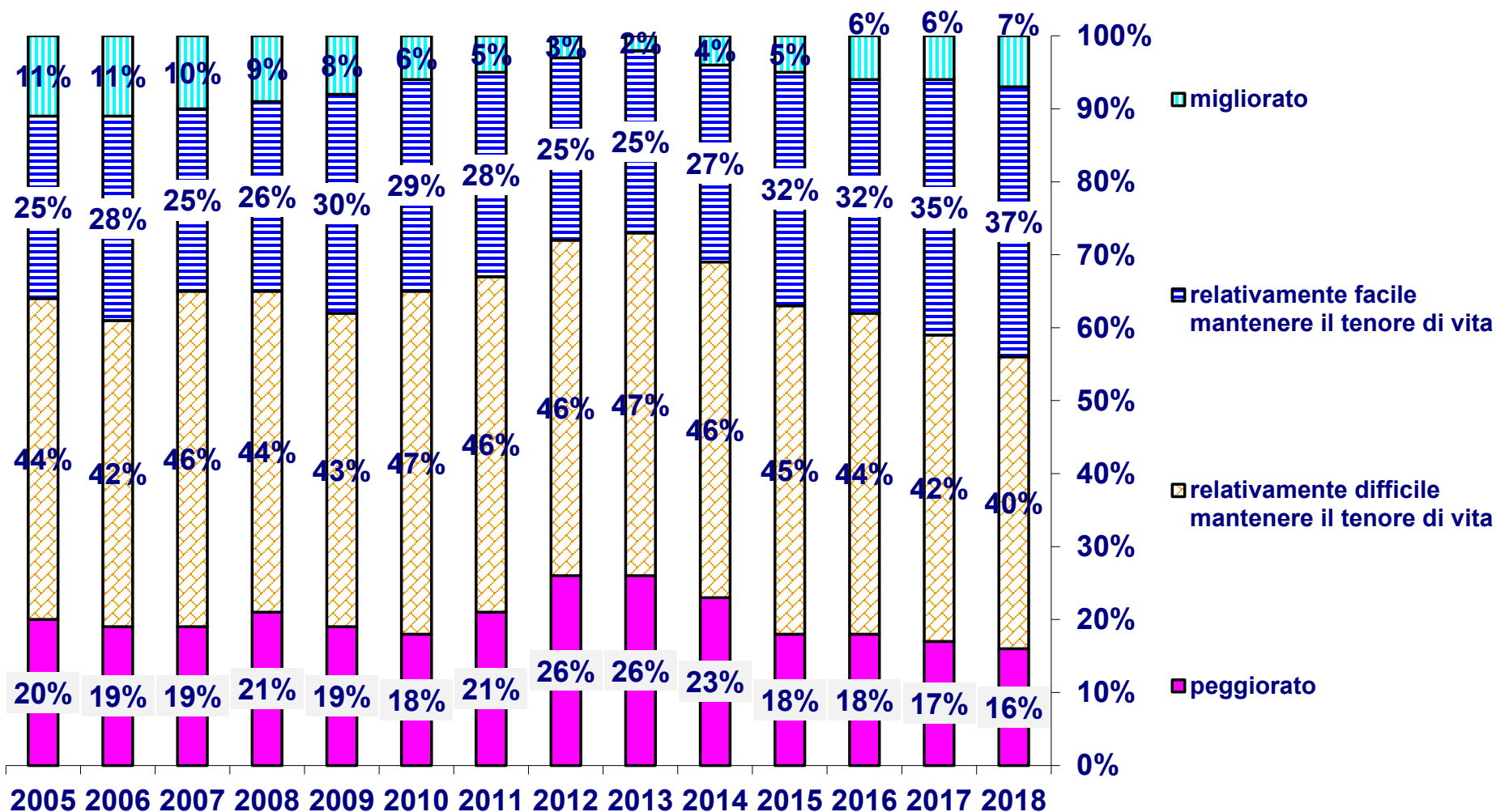
	Totale	PROFESSIONE - valori percentuali %				
		Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Molto lontana, ci vorranno 5/10 anni	40	39	40	39	33	42
Abbastanza lontana, ci vorranno almeno 3/4 anni	38	45	43	32	40	35
Abbastanza vicina, entro uno o due anni	13	11	12	17	20	11
Prossima, entro 12 mesi	3	3	3	3	2	3
Non sa/non indica	6	2	2	9	5	9

2017

	Totale	PROFESSIONE - valori percentuali %				
		Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Molto lontana, ci vorranno 5/10 anni	42	38	43	49	29	39
Abbastanza lontana, ci vorranno almeno 3/4 anni	38	35	39	35	41	40
Abbastanza vicina, entro uno o due anni	12	20	12	9	19	9
Prossima, entro 12 mesi	3	3	2	3	3	4
Non sa/non indica	5	4	4	4	8	8

Tenore di vita della famiglia negli ultimi 2-3 anni

Riguardo al tenore di vita della Sua famiglia, negli ultimi 2-3 anni Lei direbbe che ...



Tenore di vita della famiglia negli ultimi 2-3 anni

Riguardo al tenore di vita della Sua famiglia, negli ultimi 2-3 anni Lei direbbe che ...

		AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %			
2018	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Il tenore di vita della famiglia è migliorato	7	8	7	8	5
È stato relativamente facile mantenere il tenore di vita della famiglia	37	40	39	43	29
È stato relativamente difficile mantenere il tenore di vita della famiglia	40	38	33	41	46
Il tenore di vita della famiglia è peggiorato	16	14	19	9	19

2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Il tenore di vita della famiglia è migliorato	6	6	12	4	4
È stato relativamente facile mantenere il tenore di vita della famiglia	35	44	36	29	30
È stato relativamente difficile mantenere il tenore di vita della famiglia	42	39	40	48	43
Il tenore di vita della famiglia è peggiorato	17	11	13	19	22

Tenore di vita della famiglia negli ultimi 2-3 anni

Riguardo al tenore di vita della Sua famiglia, negli ultimi 2-3 anni Lei direbbe che ...

2018	Totale	SESSO		CLASSI D'ETA' - valori percentuali %			
		Uomo	Donna	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Il tenore di vita della famiglia è migliorato	7	8	6	10	7	6	4
E' stato relativamente facile mantenere il tenore di vita della famiglia	37	41	32	40	30	36	40
E' stato relativamente difficile mantenere il tenore di vita della famiglia	40	38	42	32	44	45	37
Il tenore di vita della famiglia è peggiorato	16	14	18	17	18	13	16

2017	Totale	Uomo	Donna	18-30 Anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Il tenore di vita della famiglia è migliorato	6	7	5	3	7	7	6
E' stato relativamente facile mantenere il tenore di vita della famiglia	35	37	33	37	31	32	41
E' stato relativamente difficile mantenere il tenore di vita della famiglia	42	39	45	44	43	42	40
Il tenore di vita della famiglia è peggiorato	17	17	17	16	20	18	13

Tenore di vita della famiglia negli ultimi 2-3 anni

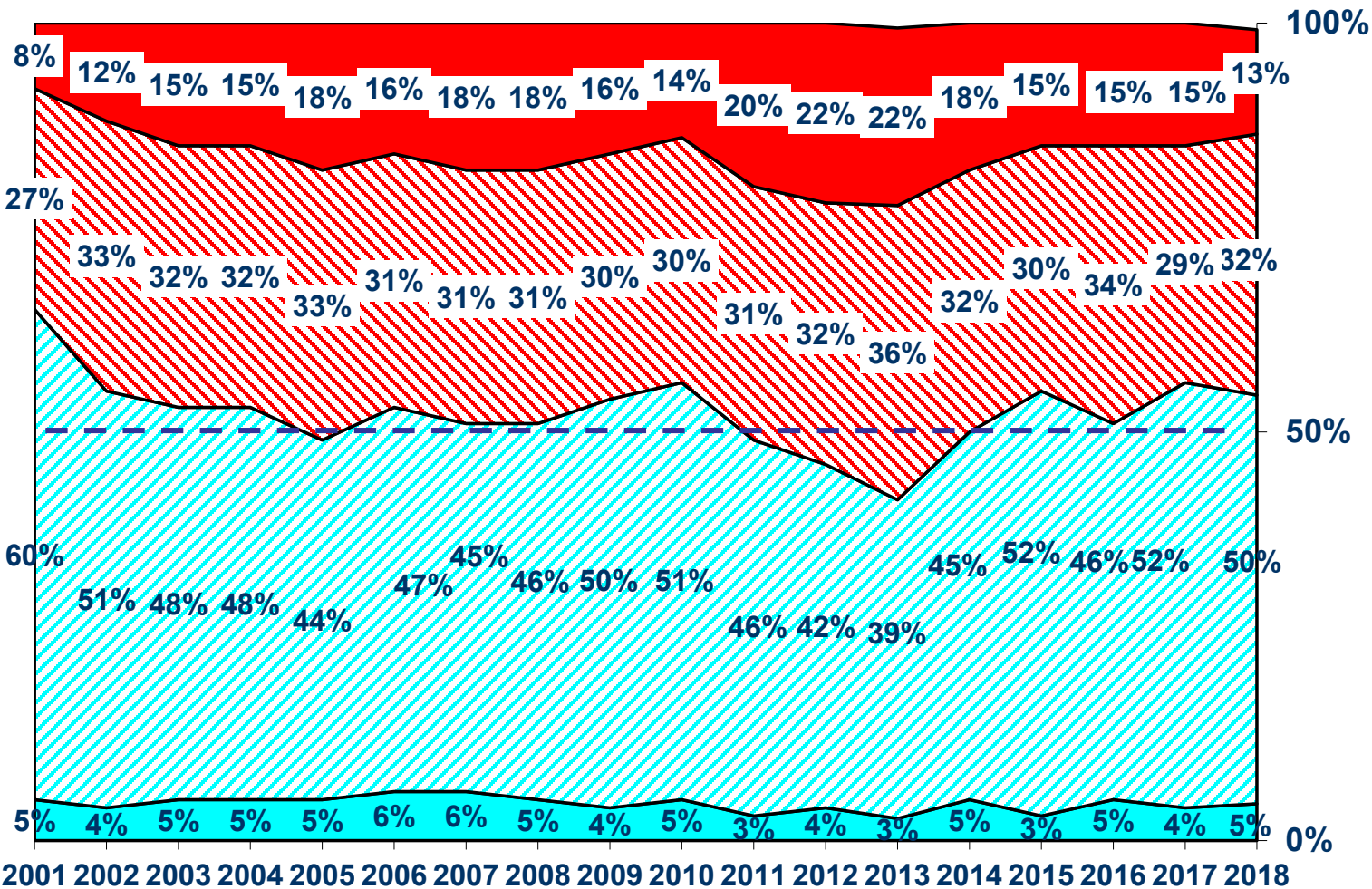
Riguardo al tenore di vita della Sua famiglia, negli ultimi 2-3 anni Lei direbbe che ...

2018	PROFESSIONE - valori percentuali %					
	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Il tenore di vita della famiglia è migliorato	7	11	9	2	7	7
E' stato relativamente facile mantenere il tenore di vita della famiglia	37	47	36	24	50	39
E' stato relativamente difficile mantenere il tenore di vita della famiglia	40	31	43	45	36	38
Il tenore di vita della famiglia è peggiorato	16	11	13	27	6	16

2017	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Il tenore di vita della famiglia è migliorato	6	16	6	3	7	5
E' stato relativamente facile mantenere il tenore di vita della famiglia	35	37	32	28	44	45
E' stato relativamente difficile mantenere il tenore di vita della famiglia	42	37	46	42	43	37
Il tenore di vita della famiglia è peggiorato	17	10	16	26	6	13

Soddisfazione riguardo la propria attuale situazione economica

Lei quanto è soddisfatto della Sua attuale situazione economica?



Soddisfatti (Molto + Abbastanza)	
2018:	55%
2017:	56%
2016:	51%
2015:	55%
2014:	50%
2013:	42%
2012:	46%
2011:	49%
2010:	56%
2009:	54%
2008:	51%
2007:	51%
2006:	53%
2005:	49%
2004:	53%
2003:	53%
2002:	55%
2001:	65%

- Per niente soddisfatto
- Poco soddisfatto
- Abbastanza soddisfatto
- Molto soddisfatto

Soddisfazione riguardo la propria attuale situazione economica

Lei quanto è soddisfatto della Sua attuale situazione economica?

		AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %			
2018	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Soddisfatti	55	63	55	63	43
Non soddisfatti	45	37	45	37	57

Centro

2018 Soddisfatti

2017 Soddisfatti

↑ 63%
52%

2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Soddisfatti	56	69	64	52	43
Non soddisfatti	44	31	36	48	57

Soddisfazione riguardo la propria attuale situazione economica

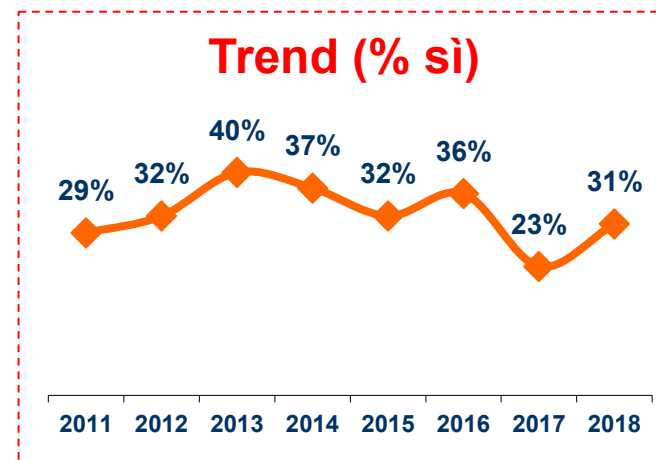
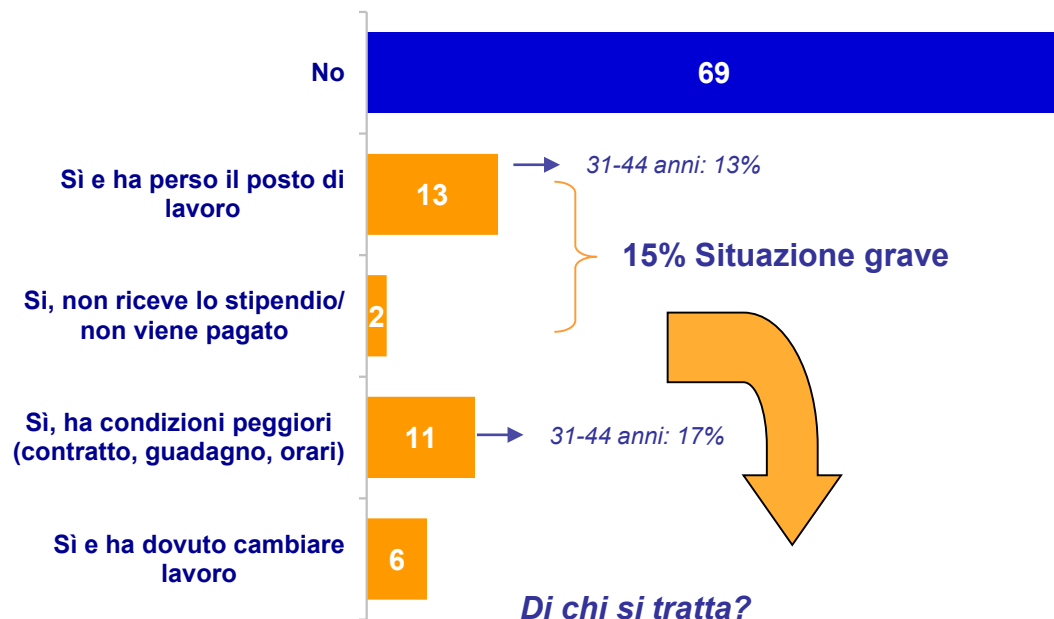
Lei quanto è soddisfatto della Sua attuale situazione economica?

2018	PROFESSIONE - valori percentuali %					
	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Soddisfatti	55	66	58	34	66	60
Non soddisfatti	45	34	42	66	34	40

2017	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Soddisfatti	56	66	52	46	67	67
Non soddisfatti	44	34	48	54	33	33

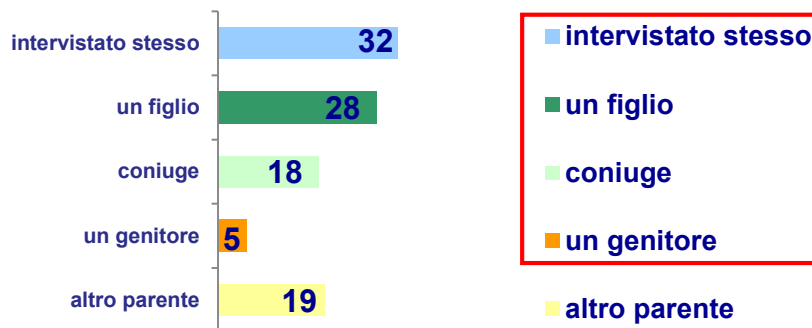
Una famiglia su 4 colpita direttamente dalla crisi

Lei o qualcuno del Suo nucleo familiare è stato colpito direttamente dalla crisi negli ultimi 12 mesi riguardo il lavoro? (se sì) Di chi si tratta?



Base: Totale intervistati

Risposta multipla



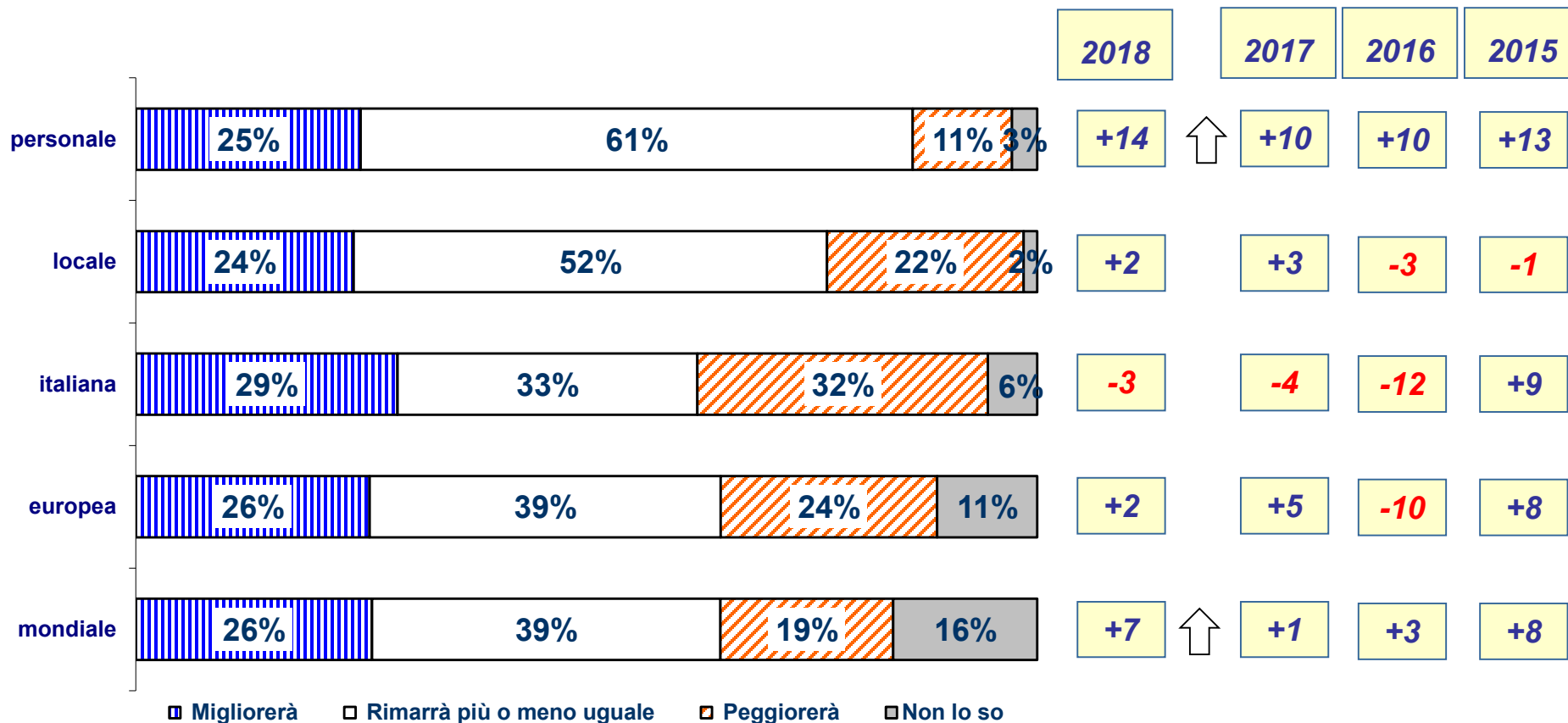
FAMIGLIE COLPITE DIRETTAMENTE
SUL TOTALE DELLE FAMIGLIE ITALIANE:
24%
 (2017: 19%)

Base: Colpiti dalla crisi

Aspettative per la situazione dei prossimi tre anni

Se pensa ai prossimi 3 anni, Lei pensa che la Sua situazione economica/la situazione economica italiana/europea/mondiale ...

Δ = migliorerà – peggiorerà



Aspettative per la situazione dei prossimi tre anni

Se pensa ai prossimi 3 anni, Lei pensa che la Sua situazione economica/la situazione economica italiana/europea/mondiale ...

	PERSONALE				
2018	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Migliorerà	25	21	19	23	32
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	61	63	67	59	59
Peggiorerà	11	13	11	15	7
Non sa	3	3	3	3	2

	ITALIANA				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
	29	23	21	32	36
	33	36	30	35	32
	32	36	45	28	25
	6	5	4	5	7

	PERSONALE				
2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Migliorerà	22	18	17	22	27
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	64	70	68	64	59
Peggiorerà	12	9	13	14	12
Non sa	2	3	2	0	2

	ITALIANA				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
	28	28	24	31	28
	37	39	40	37	35
	32	28	33	29	34
	3	5	3	3	3

Aspettative per la situazione dei prossimi tre anni

Se pensa ai prossimi 3 anni, Lei pensa che la Sua situazione economica/la situazione economica italiana/europea/mondiale ...

	EUROPEA				
2018	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Migliorerà	26	19	22	32	30
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	39	44	36	36	38
Peggiorerà	24	21	32	25	22
Non sa	11	17	10	8	10

	MONDIALE				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Migliorerà	26	23	25	23	31
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	39	39	35	46	37
Peggiorerà	19	20	24	15	18
Non sa	16	19	15	16	15

	EUROPEA				
2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Migliorerà	28	29	25	30	28
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	39	38	39	38	40
Peggiorerà	23	22	25	21	24
Non sa	10	11	11	11	8

	MONDIALE				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Migliorerà	24	24	20	20	29
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	39	40	42	42	33
Peggiorerà	23	22	26	26	22
Non sa	14	14	12	12	16

Aspettative per la situazione dei prossimi tre anni

Se pensa ai prossimi 3 anni, Lei pensa che la Sua situazione economica/la situazione economica italiana/europea/mondiale ...

2018	PERSONALE					ITALIANA				
	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 +	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 +
Migliorerà	25	41	26	22	11	29	28	32	32	22
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	61	51	61	65	66	33	43	31	31	29
Peggiorerà	11	5	11	11	19	32	21	33	33	43
Non sa	3	3	2	2	4	6	8	4	4	6

2017	PERSONALE					ITALIANA				
	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 +	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 +
Migliorerà	22	30	28	19	9	28	29	27	27	30
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	64	56	60	67	74	37	40	36	37	37
Peggiorerà	12	12	9	12	15	32	28	36	31	29
Non sa	2	1	3	2	2	3	3	0	5	4

Aspettative per la situazione dei prossimi tre anni

Se pensa ai prossimi 3 anni, Lei pensa che la Sua situazione economica/la situazione economica italiana/europea/mondiale ...

		EUROPEA					MONDIALE				
2018	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 +		Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 +
Migliorerà	26	33	27	23	21		26	30	28	27	19
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	39	41	36	43	33		39	45	37	40	32
Peggiorerà	24	14	30	23	30		19	11	21	20	24
Non sa	11	11	7	11	17		16	14	13	14	26

		EUROPEA					MONDIALE				
2017	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 +		Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 +
Migliorerà	28	29	27	29	27		24	29	25	23	20
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	39	39	42	40	34		39	37	38	42	35
Peggiorerà	23	23	26	23	21		23	21	25	23	26
Non sa	10	9	5	8	19		14	13	12	12	19

Aspettative per la situazione dei prossimi tre anni

Se pensa ai prossimi 3 anni, Lei pensa che la Sua situazione economica/la situazione economica italiana/europea/mondiale ...

	PERSONALE					
2018	Totale	Lav. Dirett.	Lav. Dip.	Non occ.	Studente	Pensionato
Migliorerà	25	33	28	28	37	11
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	61	58	64	55	55	66
Peggiorerà	11	8	7	13	3	18
Non sa	3	1	1	4	5	5

	ITALIANA					
	Totale	Lav. Dirett.	Lav. Dip.	Non occ.	Studente	Pensionato
	29	30	30	31	28	25
	33	27	37	30	50	29
	32	38	29	30	14	40
	6	5	4	9	8	6

	PERSONALE					
2017	Totale	Lav. Dirett.	Lav. Dip.	Non occ.	Studente	Pensionato
Migliorerà	22	29	22	25	38	9
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	64	56	64	60	62	75
Peggiorerà	12	13	12	11	-	14
Non sa	2	2	2	3	-	2

	ITALIANA					
	Totale	Lav. Dirett.	Lav. Dip.	Non occ.	Studente	Pensionato
	28	31	29	22	32	31
	37	28	39	37	49	36
	32	38	30	38	14	29
	3	3	3	4	5	4

Aspettative per la situazione dei prossimi tre anni

Se pensa ai prossimi 3 anni, Lei pensa che la Sua situazione economica/la situazione economica italiana/europea/mondiale ...

	EUROPEA						MONDIALE					
2018	Totale	Lav. Dirett.	Lav. Dip.	Non occ.	Studente	Pensionato	Totale	Lav. Dirett.	Lav. Dip.	Non occ.	Studente	Pensionato
Migliorerà	26	26	29	28	32	18	26	33	30	24	29	19
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	39	43	43	32	41	36	39	32	44	38	38	35
Peggiorerà	24	25	20	26	12	31	19	23	17	16	15	24
Non sa	11	6	7	14	15	16	16	12	10	21	18	23

	EUROPEA						MONDIALE					
2017	Totale	Lav. Dirett.	Lav. Dip.	Non occ.	Studente	Pensionato	Totale	Lav. Dirett.	Lav. Dip.	Non occ.	Studente	Pensionato
Migliorerà	28	29	26	27	43	29	24	30	24	24	40	19
Non cambierà, rimarrà più o meno come è oggi	39	37	45	35	35	36	39	32	42	37	38	38
Peggiorerà	23	29	24	26	6	21	23	27	25	22	12	26
Non sa	10	6	6	12	16	14	14	12	10	18	11	17

Aspettative per la situazione dei prossimi tre anni nel territorio in cui vive

Se pensa ai prossimi 3 anni, Lei pensa che la situazione economica del territorio in cui vive ...

2018	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %					CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %			
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Migliorerà	25	27	29	24	21	23	26	26	23
Rimarrà più o meno uguale	52	53	53	56	49	60	48	50	53
Peggiorerà	22	18	15	19	29	15	24	24	21
Δ	+3	+9	+14	+5	-8	+8	+2	+2	+2
Non so	1	2	3	1	1	2	2	0	3

2017	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %					CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %			
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Migliorerà	26	32	34	24	17	29	18	26	30
Rimarrà più o meno uguale	50	50	50	54	47	46	51	52	49
Peggiorerà	23	17	16	20	34	23	29	20	20
Δ	+3	+15	+18	+4	-17	+6	-11	+6	+10
Non so	1	1	0	2	2	2	1	2	1

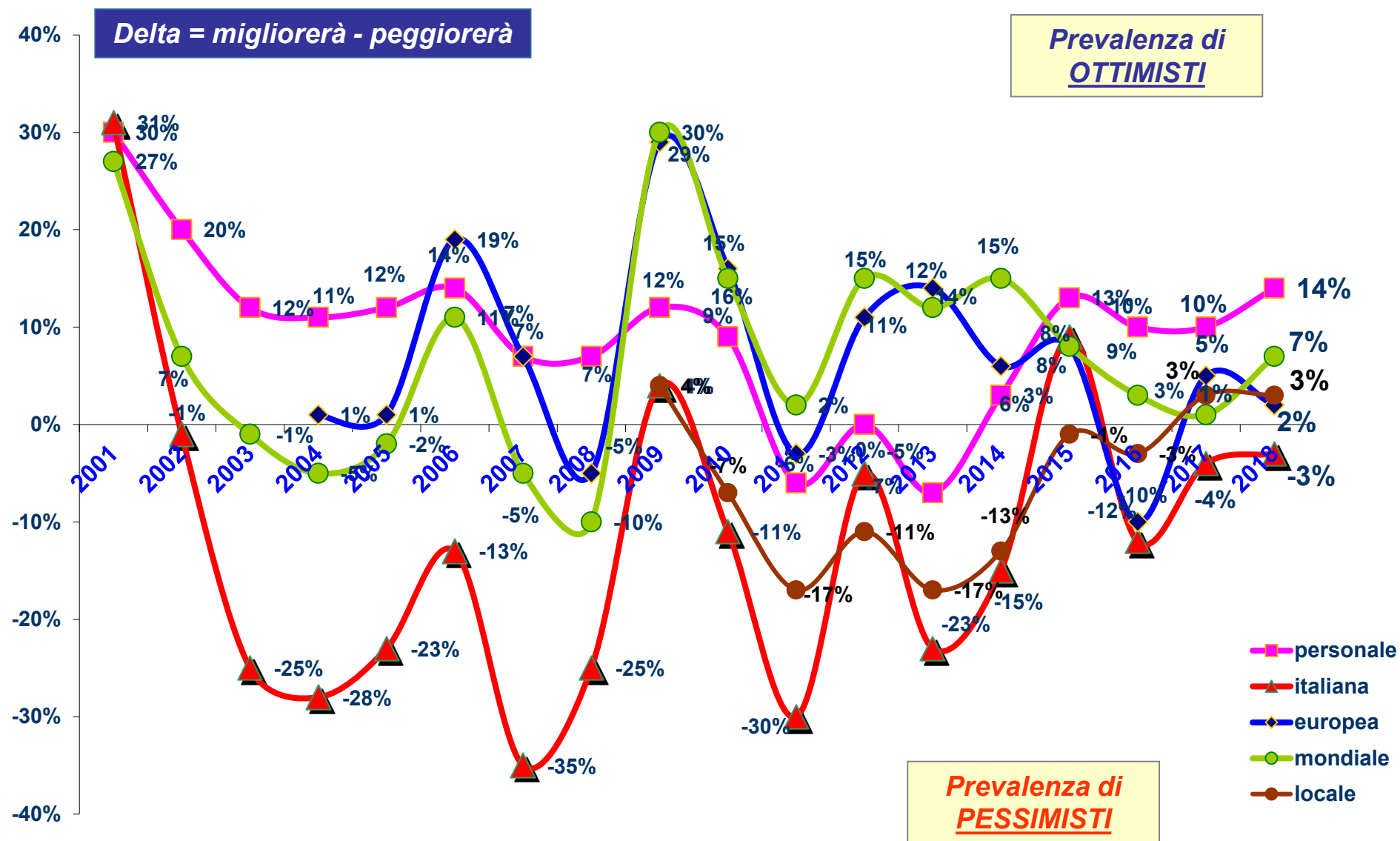
Aspettative per la situazione dei prossimi tre anni nel territorio in cui vive

Se pensa ai prossimi 3 anni, Lei pensa che la situazione economica del territorio in cui vive ...

2018	Totale	AMPIEZZA CENTRO - valori percentuali %				PROFESSIONE - valori percentuali %				
		Fino a 30000 ab.	Da 30000 a 100000 ab.	Da 100000 a 250000 ab.	Oltre 250000 ab.	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Migliorerà	25	27	24	26	16	33	24	24	20	23
Rimarrà più o meno uguale	52	52	52	42	56	52	55	46	66	51
Peggiorerà	22	19	23	30	26	13	20	29	14	24
Δ	+3	+8	+1	-4	-10	+20	+4	-5	+6	-1
Non so	1	2	1	2	2	2	1	1	-	2

2017	Totale	AMPIEZZA CENTRO - valori percentuali %				PROFESSIONE - valori percentuali %				
		Fino a 30000 ab.	Da 30000 a 100000 ab.	Da 100000 a 250000 ab.	Oltre 250000 ab.	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Migliorerà	26	28	19	25	25	26	23	22	39	30
Rimarrà più o meno uguale	50	51	50	42	49	41	54	48	42	49
Peggiorerà	23	20	29	30	24	32	21	27	19	20
Δ	+3	+8	-10	-5	+1	-6	+2	-5	+20	+10
Non so	1	1	2	3	2	1	2	2	-	1

Aspettative per la situazione dei prossimi tre anni

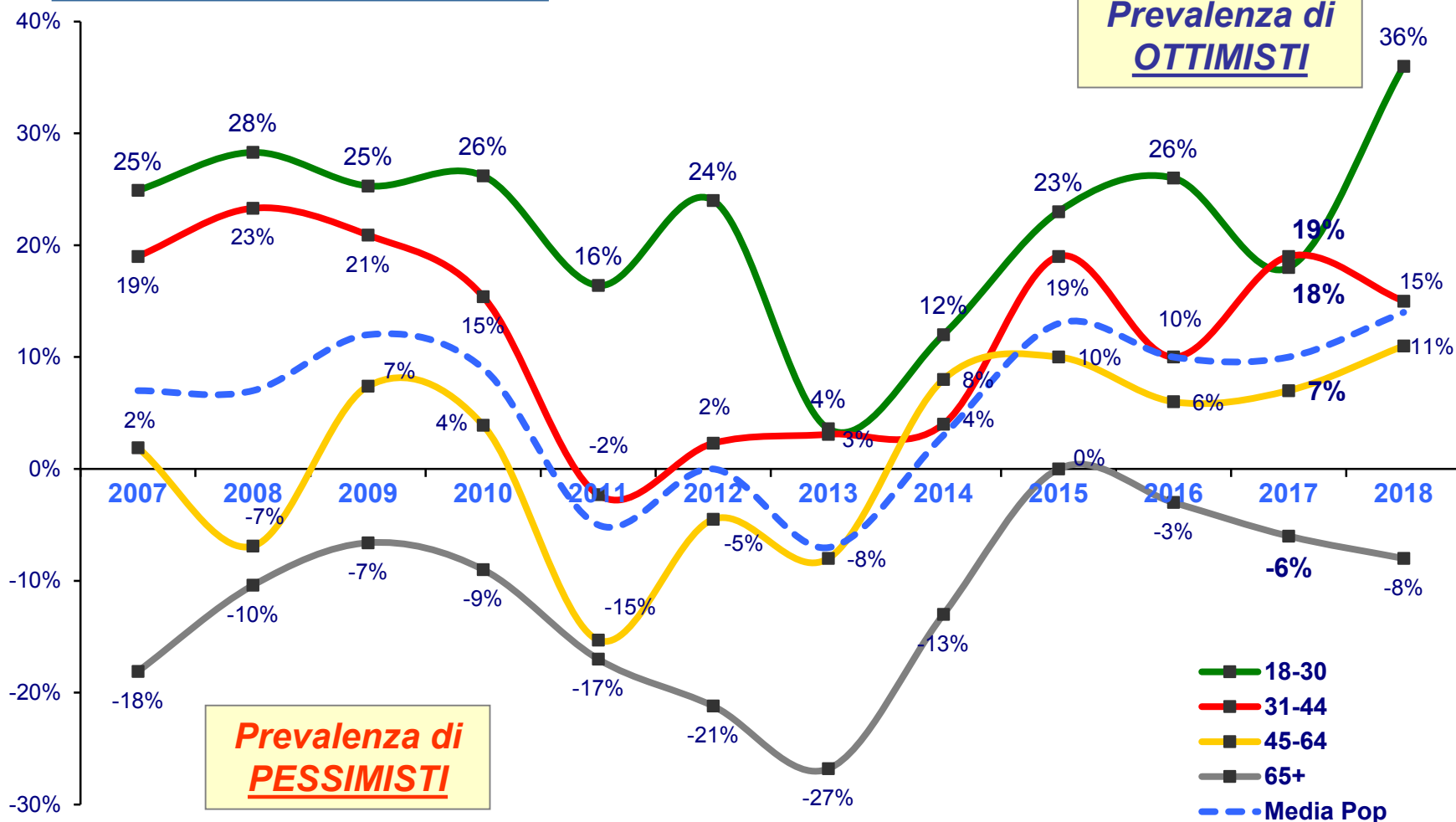


Aspettative per la situazione PERSONALE dei prossimi tre anni

PER CLASSI DI ETÀ

Delta = migliorerà - peggiorerà

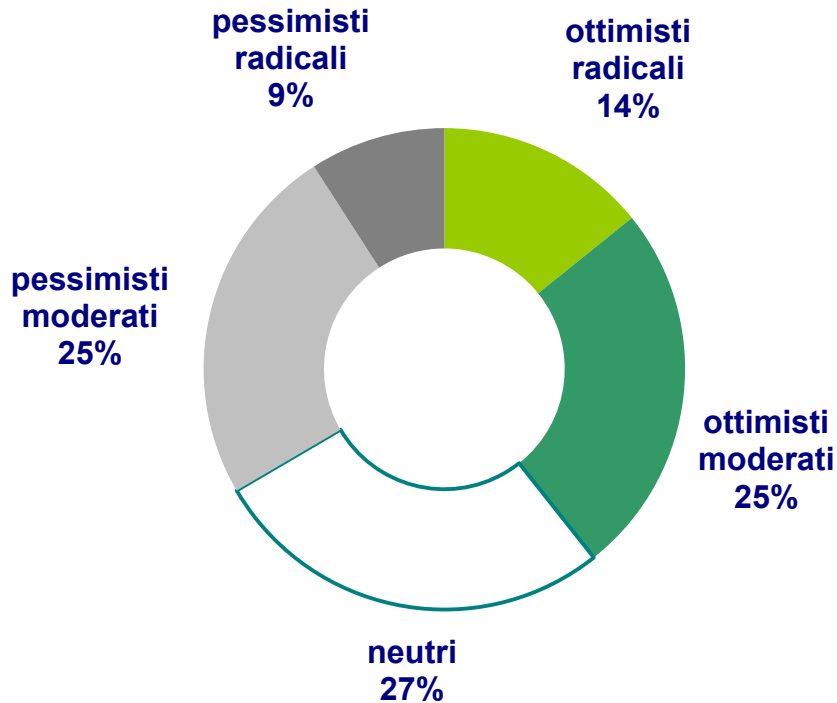
Prevalenza di
OTTIMISTI



Il futuro dell'economia: indicatori di ottimismo/pessimismo

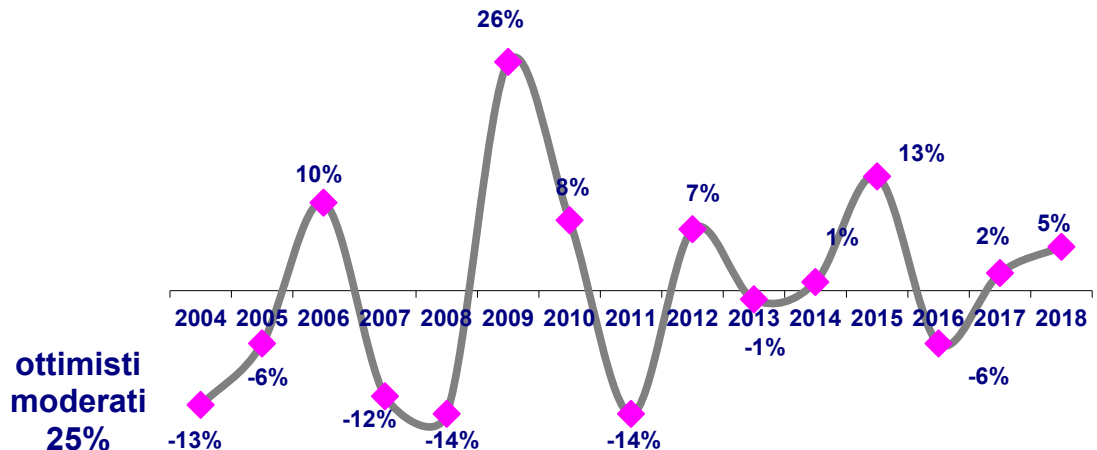
Indicatore costruito sulla previsione di miglioramento / peggioramento dell'economia familiare, nazionale, europea, internazionale.

Dati 2018



Trend

Δ ottimisti - pessimisti



Il futuro dell'economia: indicatori di ottimismo/pessimismo

2018	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Ottimisti	39	32	35	38	48
Neutri	27	33	20	29	26
Pessimisti	34	35	45	33	26

Δ 2018-2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Ottimisti	+1	-5	+1	-1	-1
Pessimisti	-2	+1	+5	-1	-9

2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Ottimisti	38	37	34	39	49
Neutri	26	29	26	27	25
Pessimisti	36	34	40	34	35

Il futuro dell'economia: indicatori di ottimismo/pessimismo

2018	CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %				
	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Ottimisti	39	52	41	38	26
Neutri	27	32	23	28	25
Pessimisti	33	16	36	34	49

Δ 2018-2017	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Ottimisti	+1	+10	+4	0	-9
Pessimisti	-2	-17	-1	-2	+13

2017	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Ottimisti	38	42	37	38	35
Neutri	26	25	26	26	29
Pessimisti	36	33	37	36	36

Il futuro dell'economia: indicatori di ottimismo/pessimismo

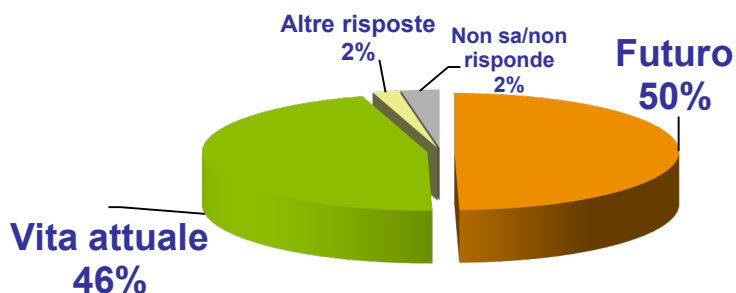
2018	PROFESSIONE - valori percentuali %					
	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Ottimisti	39	42	42	46	47	28
Neutri	27	25	30	20	42	26
Pessimisti	34	33	28	34	11	46

Δ 2018-2017	Totale	Lav. Direttivo	Lav. Dipend	Non occupato	Studente	Pensionato
Ottimisti	+1	-1	+5	+13	-15	-8
Pessimisti	-2	-2	-9	-2	-9	+10

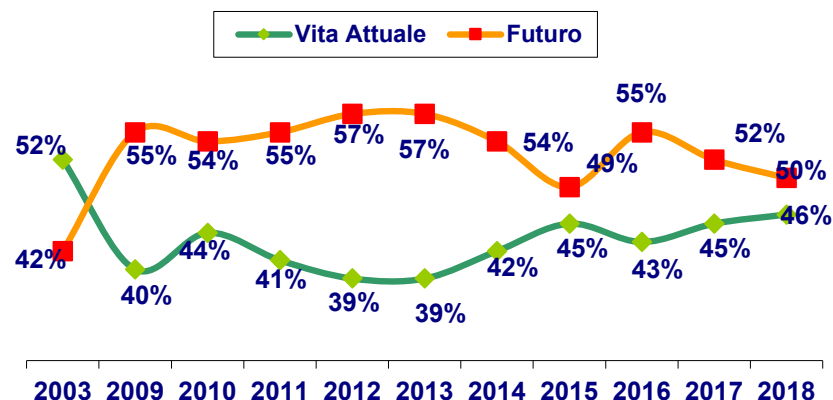
2017	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Ottimisti	38	43	37	33	62	36
Neutri	26	22	26	31	18	28
Pessimisti	36	35	37	36	20	36

Lei ritiene sia meglio investire pensando al futuro oppure ritiene sia meglio investire sulla qualità della propria vita attuale?

Dati 2018



Trend



2018

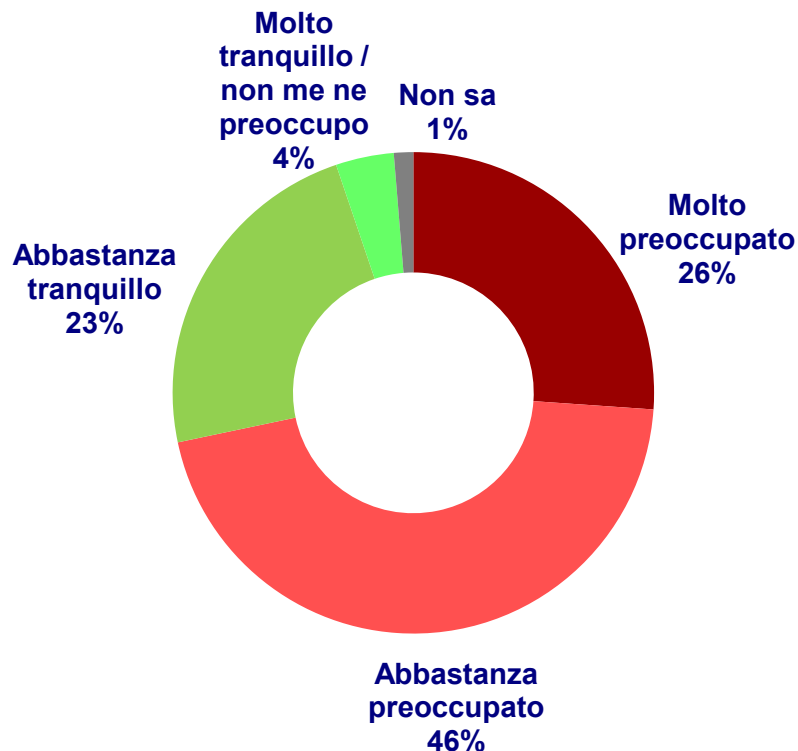
AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %					
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
VITA ATTUALE	46	46	39	42	51
FUTURO	50	49	54	54	46

2017

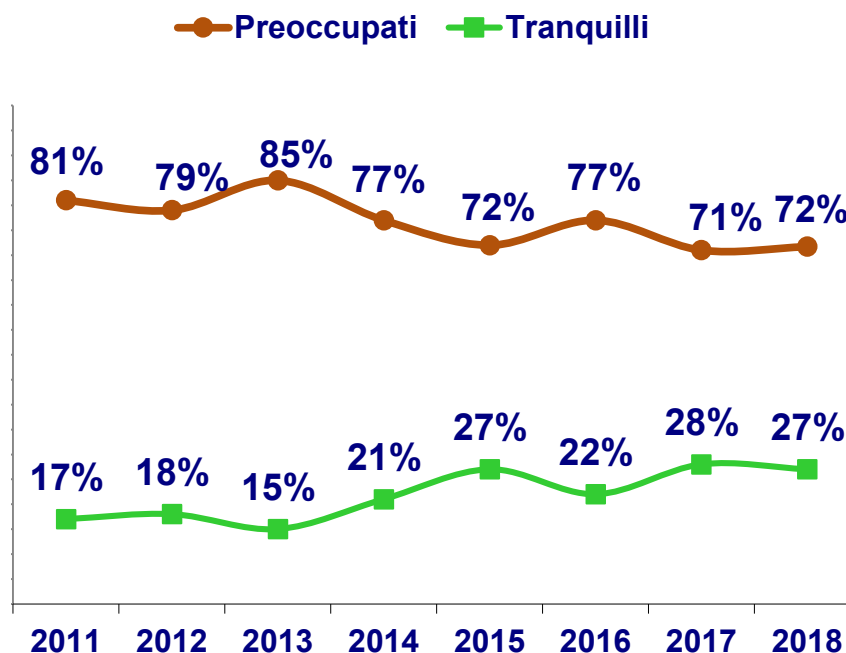
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
VITA ATTUALE	45	45	49	43	44
FUTURO	52	52	49	54	53

Lei quanto è preoccupato del Suo futuro economico dopo il pensionamento?

Dati 2018



Trend



Il futuro economico dopo il pensionamento

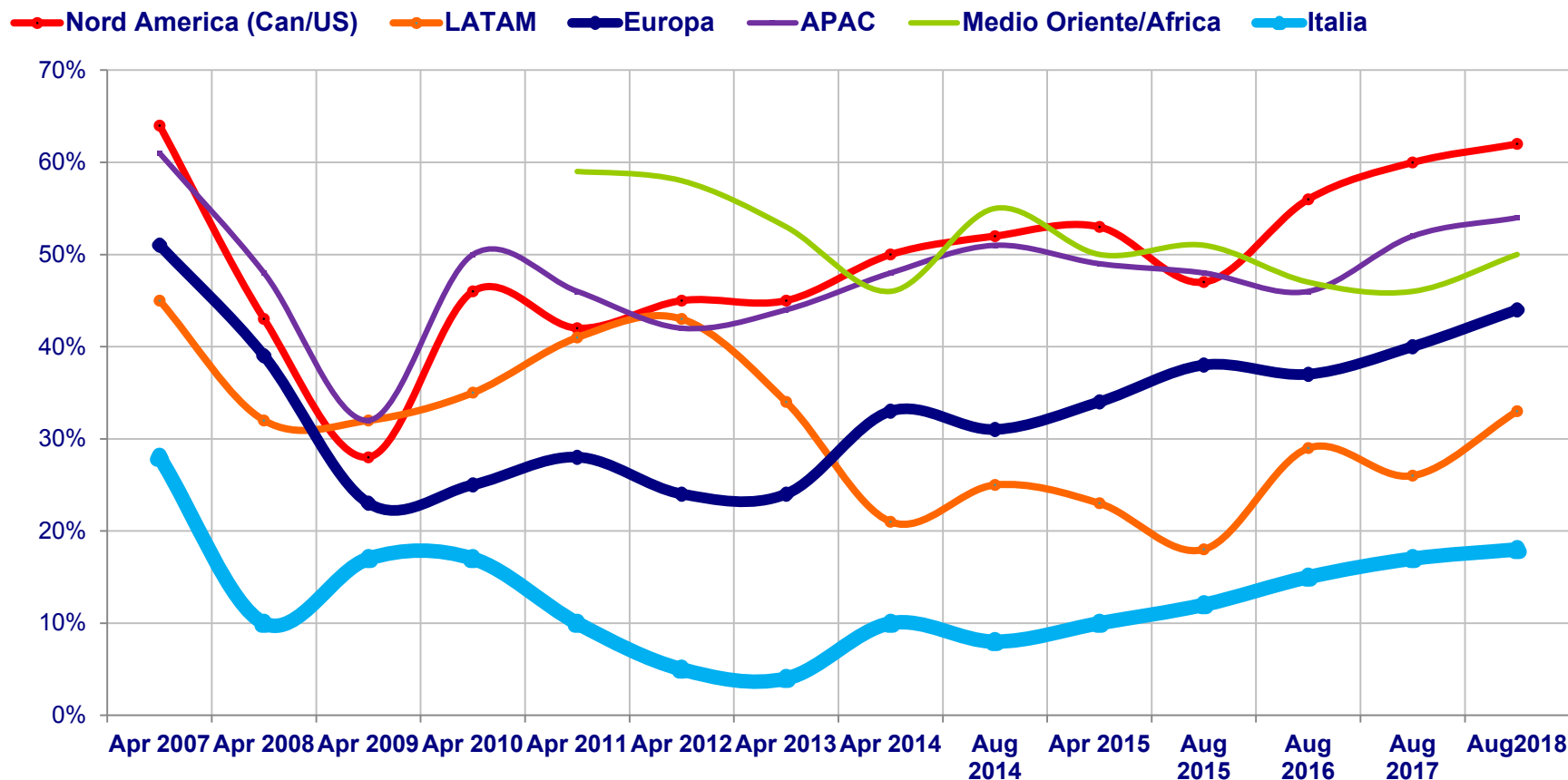
Lei quanto è preoccupato del Suo futuro economico dopo il pensionamento?

2018	Totale	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %			
		Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Preoccupati	72	66	66	74	78	73	77	66	77
Tranquilli	27	32	34	25	21	25	23	33	23

2018	Totale	PROFESSIONE - valori percentuali %	
		Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente
Preoccupati	72	68	73
Tranquilli	27	30	26

Riferendosi alla situazione economica del Paese in cui vive, come la descriverebbe?

% POSITIVA
(molto + abbastanza)



FONTE: *Sondaggio Ipsos Global @dvisor (base: per gli USA popolazione 18-64enne; per l'Europa popolazione 16-64enne)

Base: Totale intervistati



L'Europa e l'Euro

Nota

Gli italiani mettono in discussione la scelta europeista ancor meno che nel passato: il 66% rigetta l'idea di Italexit (il 61% nel 2017), si riducono sia coloro che la vivrebbero come un vantaggio (scendono al 14% nel 2018 dal 17% del 2017) sia coloro che ritengono non cambierebbe nulla (dal 19% del 2017 al 13% odierno). Il 7% non sa esprimersi sul tema.

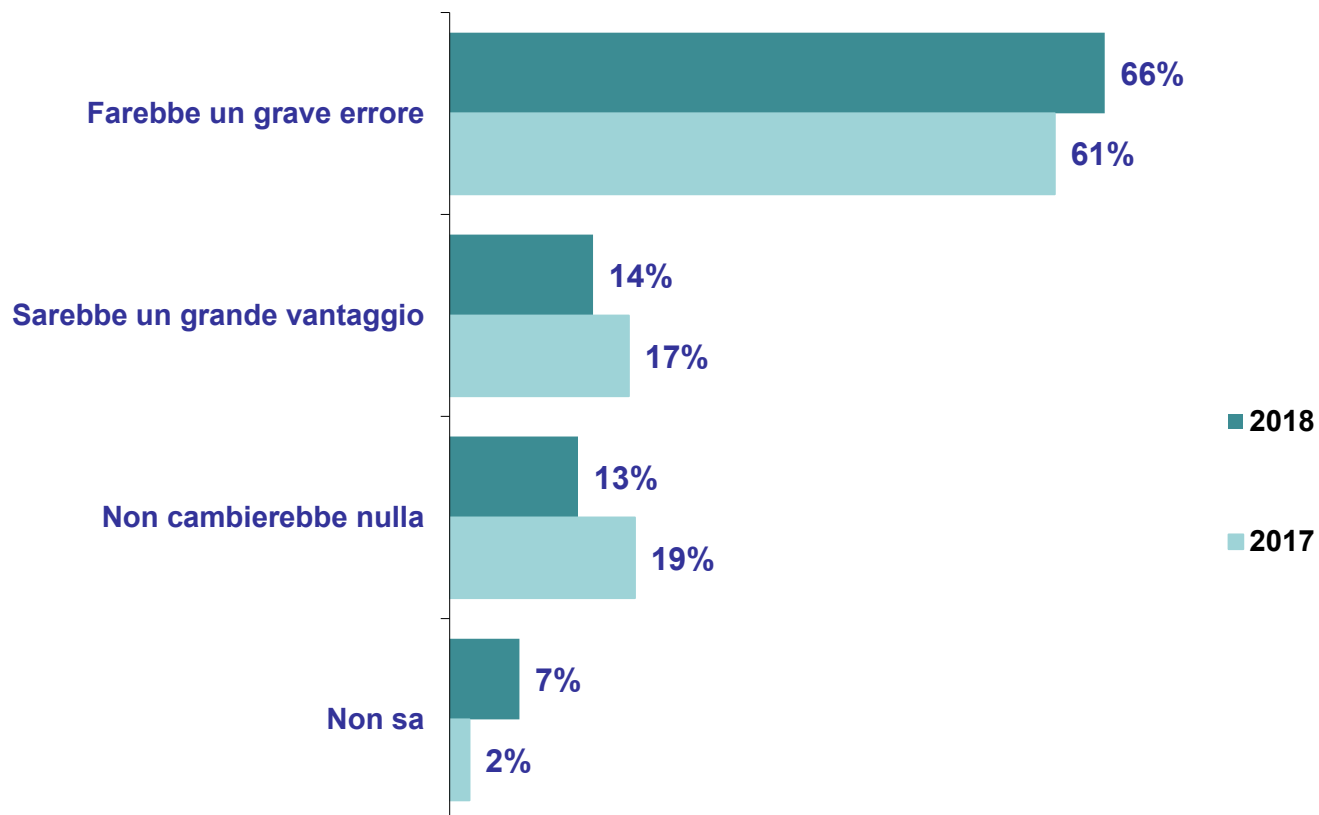
Peraltro l'Unione Europea continua a dividere gli italiani: il 47% ne ha fiducia, mentre il 53% si fida poco: l'anno scorso il 51% si fidava e il 49% si fidava poco. Diminuisce la quota di italiani che ritengono che l'Europa andrà nella giusta direzione (51%) rispetto a quelli che pensano sbaglierà strada (32%).

Nel complesso, dunque, la sfiducia sembra esprimere un rammarico per ciò che l'Europa potrebbe essere anziché un rifiuto del progetto Ue.

L'Euro, principale elemento di debolezza dell'Ue nella percezione degli italiani, lentamente riguadagna consensi. **Gli insoddisfatti dell'euro, sia pur ancora in netta maggioranza, scendono:** erano il 74% nel 2014, il 65% nel 2017, sono il 63% oggi. I più soddisfatti sono i giovani (43%) e gli abitanti nel Nord Ovest (46%). **Si riducono coloro che pensano che tra 20 anni sarà meglio essere usciti dall'euro** (dal 33% del 2017 al 29% del 2018), mentre crescono coloro che pensano sarà un **importante vantaggio** rimanere nell'euro (56% attuale, erano il 54% del 2017).

Uscita dall'Unione Europea

Lei pensa che se l'Italia uscisse dall'Unione Europea...



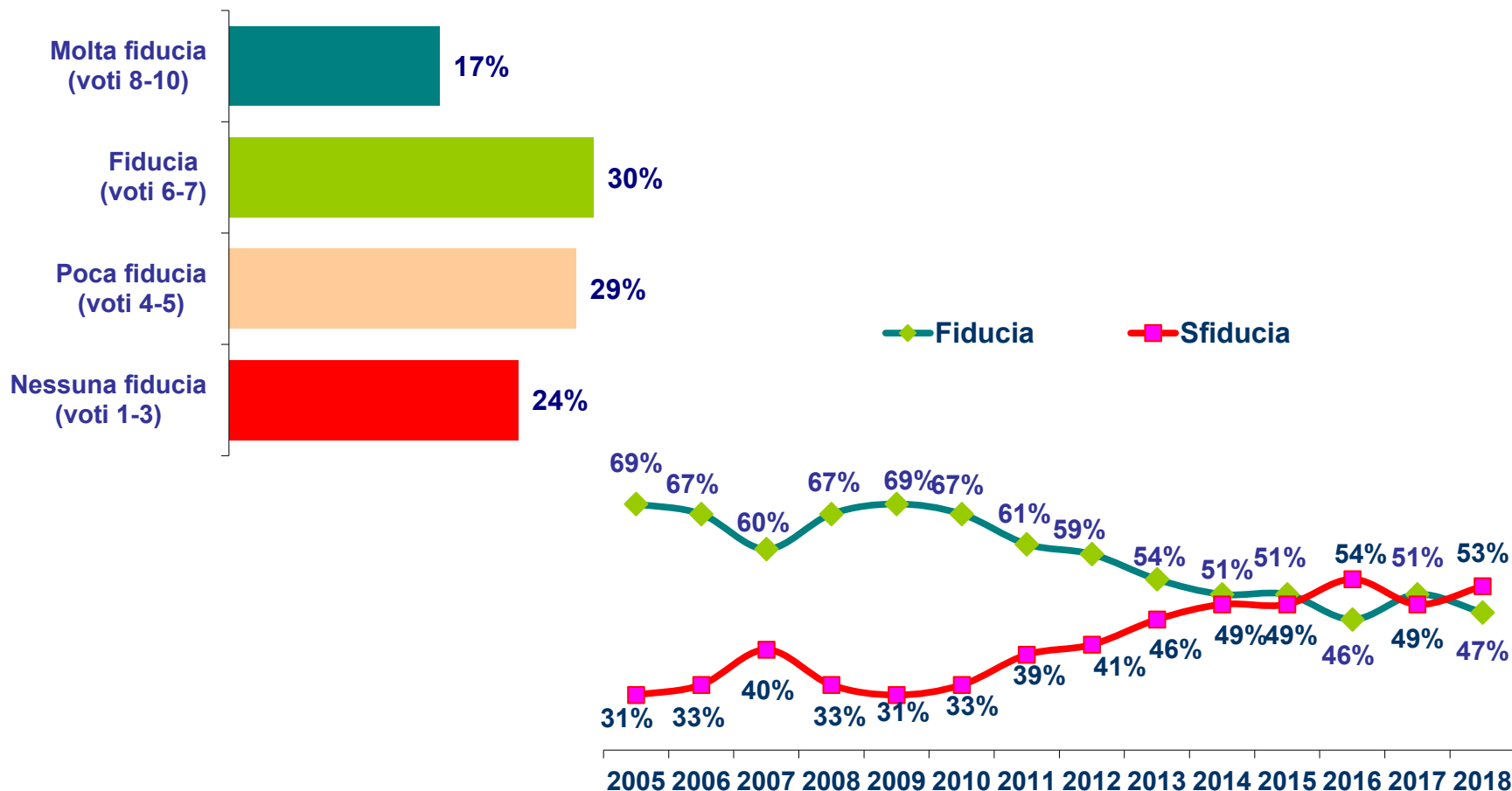
Se l'Italia uscisse dall'Unione Europea...

2018	PROFESSIONE - valori percentuali %					
	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Farebbe un grave errore	71	80	70	59	76	75
Sarebbe un grande vantaggio	15	8	16	24	13	12
Non cambierebbe nulla	14	12	14	17	11	13

2018	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Farebbe un grave errore	71	71	73	75	67
Sarebbe un grande vantaggio	15	18	15	17	13
Non cambierebbe nulla	14	11	12	8	20

2018	SESSO - valori %		CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %				
	Totale	Uomo	Donna	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Farebbe un grave errore	71	73	68	70	69	70	74
Sarebbe un grande vantaggio	15	14	17	16	17	16	13
Non cambierebbe nulla	14	13	15	15	13	14	13

In generale lei ha fiducia oppure no nell'Unione Europea?



2018
2017

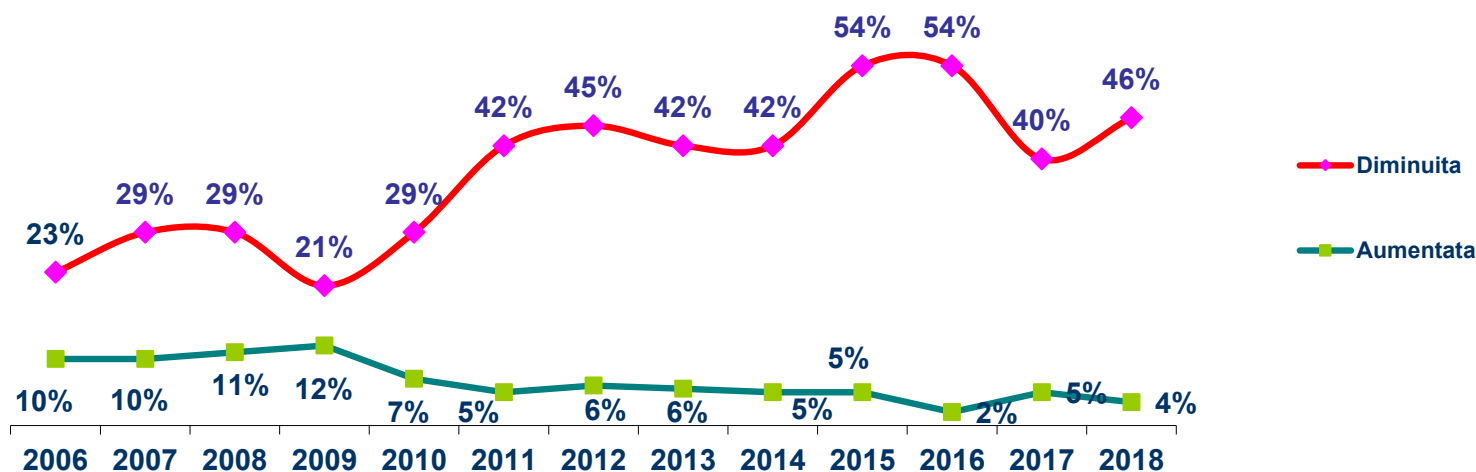
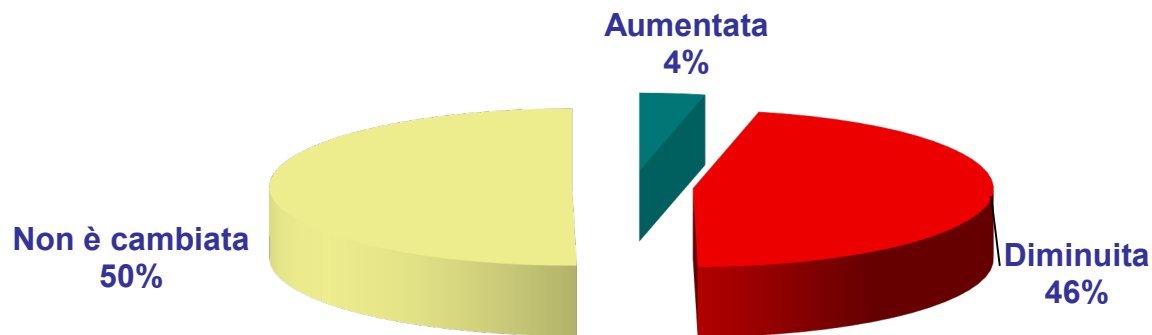
AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Fiducia	47	52	47	50	43	51	56	51	53	47
Sfiducia	53	48	53	50	57	49	44	49	47	53

CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Fiducia	47	52	46	43	51	51	58	48	51	49
Sfiducia	53	48	54	57	49	49	42	52	49	51

PROFESSIONE - valori percentuali %	Totale	Lav. Direttivo	Lav. Dip.	Non occupato	Studente	Pensionato	Totale	Lav. Direttivo	Lav. Dip.	Non occupato	Studente	Pensionato
Fiducia	47	54	47	37	61	50	51	63	54	35	79	52
Sfiducia	53	46	53	63	39	50	49	37	46	65	21	48

Andamento della fiducia nell'Unione Europea

Nell'ultimo anno la Sua fiducia nell'Unione Europea è ... ?



Andamento della fiducia nell'Unione Europea

		AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %			
2018	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Aumentata	4	4	4	2	4
Diminuita	46	40	52	44	49
Non è cambiata	50	56	43	54	47

2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Aumentata	5	7	4	6	4
Diminuita	40	41	45	39	37
Non è cambiata	55	52	51	55	59

Andamento della fiducia nell'Unione Europea

		CLASSI D'ETA' - valori percentuali %			
2018	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Aumentata	4	5	4	3	3
Diminuita	46	46	50	45	44
Non è cambiata	50	49	46	52	53

2017	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Aumentata	5	6	2	3	8
Diminuita	40	38	47	39	37
Non è cambiata	55	56	51	58	55

Andamento della fiducia nell'Unione Europea

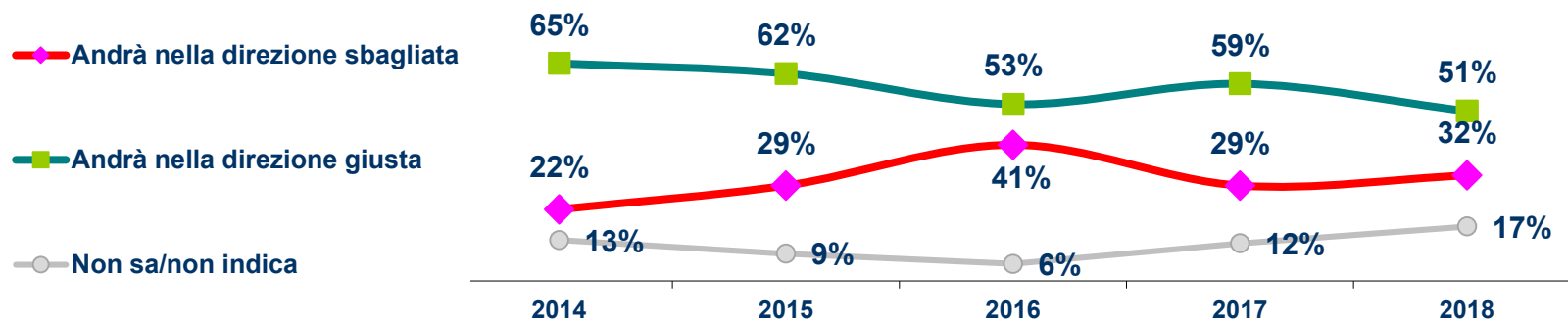
		PROFESSIONE - valori percentuali %				
2018	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Aumentata	4	5	4	3	4	3
Diminuita	46	34	45	54	41	48
Non è cambiata	50	61	51	43	55	49

2017	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Aumentata	5	3	3	4	15	7
Diminuita	40	41	40	46	20	39
Non è cambiata	55	56	57	50	65	53

Aspettativa futura dell'Unione Europea

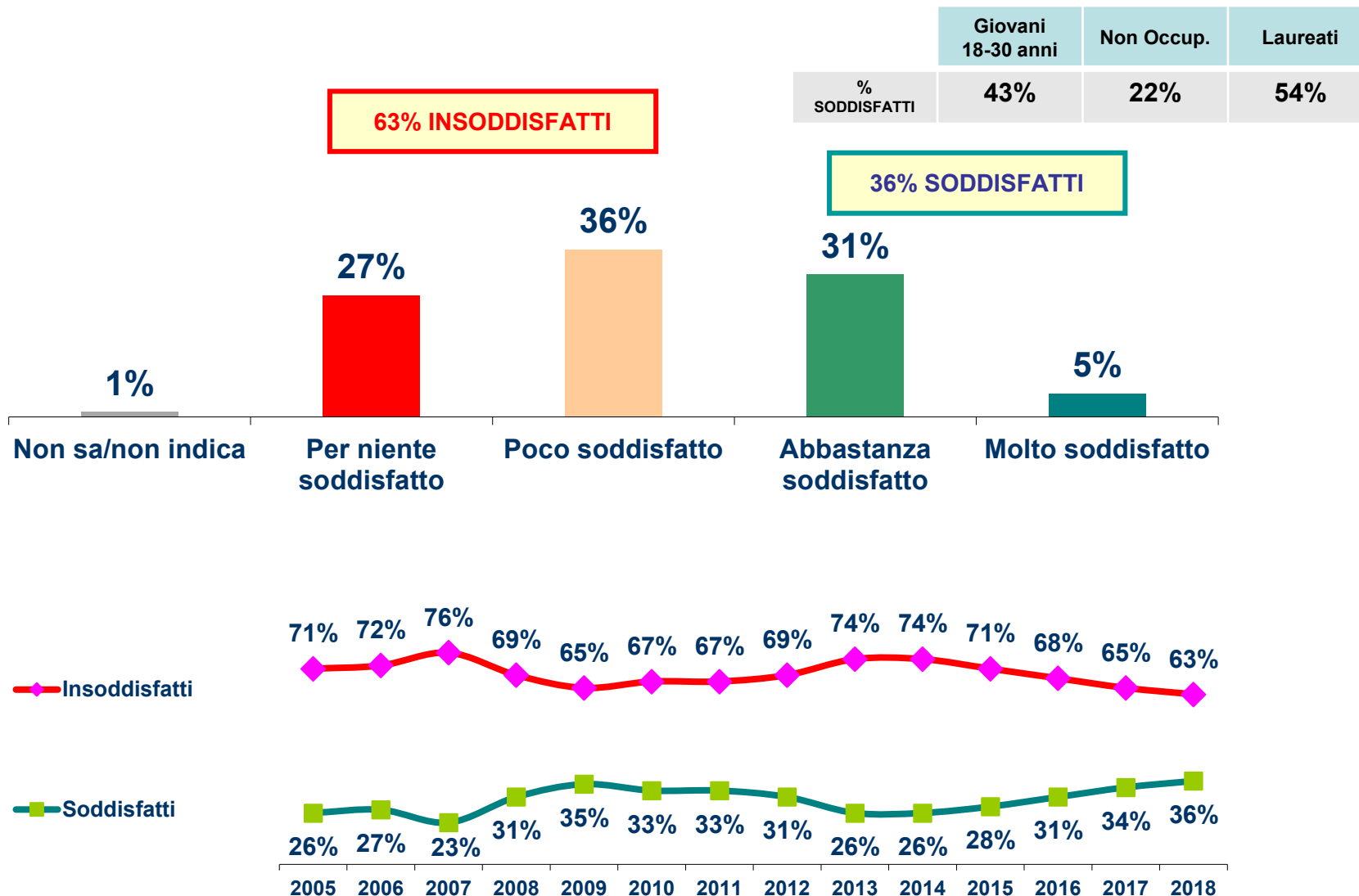
Se pensa ai prossimi 5 anni lei direbbe che l'Unione Europea ...

Valori %



	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %					CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %			
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Andrà nella direzione giusta	51	52	49	56	49	53	51	51	51
Andrà nella direzione sbagliata	32	29	39	30	33	29	35	33	33
Non sa/non indica	17	19	13	14	18	18	15	16	17

Lei quanto si ritiene soddisfatto dell'Euro, a oltre 15 anni dalla sua introduzione?



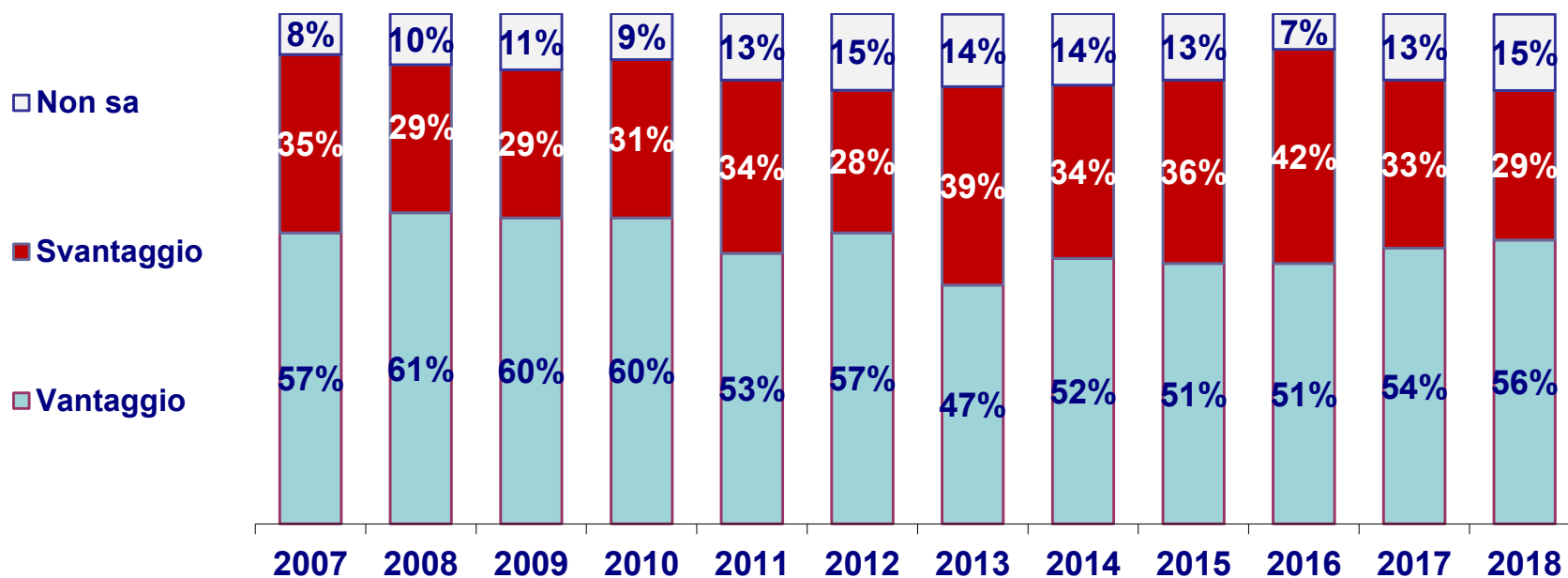
Lei quanto si ritiene soddisfatto sull'introduzione dell'Euro?

		AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %			
2018	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Molto soddisfatto	5	8	3	7	3
Abbastanza soddisfatto	31	38	34	33	22
Poco soddisfatto	36	30	38	40	39
Per niente soddisfatto	27	23	23	19	35
Non indica	1	1	1	1	1

2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Molto soddisfatto	4	4	6	7	2
Abbastanza soddisfatto	30	35	35	34	22
Poco soddisfatto	35	33	35	29	39
Per niente soddisfatto	30	27	23	29	37
Non indica	1	1	1	1	-

L'Italia tra 20 anni: l'Euro è un vantaggio?

Immagini l'Italia fra 20 anni: avere l'Euro per l'Italia sarà un vantaggio o uno svantaggio?



L'Italia tra 20 anni: l'Euro è un vantaggio?

2018

2017

AREA GEOGRAFICA- valori percentuali %	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Vantaggio	56	55	62	61	50	54	56	58	61	46
Svantaggio	29	28	29	23	34	33	29	28	30	41
Non sa	15	17	10	16	16	13	15	14	9	13

CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Vantaggio	56	61	51	56	55	54	61	51	50	53
Svantaggio	29	25	40	30	21	33	30	39	37	24
Non sa	15	15	8	14	24	13	9	10	13	23

PROFESSIONE - valori percentuali %	Totale	Lav. Direttivo	Lav. Dip.	Non occupato	Studente	Pensionato	Totale	Lav. Direttivo	Lav. Dip.	Non occupato	Studente	Pensionato
Vantaggio	56	72	60	41	64	53	54	63	58	36	77	54
Svantaggio	29	23	29	43	17	24	33	25	32	52	15	23
Non sa	15	5	11	16	19	23	13	12	10	12	8	23



***Il Risparmio: ultimi 12 mesi e
attese per i prossimi 12***

Nota

Il numero di italiani **propensi al risparmio rimane estremamente elevato: sono l'86%** (come nel 2017); di questi sono il 38% quelli che non vivono tranquilli senza mettere da parte qualcosa (erano il 37%), il 48% coloro che ritengono sia bene fare dei risparmi senza troppe rinunce (erano il 49%). **Diminuisce lievemente la quota di coloro che preferiscono godersi la vita senza pensare a risparmiare: sono il 10%** (-2 punti percentuali sul 2017). Il 4% non sa decidersi.

Aumenta (e ritorna maggioritaria) di 2 punti percentuali la quota di italiani che affermano di aver risparmiato negli ultimi dodici mesi: passano dal 37% del 2017 al 39% attuale, mentre diminuiscono coloro che consumano tutto il reddito (il 37%, erano il 41% nel 2017). Al contempo **aumentano lievemente le famiglie in saldo negativo di risparmio: dal 21% del 2017 al 22% attuale**; in quest'ambito decresce il numero di coloro che intaccano il risparmio accumulato (dal 16% dello scorso anno al 14% attuale), ma aumentano coloro che ricorrono a prestiti (sono l'8% contro il 5% del 2017). **L'aumento del risparmio lordo delle famiglie (+18% rispetto allo stesso periodo del 2017) è riscontrato anche dall'Istat** (ricordiamo che Istat rileva lo stock di risparmio, non il numero dei risparmiatori).

Combinando l'andamento del risparmio delle famiglie italiane nell'ultimo anno (2018) e le previsioni per quello futuro (2019), si nota che **aumenta il numero di coloro che migliorano la propria situazione** (trend positivo o in risalita sono il 34%, erano il 33%) e si riduce quello di coloro che si situano in 'crisi grave' di risparmio (sono il 24%, erano il 25%).

Nota

Analizzando i sei gruppi di tendenza rispetto al risparmio, si registra un lento ritorno alla normalità: aumenta chi riesce a 'galleggiare' o a migliorare lievemente, si riducono un poco le situazioni problematiche. Nel dettaglio:

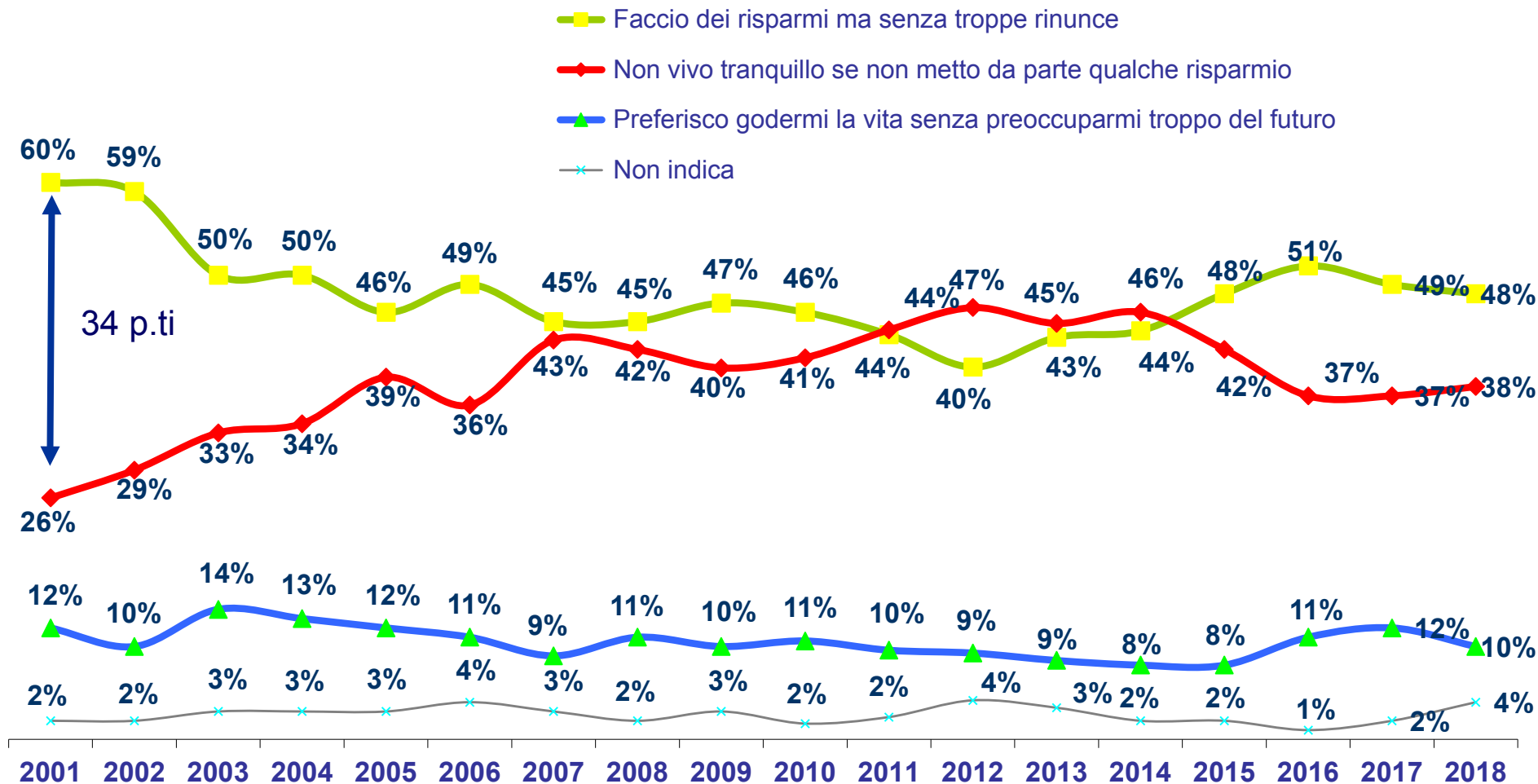
- **Famiglie con trend di risparmio positivo** - hanno risparmiato nell'ultimo anno e lo faranno di più o nella stessa misura anche nei prossimi dodici mesi: **sono il 29%, il dato più elevato della serie storica, in aumento rispetto al 2017-2016-2015 (+2 punti) e ancor di più rispetto agli anni precedenti** (+9 punti percentuali rispetto al 2014, +15 rispetto al 2013, +13 rispetto al 2012 quando il dato era il 16%).
- **Famiglie con risparmio in risalita** - hanno speso tutto senza far ricorso a risparmi/debiti, ma nei prossimi dodici mesi pensano di risparmiare di più: **sono il 5%, in lieve diminuzione rispetto al 6% del 2017** e in linea con il 2016 (6% nel 2015, 4% nel 2014, 5% nel 2013, 4% nel 2012 e nel 2011).
- **Famiglie che galleggiano** - hanno speso tutto senza far ricorso a risparmi/debiti e pensano che lo stesso avverrà nel prossimo anno, oppure hanno fatto ricorso a risparmi/debiti, ma prevedono di risparmiare di più nei prossimi dodici mesi: **sono il 27%, in lieve calo rispetto al 28% del 2017**, ma in crescita rispetto agli anni precedenti (+2 punti percentuali rispetto al 2016, +1 punto rispetto al 2015, +5 punti rispetto al 2014, +8 punti rispetto al 2013).
- **Famiglie col risparmio in discesa** - sono riuscite a risparmiare, ma temono di risparmiare meno nei prossimi dodici mesi: **sono il 9%, in linea con il 2017** (nel 2016 erano il 12%, nel 2015 l'8%).

Nota

- **Famiglie in crisi moderata di risparmio** - hanno consumato tutto il reddito e nei prossimi dodici mesi temono di risparmiare meno: **sono il 7%, in lieve calo rispetto agli anni passati** (nel 2017 erano il 9%, nel 2016 l'8%, nel 2015 il 9%, nel 2014 il 16%, nel 2013 il 18%).
- **Famiglie in crisi grave di risparmio** - hanno fatto ricorso ai risparmi accumulati e a debiti (famiglie in “saldo negativo”) e pensano che la situazione del prossimo anno sarà identica o si aggraverà: sono **sostanzialmente stabili, nel 2018 sono il 17%** (contro il 16% dell'anno scorso, il dato più basso dell'intera serie storica).

8 famiglie su 10 riuscirebbero a far fronte a una spesa imprevista di 1.000 euro con risorse proprie (il 78%, dato in calo di 2 punti percentuali rispetto al 2017); ma se la spesa imprevista fosse maggiore, 10.000 euro (ossia un furto d'auto, una complessa operazione dentistica, la sistemazione di un tetto o una cartella esattoriale non attesa), **potrebbero farvi fronte con le sole proprie forze poco più di 1 famiglia su 3** (il 36%, 2 punti percentuali in più rispetto al 2017): in questa situazione abbastanza stabile si evidenzia come aumentino sia le famiglie in grado di avere almeno 10.000 euro da parte, sia quelle in maggiore difficoltà.

In fatto di risparmio, quale di queste 3 affermazioni descrive meglio il Suo pensiero?



In fatto di risparmio, quale di queste 3 affermazioni descrive meglio il Suo pensiero?

2018	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Non vivo tranquillo se non metto da parte qualche risparmio	38	31	36	40	43
Faccio dei risparmi, ma senza troppe rinunce	48	54	47	51	43
Preferisco godermi la vita senza preoccuparmi troppo del futuro	10	11	14	7	10
Non sa	4	4	3	2	4

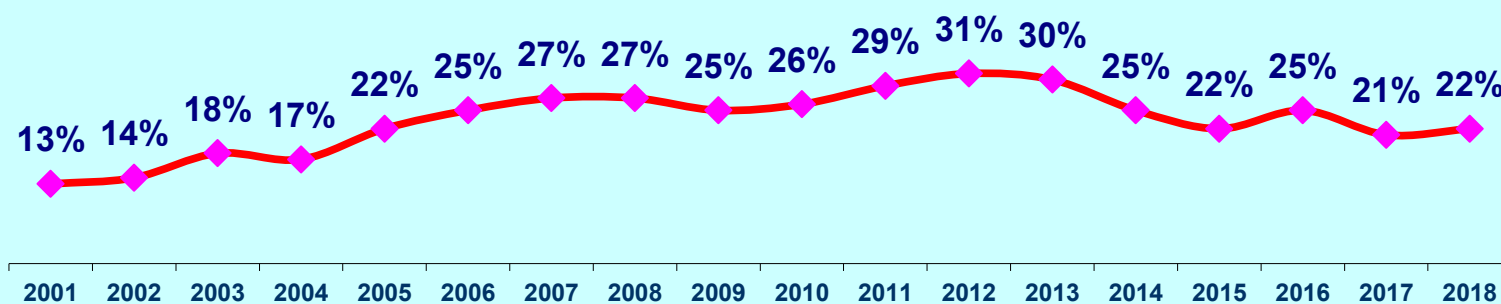
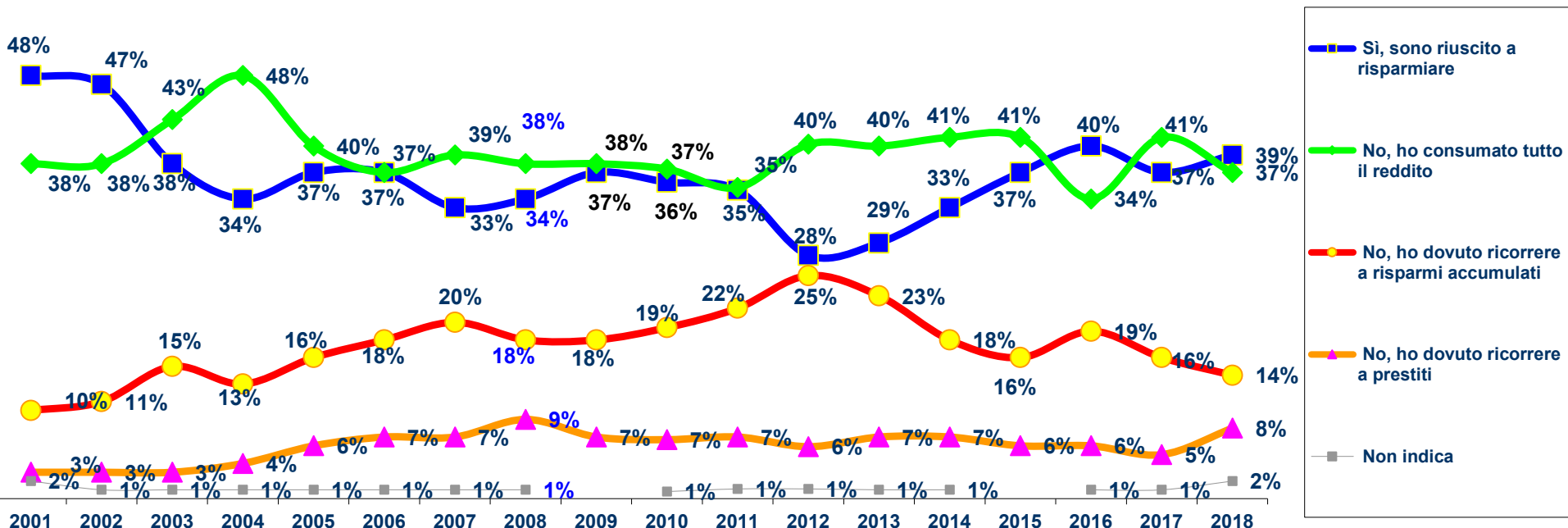
2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Non vivo tranquillo se non metto da parte qualche risparmio	37	36	40	35	37
Faccio dei risparmi, ma senza troppe rinunce	49	51	50	47	47
Preferisco godermi la vita senza preoccuparmi troppo del futuro	12	11	9	15	12
Non sa	2	2	1	3	4

In fatto di risparmio, quale di queste 3 affermazioni descrive meglio il Suo pensiero?

2018	SESSO - valori percentuali %		
	Totale	Uomo	Donna
Non vivo tranquillo se non metto da parte qualche risparmio	38	33	42
Faccio dei risparmi, ma senza troppe rinunce	48	51	46
Preferisco godermi la vita senza preoccuparmi troppo del futuro	10	13	8
Non sa	4	3	4

2018	CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %				
	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Non vivo tranquillo se non metto da parte qualche risparmio	38	31	39	44	36
Faccio dei risparmi, ma senza troppe rinunce	48	53	50	44	47
Preferisco godermi la vita senza preoccuparmi troppo del futuro	10	15	8	8	11
Non sa	4	1	3	4	6

Negli ultimi 12 mesi Lei/ la Sua famiglia è riuscito/a a risparmiare parte del reddito guadagnato?



Famiglie in saldo negativo

Negli ultimi 12 mesi Lei/ la Sua famiglia è riuscito/a a risparmiare parte del reddito guadagnato?

2018	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Si', sono riuscito a risparmiare	40	46	43	47	30
No, ho consumato tutto il reddito	38	37	35	35	41
No, e ho dovuto ricorrere ai risparmi accumulati	14	14	15	11	17
No, e ho dovuto ricorrere a prestiti	8	3	7	7	12
Famiglie saldo negativo	22	17	22	18	29

2017					
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Si', sono riuscito a risparmiare	37	43	43	37	30
No, ho consumato tutto il reddito	42	42	43	32	46
No, e ho dovuto ricorrere ai risparmi accumulati	16	11	13	27	14
No, e ho dovuto ricorrere a prestiti	5	4	1	4	10
Famiglie saldo negativo	21	15	14	31	24

Negli ultimi 12 mesi Lei/ la Sua famiglia è riuscito/a a risparmiare parte del reddito guadagnato?

2018

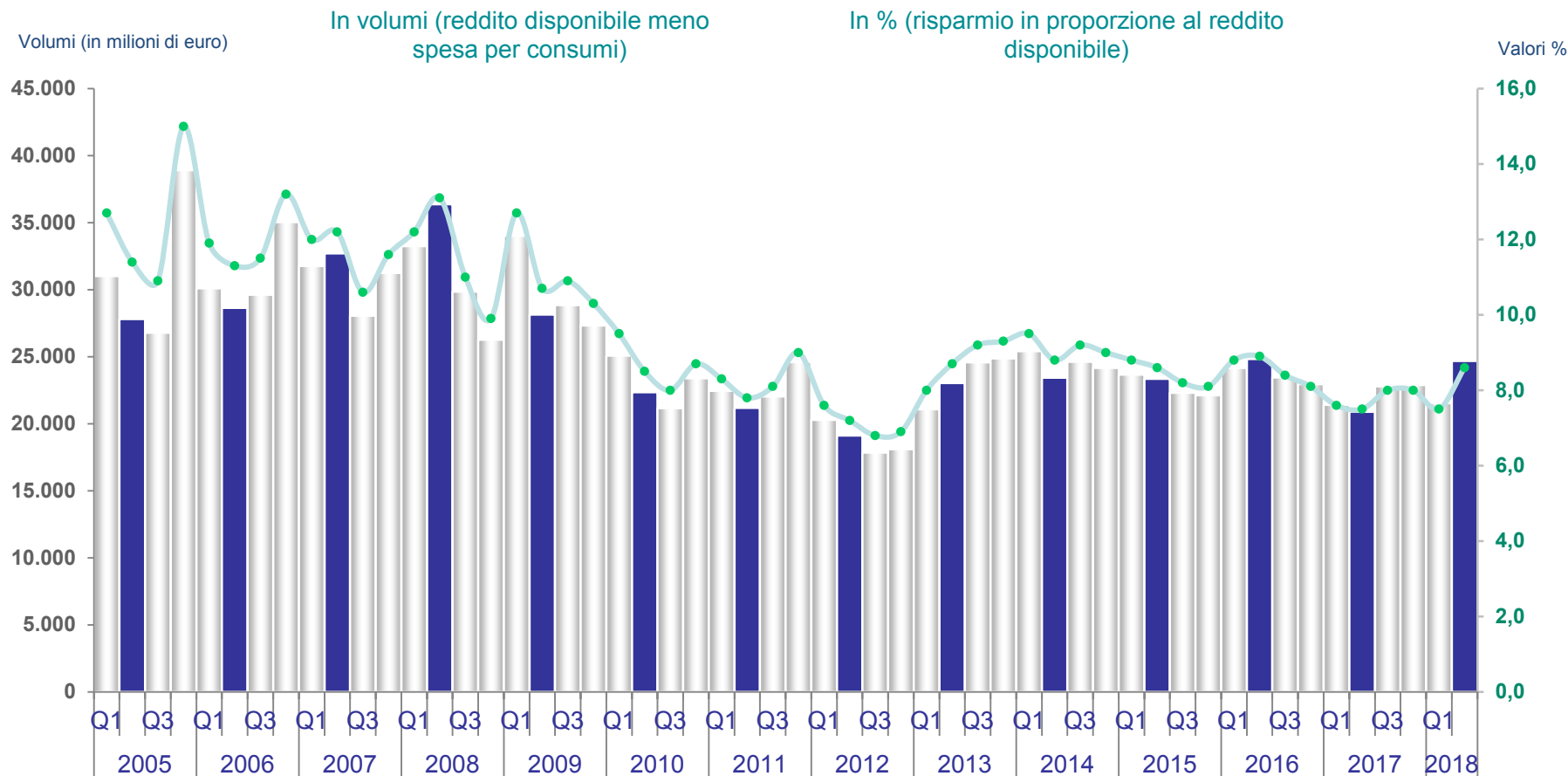
	Totale	SESSO - valori %		CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %			
		Uomo	Donna	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Si', sono riuscito a risparmiare	40	39	42	40	42	40	38
No, ho consumato tutto il reddito	38	39	36	39	33	39	39
No, e ho dovuto ricorrere ai risparmi accumulati	14	14	15	18	12	13	17
No, e ho dovuto ricorrere a prestiti	8	8	7	3	13	8	6
<i>Famiglie saldo negativo</i>	22	22	22	2	25	21	23

2018

	Totale	PROFESSIONE - valori percentuali %				
		Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Si', sono riuscito a risparmiare	40	51	45	27	37	38
No, ho consumato tutto il reddito	38	30	36	39	52	39
No, e ho dovuto ricorrere ai risparmi accumulati	14	9	11	23	6	18
No, e ho dovuto ricorrere a prestiti	8	10	8	11	5	5
<i>Famiglie saldo negativo</i>	22	19	19	34	11	23

Nel secondo trimestre 2018 cresce la propensione al risparmio delle famiglie

■ risparmio lordo delle famiglie — propensione al risparmio in %



Risparmio lordo: misura la parte di reddito disponibile lordo, non impiegato per i consumi finali

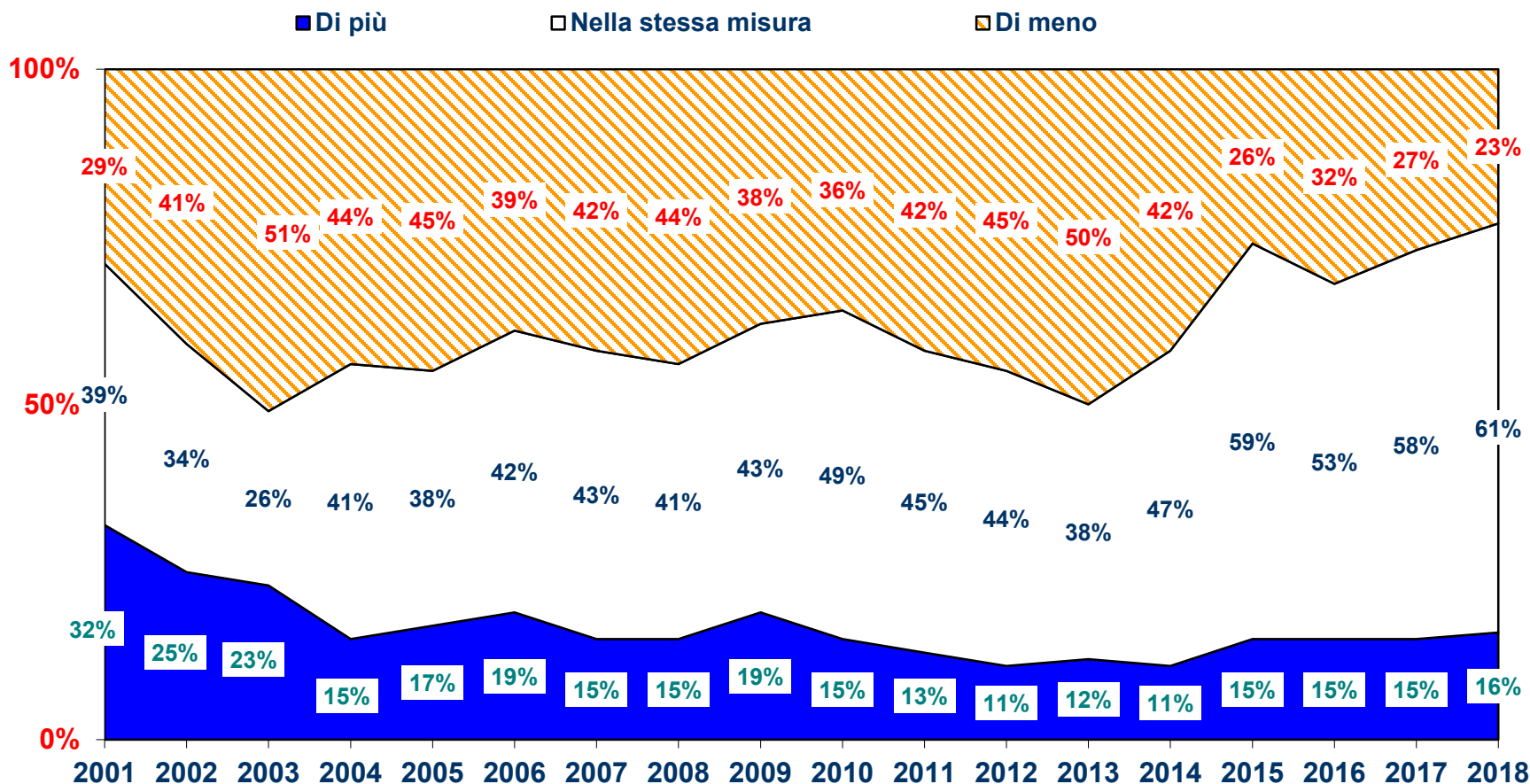
Propensione al risparmio: quota del risparmio lordo delle famiglie sul loro reddito disponibile lordo

Negli ultimi 12 mesi Lei/ la Sua famiglia è riuscito/a a risparmiare parte del reddito guadagnato?

2018	TENORE DI VITA PERSONALE - valori percentuali %				
	Totale	Migliorato	Mantenuto facilmente costante	Mantenuto difficilmente costante	Peggiorato
Si', sono riuscito a risparmiare	40	72	58	31	9
No, ho consumato tutto il reddito	38	18	35	44	37
No, e ho dovuto ricorrere ai risparmi accumulati	14	9	5	17	31
No, e ho dovuto ricorrere a prestiti	8	1	2	8	23
Famiglie saldo negativo	18	10	7	25	54

	%	Totale	Migliorato	Mantenuto facilmente costante	Mantenuto difficilmente costante	Peggiorato
2018						
Si', sono riuscito a risparmiare	40	72	58	31	9	
Saldo (hanno risparmiato - sono ricorsi a prestiti/risparmi)	18	62	51	6	-45	
2017						
Si', sono riuscito a risparmiare	37	65	57	27	11	
Saldo (hanno risparmiato - sono ricorsi a prestiti/risparmi)	16	54	44	5	-30	
2016						
Si', sono riuscito a risparmiare	40	72	64	29	14	
Saldo (hanno risparmiato - sono ricorsi a prestiti/risparmi)	15	62	54	-2	-34	

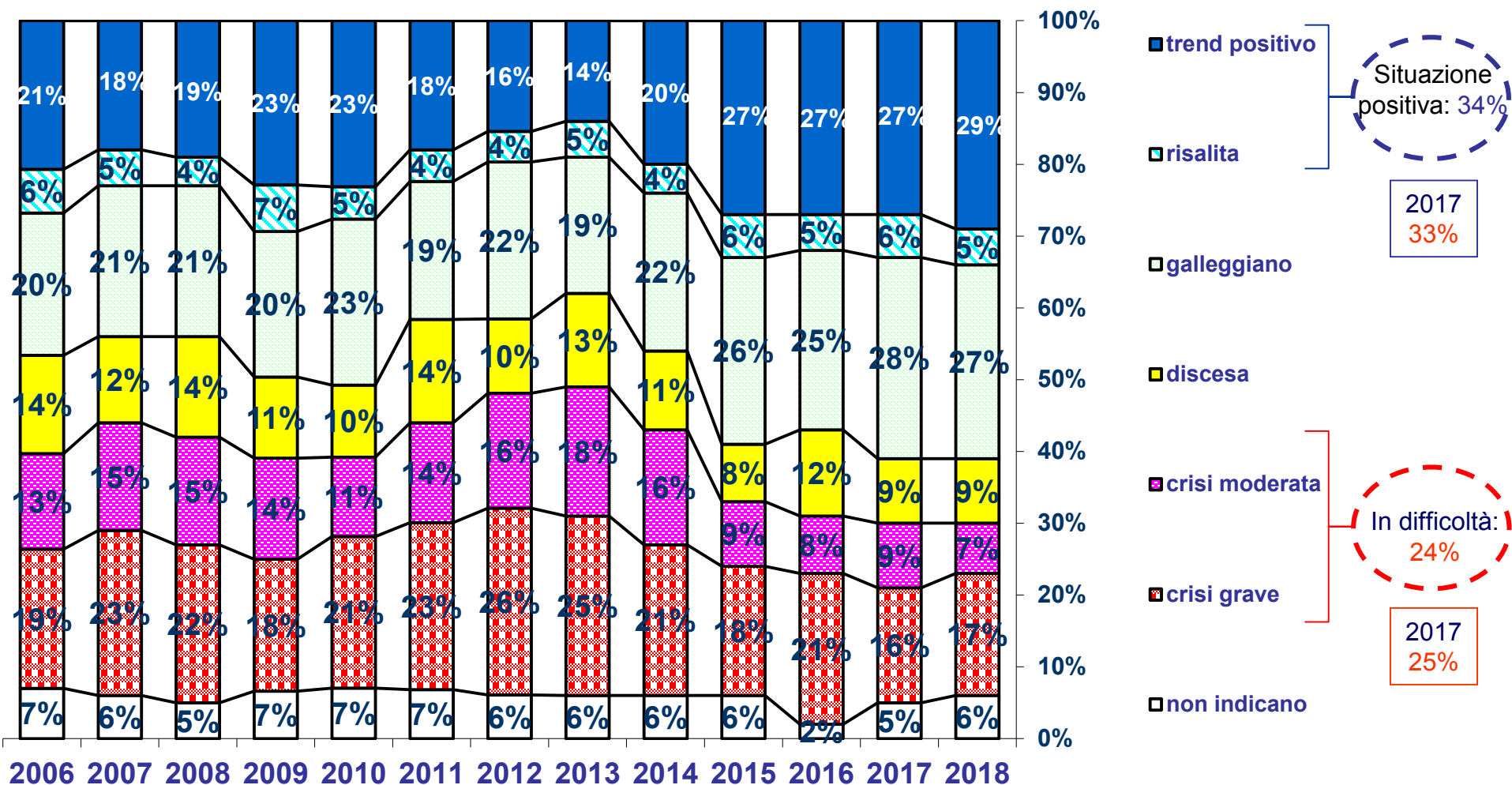
E nel corso dei prossimi 12 mesi Lei/la Sua famiglia pensa di riuscire a risparmiare di più o di meno rispetto a quest'anno?



E nel corso dei prossimi 12 mesi Lei/la Sua famiglia pensa di riuscire a risparmiare di più o di meno rispetto a quest'anno?

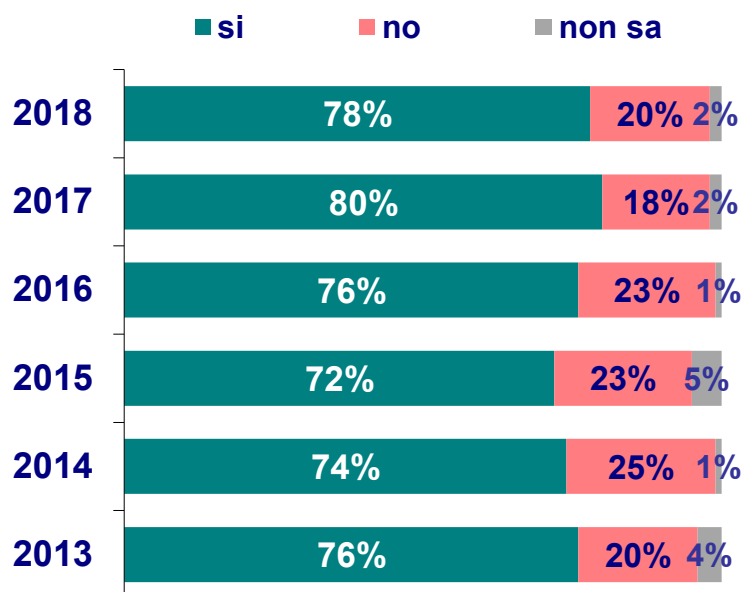
2018	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
penso di risparmiare di più	16	11	14	18	19
penso di risparmiare più o meno nella stessa misura	61	64	66	57	58
penso di risparmiare di meno	23	25	20	25	23

2017					
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
penso di risparmiare di più	15	17	15	13	15
penso di risparmiare più o meno nella stessa misura	58	63	59	53	57
penso di risparmiare di meno	27	20	26	34	28

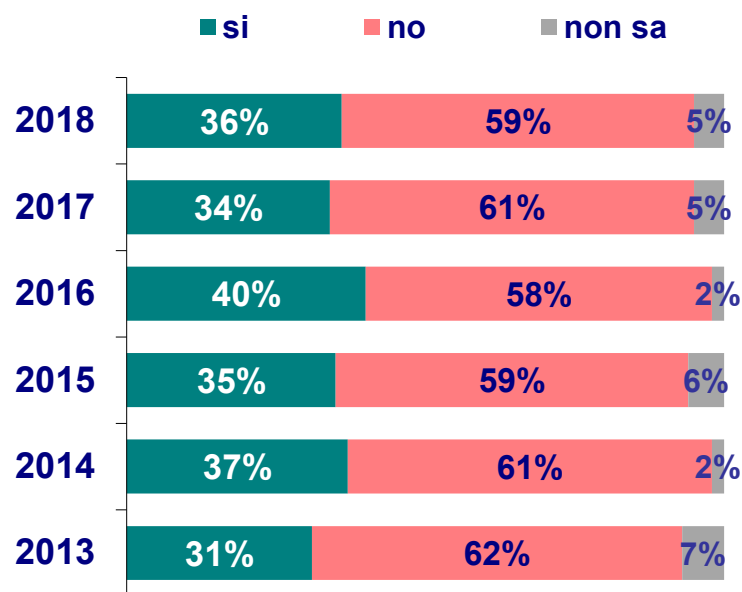


La capacità delle famiglie di far fronte a spese impreviste

La Sua famiglia sarebbe in grado di far fronte a spese impreviste di un ammontare approssimativo di 1.000 euro con risorse proprie?



E se invece l'ammontare di spese impreviste fosse di 10.000 euro, la Sua famiglia sarebbe in grado di far fronte a queste spese tramite risorse proprie?



La capacità delle famiglie di far fronte a spese impreviste

	2018					2017				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Sarebbero in grado di far fronte a spese impreviste da 1.000 €	78	82	81	83	70	80	91	84	79	71
Sarebbero in grado di far fronte a spese impreviste da 10.000 €	36	44	41	40	24	34	47	37	37	20

	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Sarebbero in grado di far fronte a spese impreviste da 1.000 €	78	83	72	81	75	80	79	82	79	82
Sarebbero in grado di far fronte a spese impreviste da 10.000 €	36	36	28	39	38	34	28	31	34	42



La Relazione tra risparmio e investimento

Nota

La preferenza degli italiani per la liquidità è sempre elevata e riguarda il 62%, in lieve calo rispetto al 67% del 2017. Aumenta chi desidera investire una parte minoritaria dei propri risparmi, che passa dal 22% al 26%. Costanti coloro che ne investono la maggior parte (7%), mentre il 5% non si esprime.

Rispetto al 2017 la situazione è sostanzialmente costante: stabile la quota dei possessori di certificati di deposito e di obbligazioni (8%, come l'anno passato), di assicurazioni sulla vita/fondi pensione (25%, come nel 2017), di buoni postali (10%, come nel 2017), mentre calano lievemente i fondi di investimento (12%, -1 punto percentuale rispetto al 2017) e diminuiscono i libretti di risparmio (18%, -5 punti) e il numero di correntisti (81%, -3 punti).

Sembra che l'investimento ideale, per gli italiani, non esista più: essi si dividono in 3 gruppi quasi omogenei. Il 30% ritiene che l'investimento ideale proprio non ci sia (in lieve calo, -3 punti rispetto al 2017), il 32% lo indica negli immobili (+1 punto sul 2017), il 31% indica gli investimenti finanziari reputati più sicuri (+2 punti rispetto al 2017). Ultimi, con il 7%, sono coloro che indicano come ideali gli strumenti finanziari più rischiosi (stabili rispetto all'anno passato).

Nota

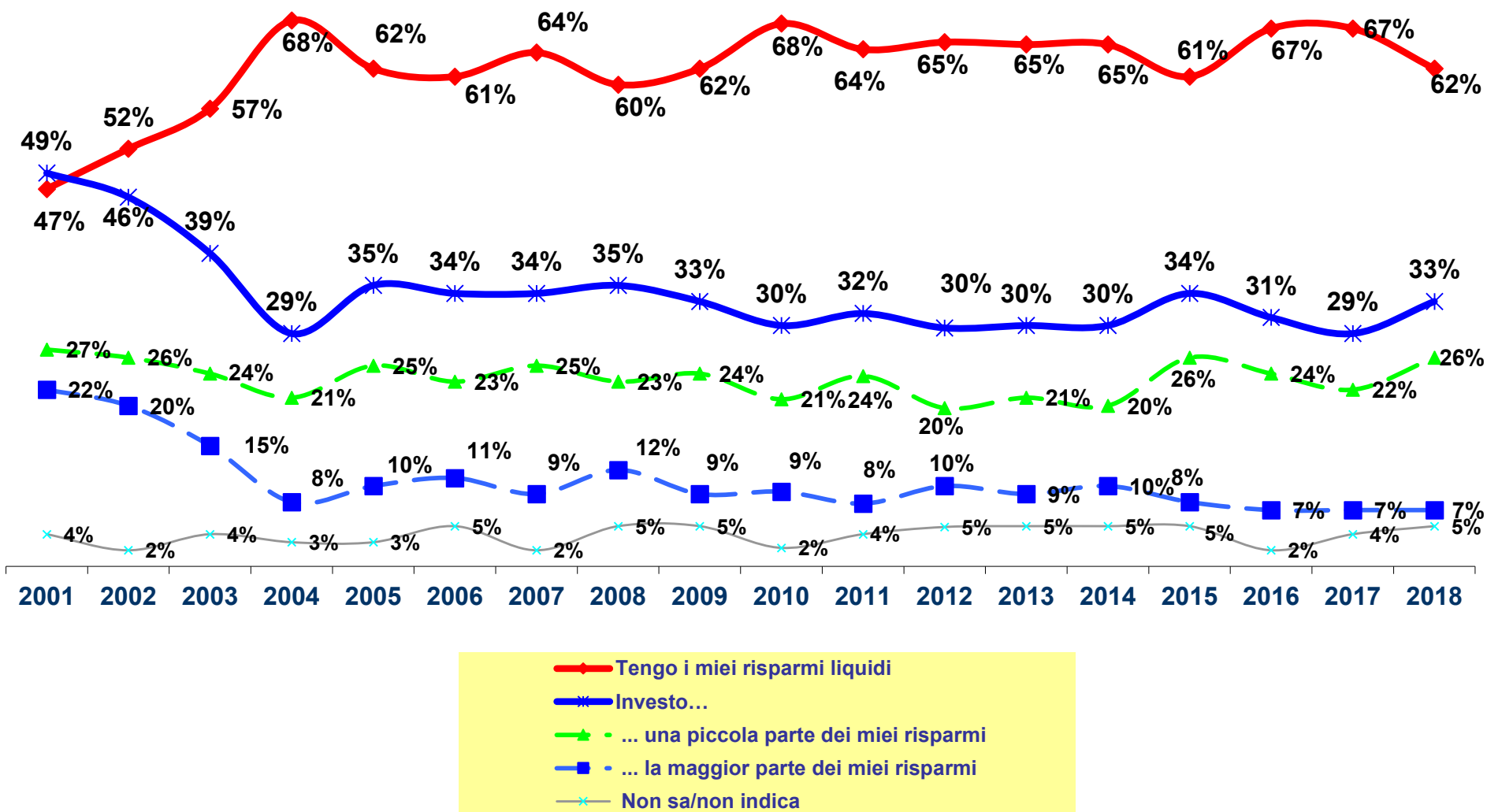
La dinamica degli investimenti immobiliari segna comunque una crescita per il quarto anno di fila; siamo al 32% (nel 2014 era il 24%, nel 2015 il 29%, nel 2016 il 30%, nel 2017 il 31%, ma molto lontani dal 2006, quando la percentuale di coloro che vedevano nel mattone l'investimento ideale era il 70%). La crescita della tensione all'immobiliare si registra solo al Sud e nelle Isole (38%); nel Nord, e soprattutto tra chi ha accumulato risparmi nel 2018, la preferenza va alle forme di investimento più sicure.

Il risparmiatore italiano rimane attento alla (bassa) rischiosità del tipo di investimento: il dato è in crescita rispetto all'anno scorso (dal 39% del 2017 al 43% di oggi) e torna quasi al livello del 2016 (era al 44%). **Diminuisce invece la rilevanza della solidità del proponente (dal 30% del 2017 al 26% di oggi).** **In lieve crescita l'attenzione ad attività che aiutino lo sviluppo dell'Italia (il 20% nel 2018 contro il 17% nel 2016).**

Il risparmiatore italiano è preoccupato del sistema di tutele messo a difesa del suo risparmio: il 64% ritiene poco efficaci regole, leggi e controlli (era il 66% lo scorso anno), mentre il 36% li ritiene efficaci (erano il 34% nel 2017). Il 48% si aspetta che in futuro il risparmiatore sarà ancor meno tutelato, dato comunque in contrazione rispetto al 52% del 2017; gli ottimisti in fatto di tutela passano dal 19% al 24%, con un bel balzo di 5 punti percentuali; il 28% non si sbilancia: tutto resterà come ora, o non sa proprio che previsioni fare.

Quello che si delinea è il ritratto di **un risparmiatore che rifugge il rischio**, ma questo atteggiamento – pur tranquillizzandolo - **non riesce a renderlo pienamente soddisfatto:** il 13% è molto soddisfatto (+2 punti rispetto al 2017) di come gestisce i suoi risparmi, il 54% è abbastanza soddisfatto (come lo scorso anno), il 28% è poco o per nulla soddisfatto, il 5% non si esprime.

In generale, Lei investe almeno una parte dei Suoi risparmi, oppure li mantiene liquidi, sul conto corrente?



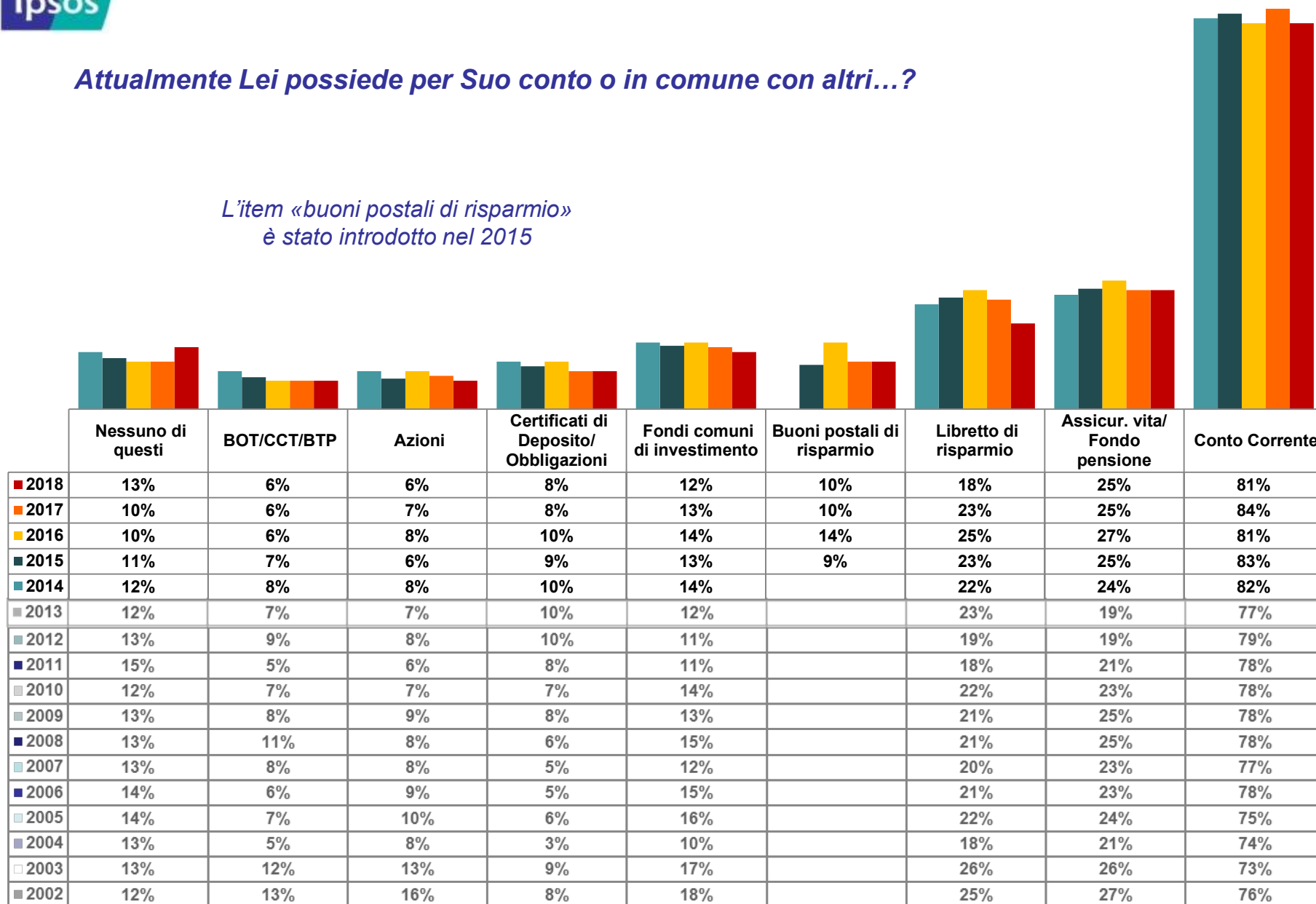
In generale, Lei investe almeno una parte dei Suoi risparmi, oppure li mantiene liquidi, sul conto corrente?

2018	AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %				
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Li mantengo liquidi	62	55	61	60	68
Reinvesto una piccola parte dei miei risparmi	26	28	27	27	24
Reinvesto la maggior parte dei miei risparmi	7	13	8	7	3
Non sa	5	4	4	6	5

2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Li mantengo liquidi	67	65	56	68	74
Reinvesto una piccola parte dei miei risparmi	22	21	30	23	19
Reinvesto la maggior parte dei miei risparmi	7	9	9	7	4
Non sa	4	5	5	2	3

Attualmente Lei possiede per Suo conto o in comune con altri...?

*L'item «buoni postali di risparmio»
è stato introdotto nel 2015*



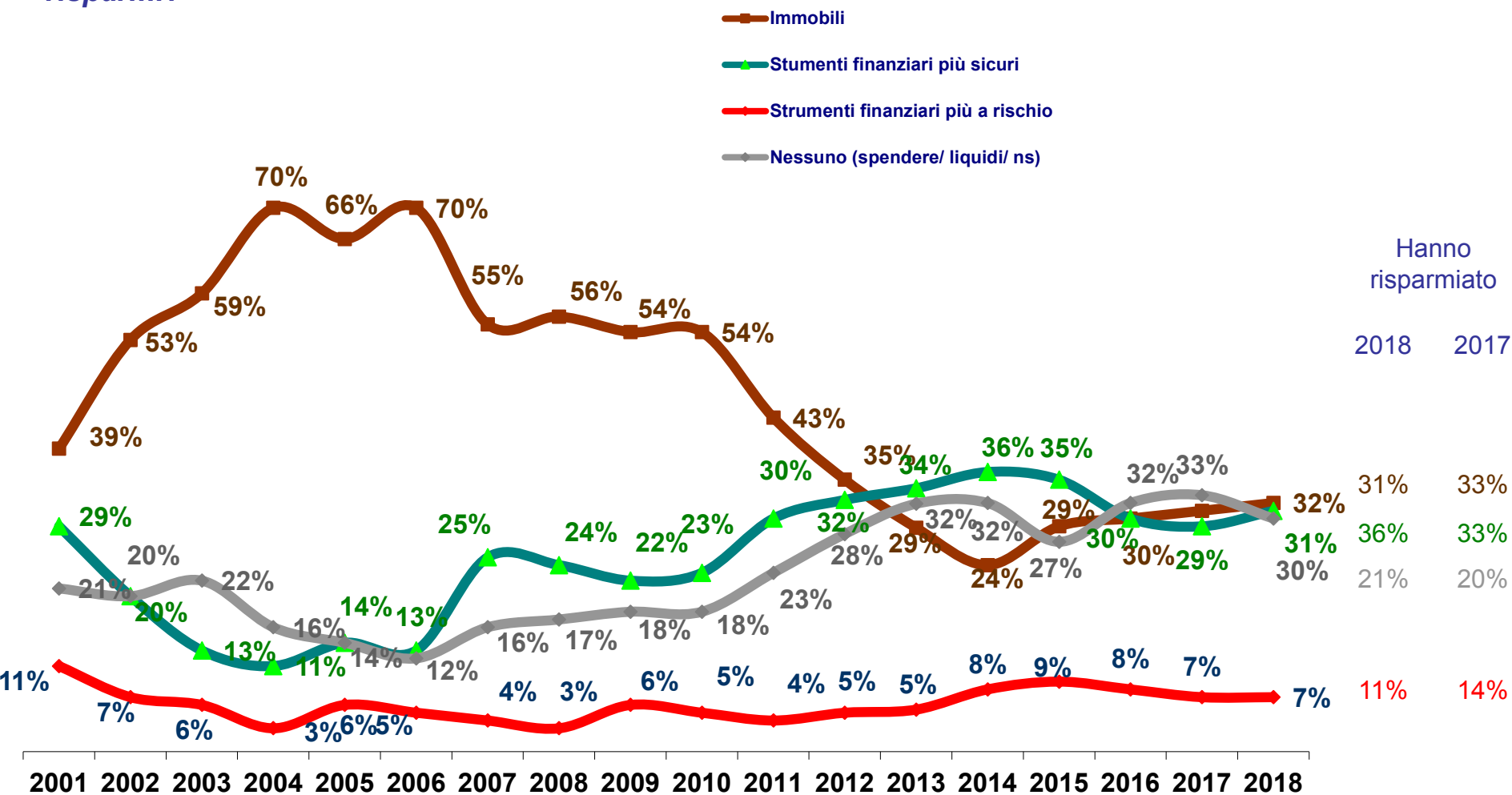
Attualmente Lei possiede per Suo conto o in comune con altri ...?

2018

		AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %			
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Conto corrente	81	89	83	84	72
Assicurazione sulla vita o fondo pensione	25	31	34	22	18
Assicurazione sulla vita	18	22	26	15	12
Fondo pensione volontario	15	16	15	16	12
Libretto di risparmio	18	12	17	19	24
Buoni postali di risparmio	10	10	10	9	10
Fondi comuni di investimento	12	20	17	10	6
Certificati di deposito/obbligazioni	8	13	11	8	4
Azioni	6	11	7	5	3
Bot/CCT/BTP	6	8	6	6	4
Nessuno di questi	13	7	12	11	19

Risposta multipla

E oggi, alla luce della attuale situazione economica, in quale di questi modi è meglio investire i propri risparmi?



		AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %			
2018	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Strumenti più sicuri	31	31	34	30	29
Immobili	32	29	26	30	38
Strumenti più a rischio	7	13	6	5	4
Nessuno (spendere/liquidi/non sa)	30	27	34	35	29

2017	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Strumenti più sicuri	29	32	31	26	27
Immobili	31	25	29	35	35
Strumenti più a rischio	7	10	8	9	4
Nessuno (spendere/liquidi/non sa)	33	33	32	30	34

		CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %			
2018	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Strumenti più sicuri	31	20	33	32	36
Immobili	32	44	35	32	15
Strumenti più a rischio	7	5	9	7	7
Nessuno (spendere/liquidi/non sa)	30	31	23	29	42

2017	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Strumenti più sicuri	29	22	30	31	32
Immobili	31	42	36	30	16
Strumenti più a rischio	7	5	8	7	10
Nessuno (spendere/liquidi/non sa)	33	31	26	32	42

		PROFESSIONE - valori percentuali %				
2018	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Strumenti più sicuri	31	36	30	28	20	34
Immobili	32	40	37	31	41	18
Strumenti più a rischio	7	10	6	5	9	9
Nessuno (spendere/liquidi/non sa)	30	14	27	36	30	39

2017	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Strumenti più sicuri	29	24	28	25	34	35
Immobili	31	32	37	33	35	17
Strumenti più a rischio	7	16	6	4	10	10
Nessuno (spendere/liquidi/non sa)	33	28	29	38	21	38

Come investire il risparmio nell'incertezza?

Sintesi

Valori %

E oggi, alla luce della attuale situazione economica, in quale di questi modi è meglio investire i propri risparmi?

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Immobili	39	53	59	70	66	70	55	56	54	54	43	35	29	24	29	30	31	32
Strumenti finanziari più sicuri	29	20	13	11	14	13	25	24	22	23	30	32	34	36	35	30	29	31
Titoli di stato, cert. di deposito, obbligazioni, libretti, buoni	20	15	8	8	9	8	19	18	16	16	21	24	26	26	25	22	20	20
Polizze vita/ Fondi pensione	9	5	5	3	5	5	6	6	6	7	9	8	8	10	10	8	9	11
Strumenti finanziari più a rischio	11	7	6	3	6	5	4	3	6	5	4	5	5	8	9	8	7	7
Fondi comuni	7	4	3	2	4	4	3	2	3	4	2	3	4	6	7	6	6	5
Azioni	4	3	3	1	2	1	1	1	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2
Nessuno	21	20	22	16	14	12	16	17	18	18	23	28	32	32	27	32	33	30
Tenerli liquidi	8	8	8	9	7	6	9	9	11	9	13	13	19	19	16	21	18	18
Meglio spendere	8	4	5	3	4	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	6	5	5
Non sa	5	8	9	4	3	3	5	5	5	6	7	11	9	9	7	5	10	7

Base: Totale intervistati

Come investire il risparmio nell'incertezza?

DETTAGLI PER SINGOLO ITEM

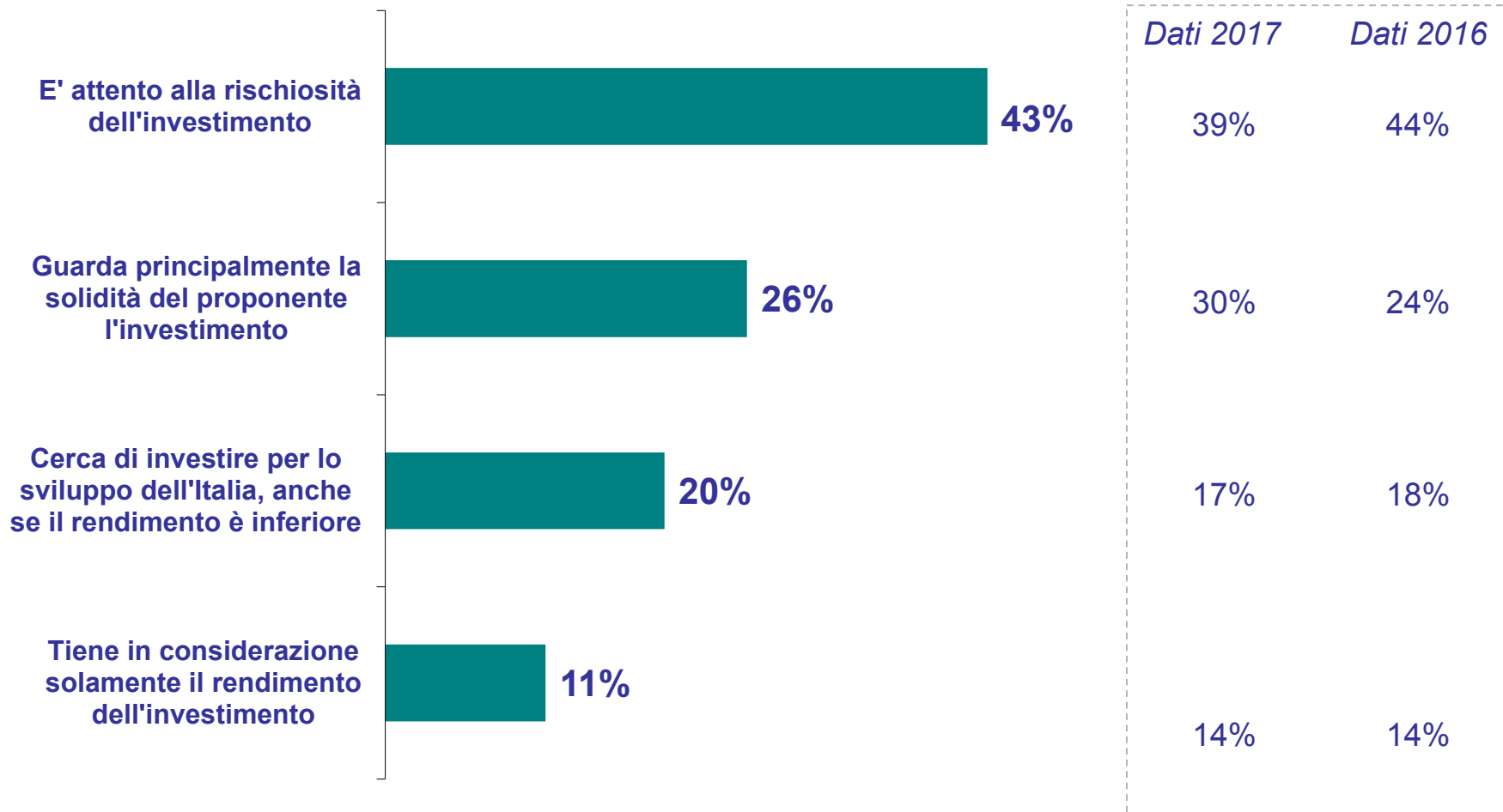
E oggi, alla luce della attuale situazione economica, in quale di questi modi è meglio investire i propri risparmi?

Valori %

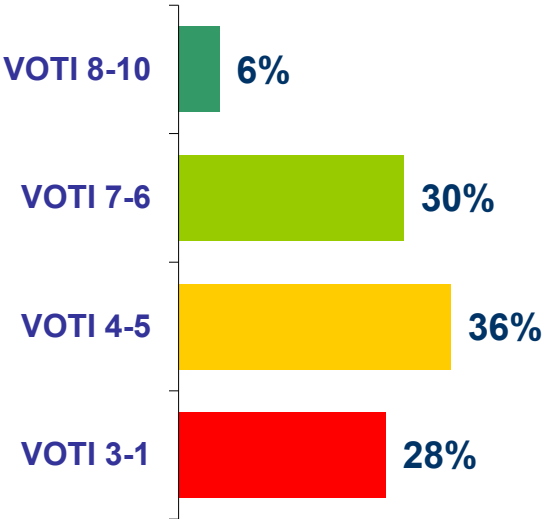
case, terreni, immobili	32
STRUMENTI FINANZIARI PIÙ SICURI, e cioè:	31
assicurazioni sulla vita o fondi pensione	11
buoni postali	7
libretti di risparmio	4
titoli di stato (BOT/CCT/BTP)	5
obbligazioni	3
certificati di deposito	1
STRUMENTI FINANZIARI PIÙ A RISCHIO, e cioè:	7
fondi comuni di investimento	5
azioni	2
NESSUNO, e cioè:	30
è meglio tenerli liquidi	18
è meglio spendere, senza investire nulla	5
(Non sa/non indica)	7

Fattori considerati nella scelta dell'investimento

Nel momento in cui Lei investe o dovesse investire i propri risparmi ...

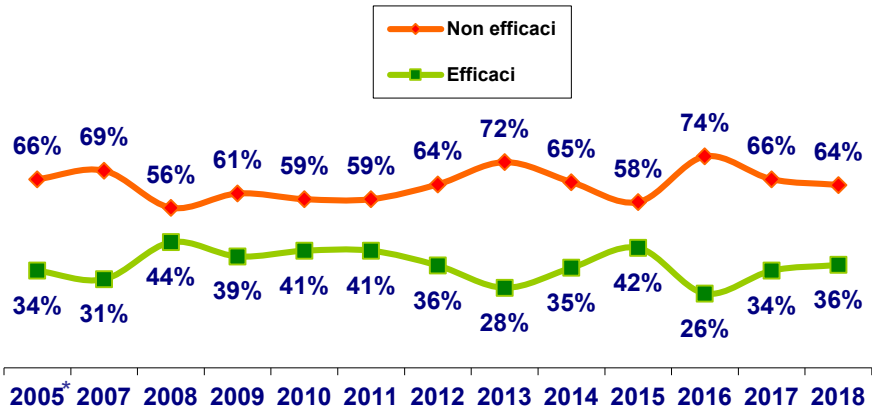


Secondo Lei, le regole, leggi e controlli che tutelano il risparmio in Italia quanto sono efficaci? Usi una scala da 1 a 10 dove 1 vuole dire per nulla efficaci e 10 del tutto efficaci.



MEDIA

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
4,6	4.4	4.2	4.9	4.6	4.4	4.7	4,9	5.0	4.9



* Dato ricalcolato perché in quell'anno erano 2 domande

		c/c bancario	Assicur.vita/ fondo pens.	Libretto di risparmio	Fondi comuni	Azioni	Bot/CCT /BTP	Certif. Dep. /obblig.
2018	Efficaci	37%	43%	37%	49%	57%	41%	41%
	Non efficaci	63%	57%	63%	51%	43%	59%	59%
2017	Efficaci	34%	47%	42%	51%	46%	49%	49%
	Non efficaci	65%	53%	58%	49%	54%	51%	51%

2018

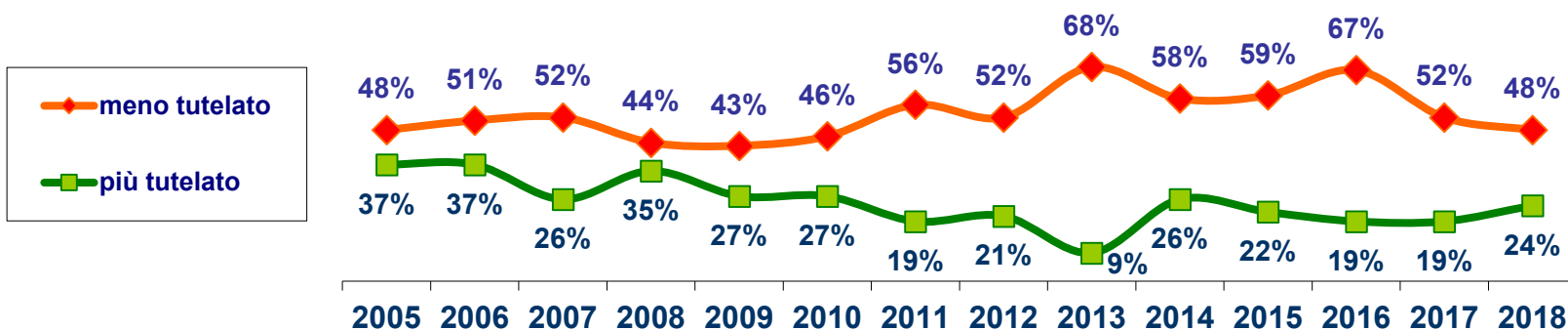
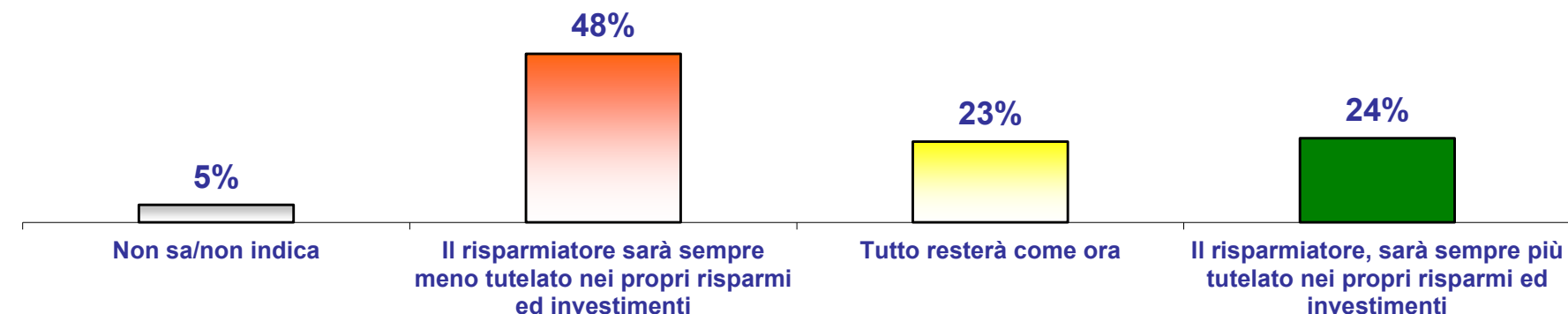
2017

AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Efficaci	36	38	33	31	37	34	44	34	33	29
Non efficaci	64	62	67	69	63	66	56	66	67	71

CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Efficaci	36	44	30	35	34	34	45	33	33	27
Non efficaci	64	56	70	65	67	66	55	67	67	73

PROFESSIONE - valori percentuali %	Totale	Lav. Direttivo	Lav. Dip.	Non occupato	Studente	Pensionato	Totale	Lav. Direttivo	Lav. Dip.	Non occupato	Studente	Pensionato
Efficaci	36	33	41	25	50	34	34	40	40	27	57	26
Non efficaci	64	67	59	75	50	66	66	60	60	73	43	74

Rispetto alla situazione di oggi, secondo Lei, nei prossimi 5 anni ...



Rispetto alla situazione di oggi, secondo Lei, nei prossimi 5 anni ...

2018

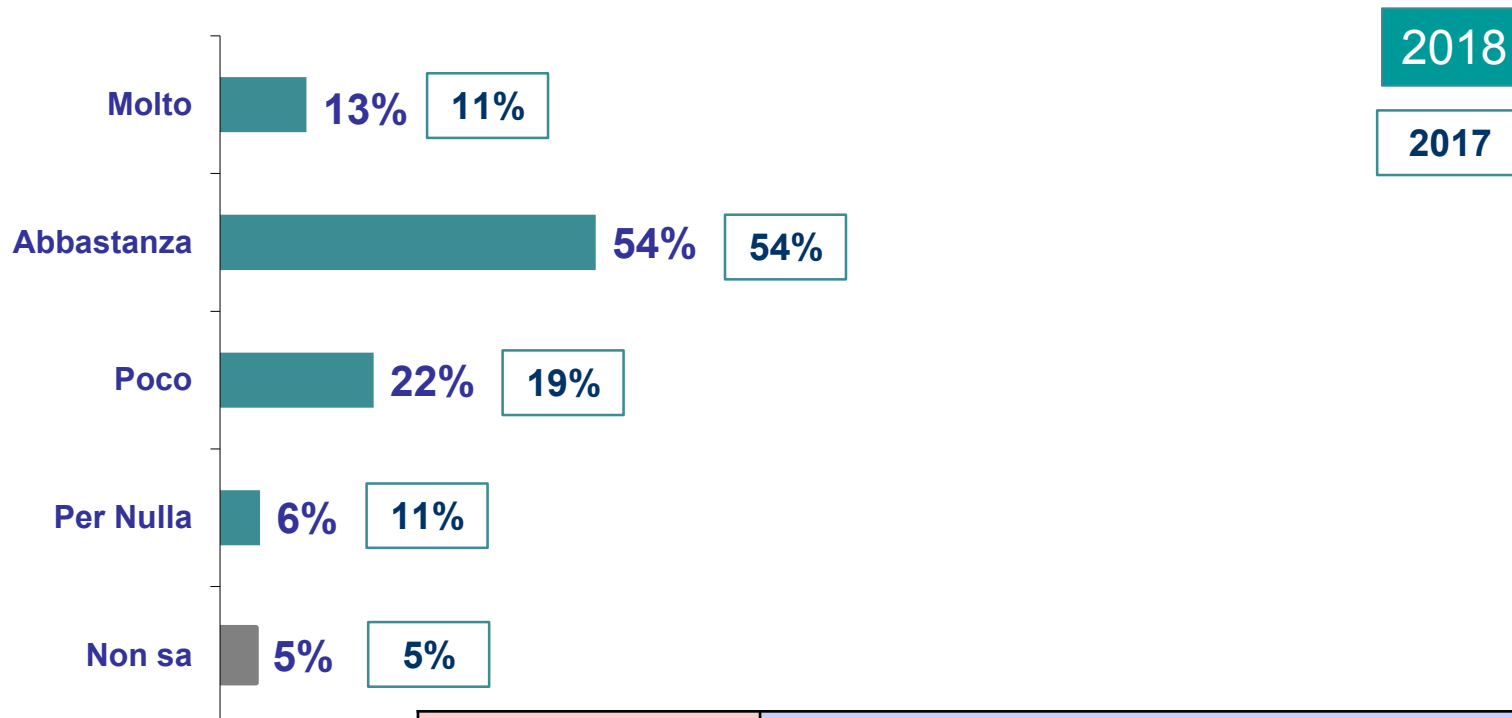
2017

AREA GEOGRAFICA - valori percentuali %	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Più tutelato	24	26	22	21	25	19	21	20	25	14
Meno tutelato	48	44	57	45	48	52	53	49	46	55

CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Più tutelato	24	27	24	27	18	19	15	16	15	16
Meno tutelato	48	42	49	50	52	52	41	36	43	48

PROFESSIONE - valori percentuali %	Totale	Lav. Direttivo	Lav. Dip.	Non occupato	Studente	Pensionato	Totale	Lav. Direttivo	Lav. Dip.	Non occupato	Studente	Pensionato
Più tutelato	24	26	27	22	30	21	19	9	14	21	18	14
Meno tutelato	48	45	45	53	35	53	52	49	39	31	50	52

Lei quanto è soddisfatto della gestione dei Suoi risparmi?



2018

	Totale	SESSO - valori %		CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %			
		Uomo	Donna	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Molto	13	12	13	10	12	13	16
Abbastanza	54	56	52	57	54	52	55
Poco	22	23	22	21	25	22	21
Per nulla	6	5	6	2	5	10	4
Non sa	5	4	7	10	4	3	4



Etica del risparmio e sviluppo

Nota

Per il 64% degli italiani risparmio significa attenzione alle spese superflue e agli sprechi: cercare le offerte, differire i consumi non sono atteggiamenti diffusi. Si risparmia soprattutto per tutelarsi personalmente da rischi futuri (37%) o per accumulare risorse per un progetto da realizzare (26%); altri ritengono che risparmiare sia eticamente corretto, a prescindere dalla propria personale situazione (14%), altri ancora sentono la tensione al risparmio innata, parte della propria indole (13%). Per la maggioranza, **il risparmio è qualcosa alla portata del quotidiano, un atteggiamento di vita, un'attenzione continua che parte dalle piccole cose e arriva alle più grandi, piuttosto che una costante e dolorosa rinuncia.**

Quando gli italiani pensano al risparmio i rimandi sono soprattutto positivi (82%), legati all'idea della tranquillità (39%), della tutela (21%) o della saggezza (19%). Però il risparmio è anche sacrificio per il 30%, cioè una rinuncia a consumare oggi, o una situazione che ricorda la crisi (7%) e a volte mette un po' di tristezza (4%).

Il risparmio è anche molto legato all'idea di futuro (27%), del pensare a cosa verrà, a prepararsi al domani, bello o brutto che possa essere, a **farsi trovare pronti.** Chi risparmia è visto come una persona che si preoccupa per il futuro (68%), piuttosto che indifferente (12%) o fiduciosa (18%); il 2% non indica. Ciò rafforza ancor più l'idea del risparmio come tutela, come riserva di welfare che tutti dovrebbero avere, cui attingere nei momenti bui. Tant'è che **chi non risparmia è visto come una persona indifferente al futuro (52%), concentrata sul presente; il 26% pensa che l'assenza di risparmio sia determinata dalla preoccupazione di non goderne in futuro, e il 17% da una baldanzosa fiducia, che induce a godersi la vita.**

Nota

La sensazione degli italiani è che si faccia un po' meno di ciò che si dovrebbe: **le generazioni passate erano più attente al risparmio assai più di quella presente (85%)**. Solo l'8% ritiene che l'attenzione al risparmio sia più forte ora e il 7% pensa che sarà più forte nelle generazioni future. Nondimeno risparmiare è **utile per educare le giovani generazioni a una vita consapevole ed equilibrata** (per il 51% degli italiani questo aspetto è fondamentale) e per abituarli a programmare e a pensare al futuro più prossimo (43%) o al dopo pensione (43%). Minore enfasi viene data a una miglior capacità di fare acquisti quotidiani (31%) e così contribuire allo sviluppo sostenibile (24%).

L'effetto del risparmio non si esaurisce nella sfera personale o familiare. L'80% degli italiani ritiene che il risparmio sia utile per lo sviluppo sociale e civile del Paese: il 32% pensa sia fondamentale (+4 punti percentuali rispetto al 2017, rafforzando un trend in atto da diversi anni), mentre il 48% lo ritiene importante, in contrazione di 4 punti. Il dato generale quindi è stabile rispetto al 2017, ma va radicalizzandosi verso un convincimento sempre più forte della rilevanza sociale del risparmio. E **sempre più italiani, quando risparmiano percepiscono di fare – oltre ai propri interessi – anche quelli del Paese: erano un quarto nel 2017 (24%), sono circa un terzo adesso (32%)**.

Cresce la quota di italiani che ritengono che il risparmio abbia una valenza che va oltre la sfera privata, che sia in grado di sostenere il Paese, la società e le aziende. Le aziende, in quanto protagoniste del mondo produttivo ed eventualmente oggetto di investimento da parte dei risparmiatori, devono però **meritarsi la fiducia dei cittadini, dei consumatori, dei risparmiatori: per ottenerla** – secondo il 79% degli italiani - devono essere attente alle **conseguenze delle loro azioni sull'ambiente e sul tessuto sociale**. Secondo il 53% degli italiani una buona parte delle aziende sta rispondendo adeguatamente a questa richiesta; per il 39% esse, invece, sono statiche; per l'8% in realtà stanno regredendo.

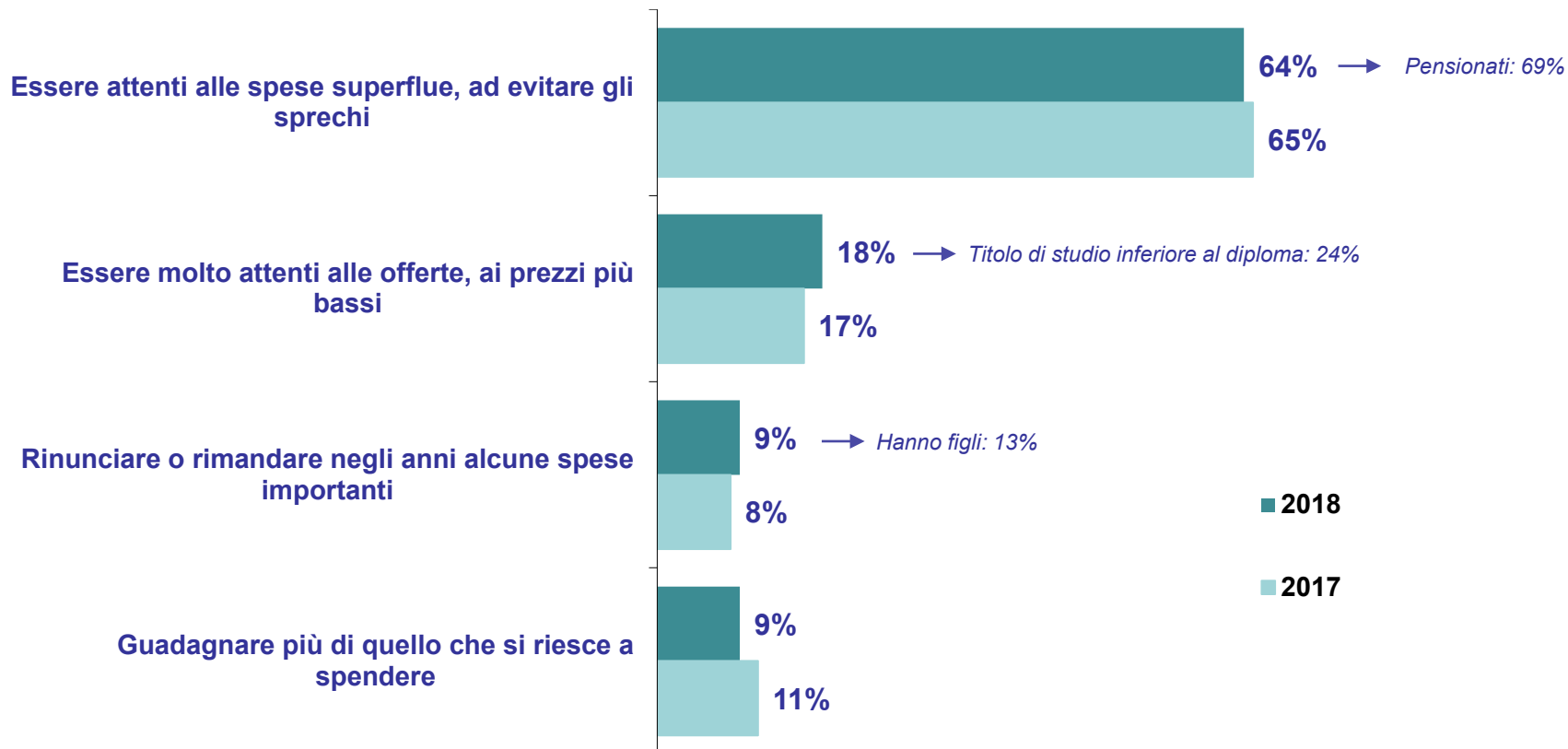
Nota

Il consumatore sollecita le aziende a operare in modo responsabile e sostenibile: il 68% della popolazione mondiale ritiene che le aziende che avranno successo in futuro sono quelle che non si limiteranno a fornire solo buoni prodotti o servizi, ma che daranno un contributo positivo alla società; e il 64% della popolazione italiana considera la responsabilità sociale un elemento importante del successo aziendale. **Le aziende ne stanno prendendo consapevolezza:** il 55% dei top-manager è convinto che i consumatori si aspettino che le aziende prendano posizione riguardo alle problematiche della società, e **il 59% ritiene che sia il momento più propizio di sempre per agire nella direzione di un modello di sviluppo più sostenibile.**

Come devono comportarsi le aziende per essere ben considerate? Nel loro operare **le aziende dovrebbero avere soprattutto a cuore i propri dipendenti** (77%), poi dovrebbero porre attenzione allo stesso modo ai **clienti** e all'**ambiente** (entrambi al 38%), alla comunità in cui operano (30%) e agli azionisti (11%).

Per essere considerate sostenibili, invece, le aziende devono tenere fortemente presenti innanzitutto elementi che riguardano il loro interfacciarsi con il mondo esterno: rifiutare le nuove forme di schiavitù, specie minorile (80%), ogni tentativo di **corruzione** (77%), **qualsiasi rischio per il consumatore** (75%). In secondo luogo devono evitare discriminazioni sessuali e trattare bene i dipendenti (entrambi al 69%), nonché impegnarsi per la salvaguardia dell'ambiente. In terza battuta devono evitare qualsiasi discriminazione legata al paese d'origine di lavoratori, utenti, clienti e stakeholder in generale; devono avere a cuore l'interesse dei propri clienti e rispettare la cultura del posto in cui operano (48%) o sostenerne lo sviluppo (45%); infine, devono impegnarsi in cause umanitarie e per la tutela del patrimonio artistico e culturale (43%).

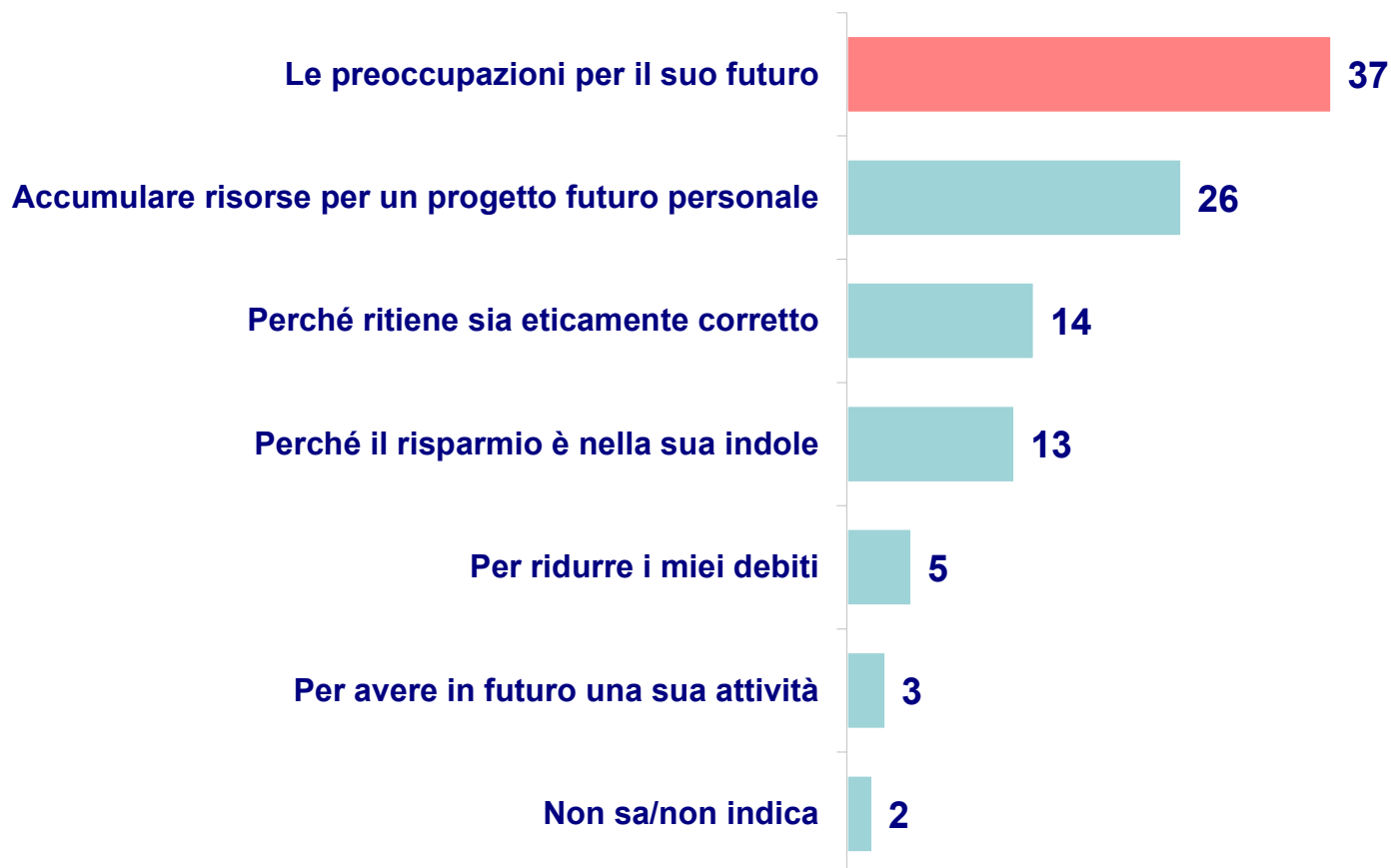
Riferendosi alla Sua esperienza, risparmiare vuol dire soprattutto:



E quale è il motivo che più la spinge a risparmiare, quando lo fa?

2018

Valori %

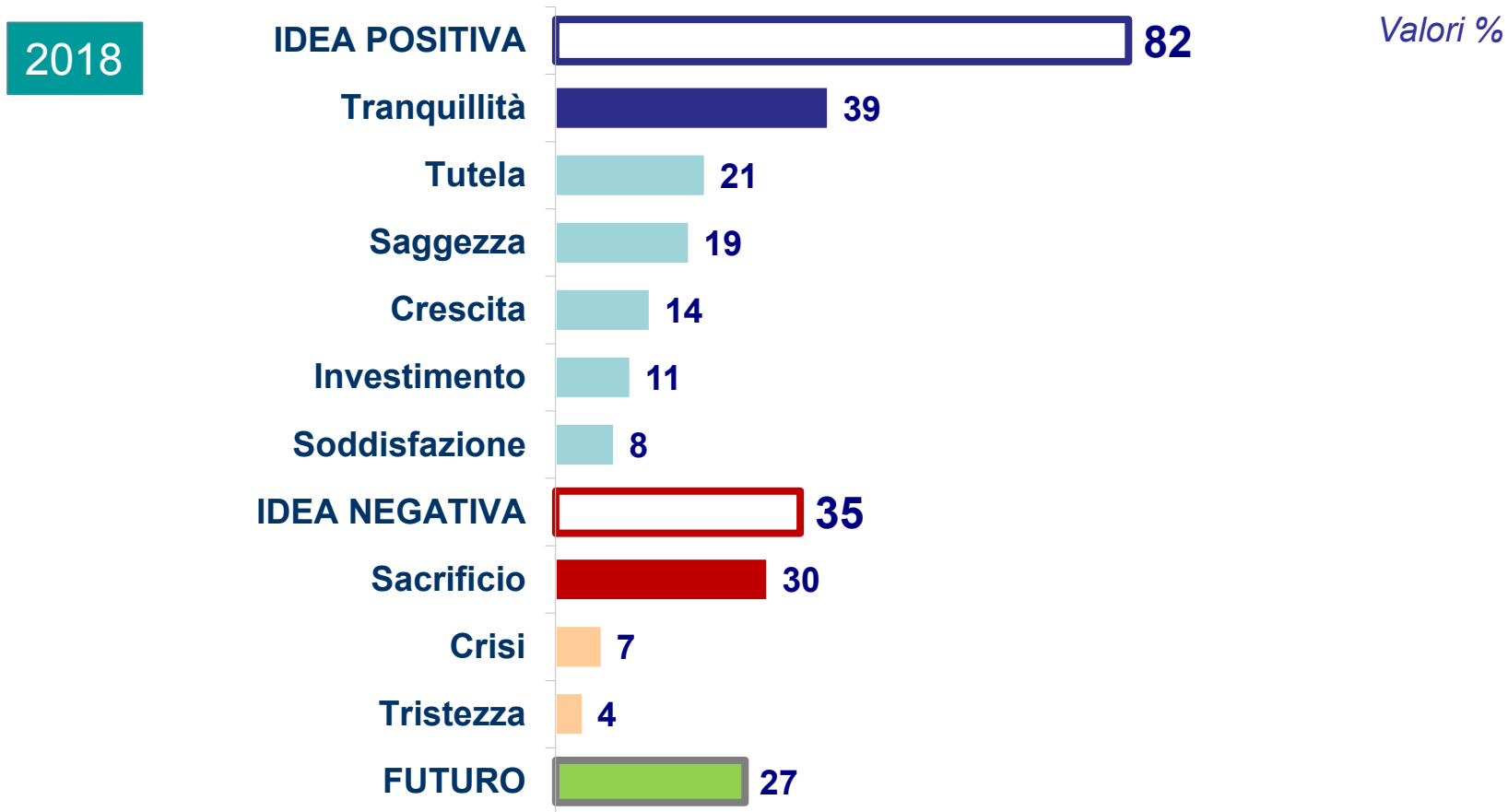


E quale è il motivo che più la spinge a risparmiare, quando lo fa?

Valori %

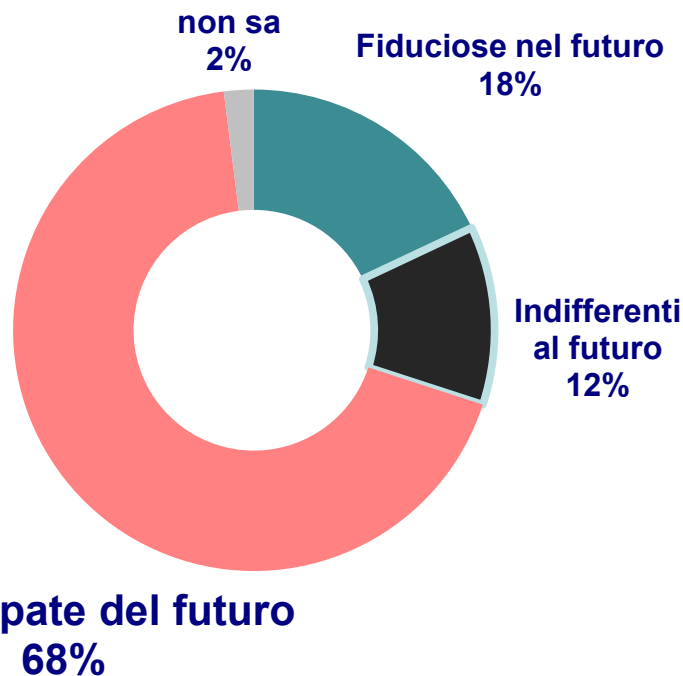
	TOTALE	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Le preoccupazioni per il suo futuro	37	15	42	41	51
Accumulare risorse per un progetto futuro personale	26	49	24	23	7
Perché ritiene sia eticamente corretto	14	10	12	14	23
Perché il risparmio è nella sua indole	13	10	13	14	15
Per ridurre i miei debiti	5	6	9	3	2
Per avere in futuro una sua attività	3	7	-	2	1
Non sa/non indica	2	3	1	4	1

Se pensa al 'risparmio', quali di questi termini che le leggerò associa di più al risparmio? Ne indichi al massimo 2

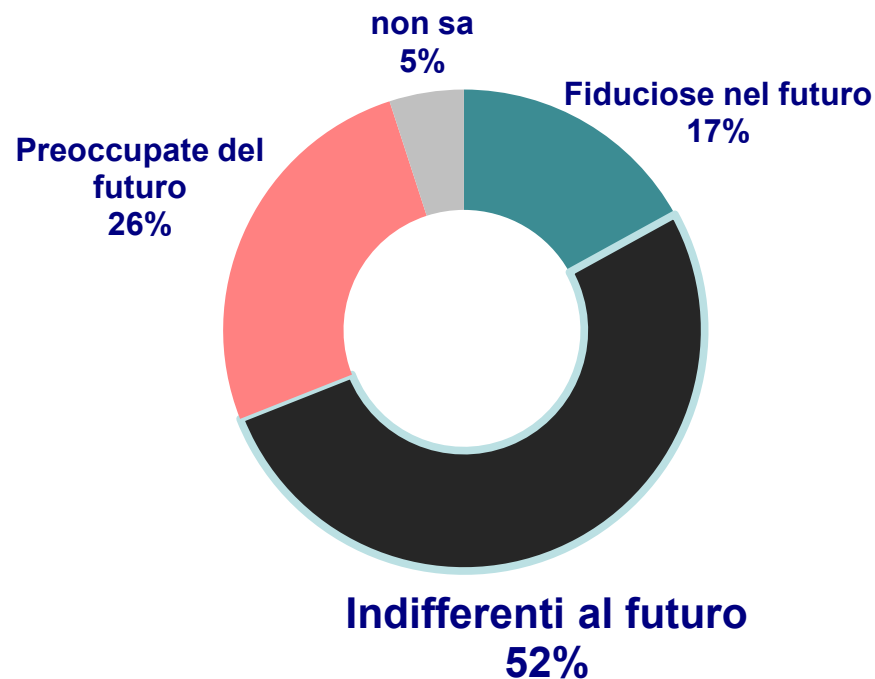


2018

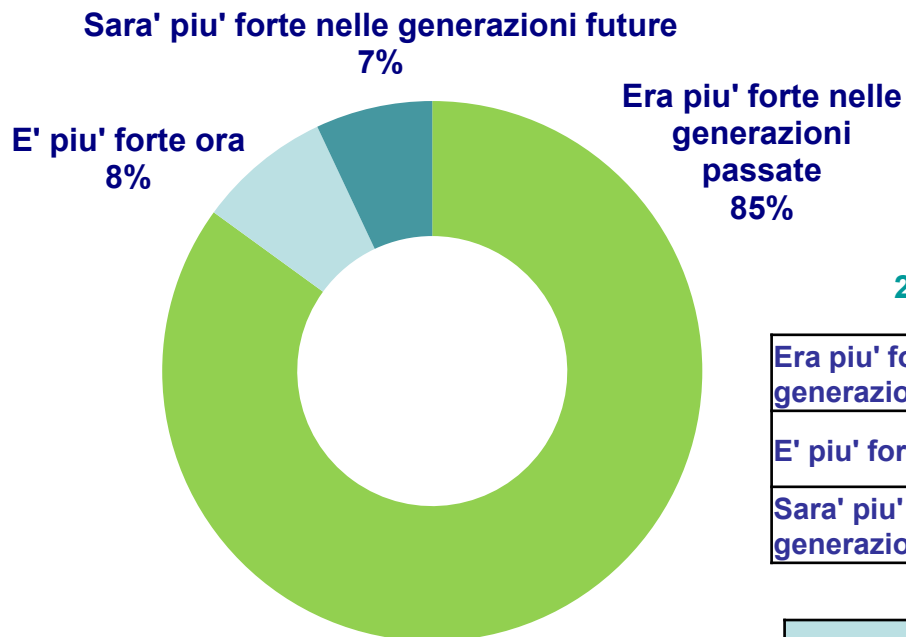
Secondo Lei, le persone molto attente al risparmio sono soprattutto



Secondo Lei, le persone poco attente al risparmio sono soprattutto



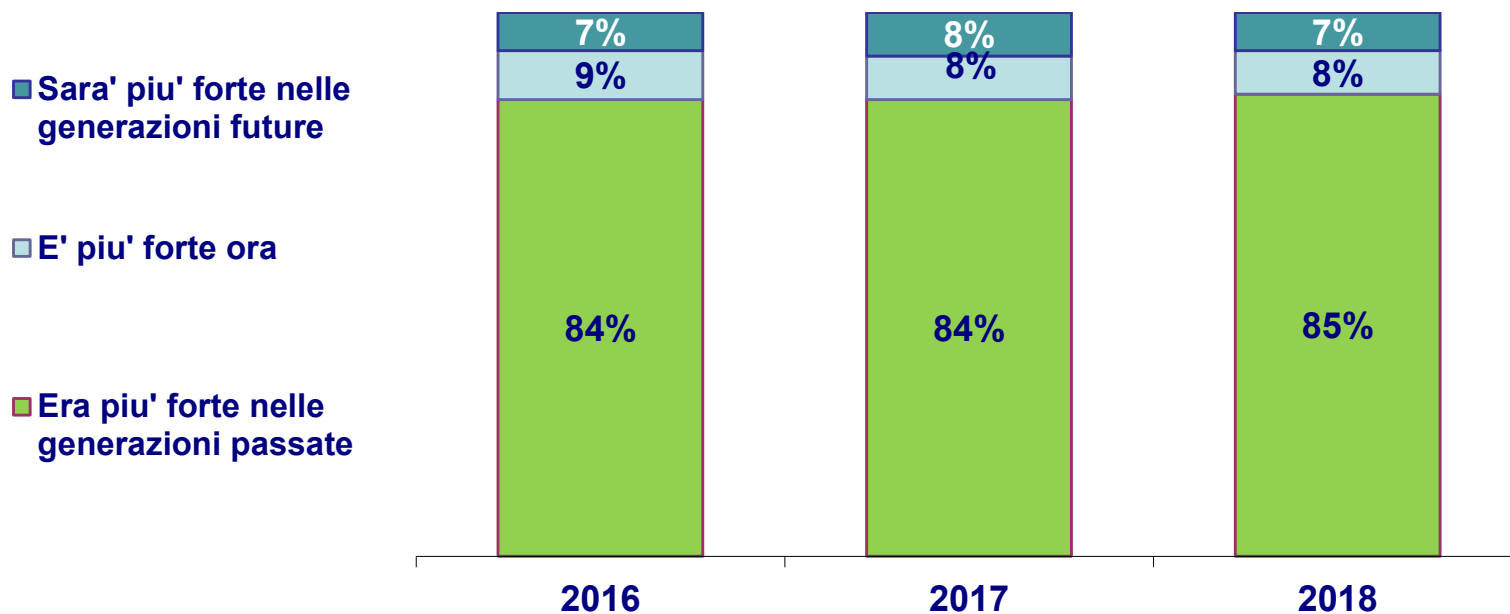
Se deve pensare agli anni passati, direbbe che la cultura, l'attenzione al risparmio...



2018	Totale	CLASSI D'ETÀ - valori percentuali %			
		18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Era piu' forte nelle generazioni passate	85	79	87	85	89
E' piu' forte ora	8	10	8	8	3
Sara' piu' forte nelle generazioni future	7	12	5	7	8

2018	Totale	PROFESSIONE - valori percentuali %				
		Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Era piu' forte nelle generazioni passate	85	86	84	85	74	91
E' piu' forte ora	8	7	9	4	18	5
Sara' piu' forte nelle generazioni future	7	7	7	11	8	4

Se deve pensare agli anni passati, direbbe che la cultura, l'attenzione al risparmio...



Rifletta ora sul risparmio delle famiglie, degli individui. Vorremmo sapere quanto secondo Lei il risparmio è importante per quanto riguarda...

2018

■ Fondamentale

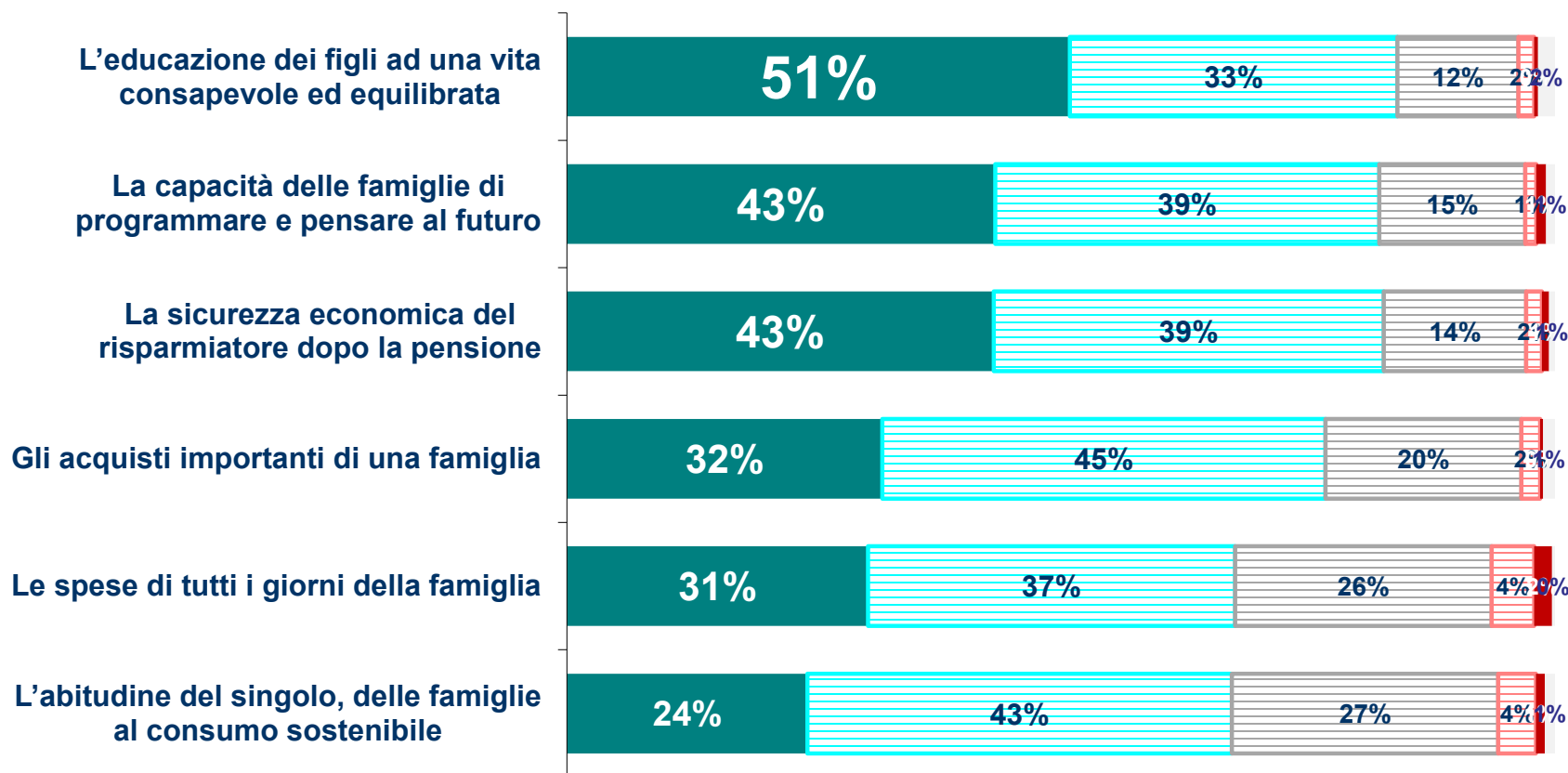
■ Importante

■ Utile

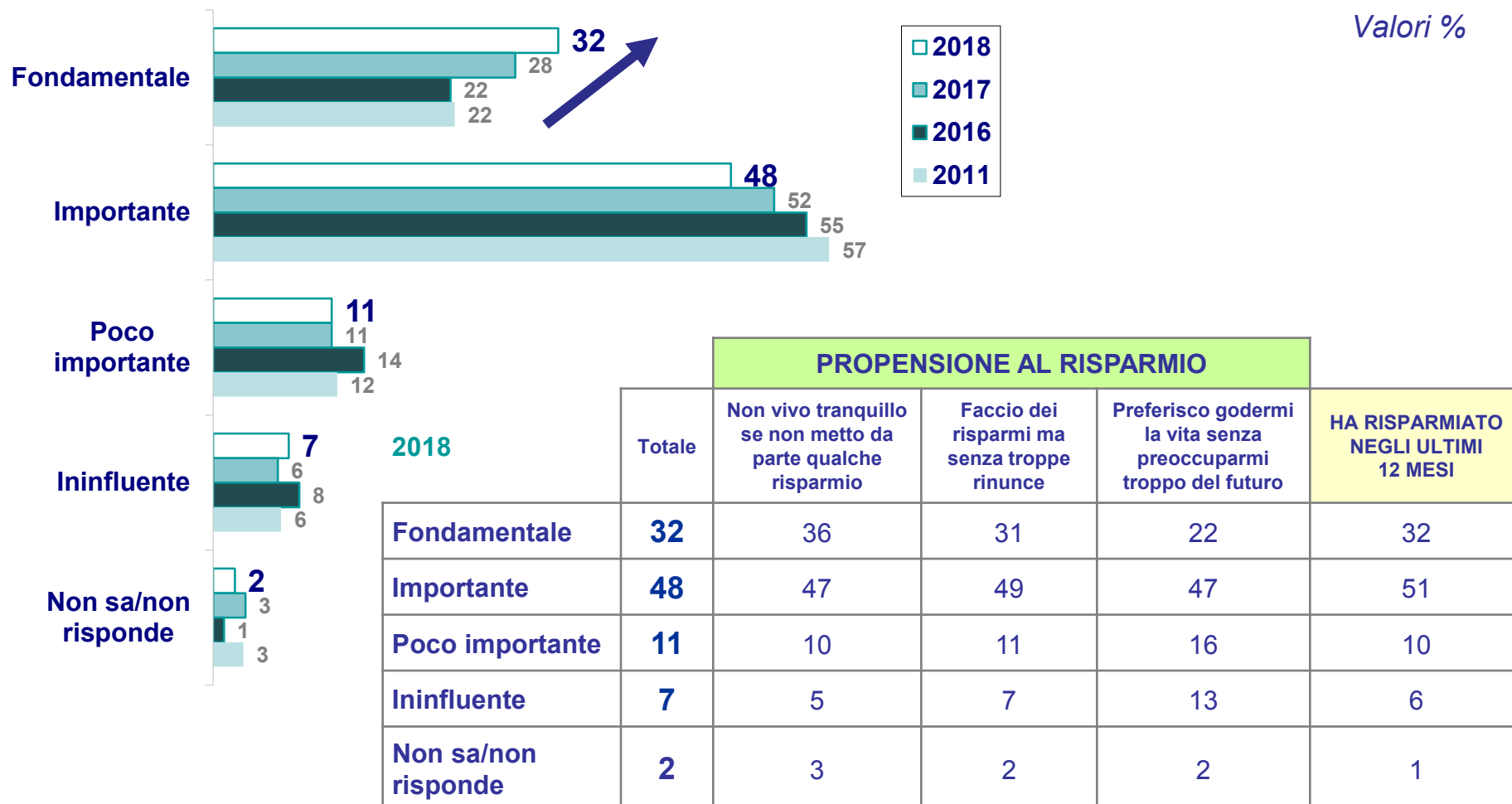
■ Poco importante

■ Dannoso

■ Non sa



*Pensiamo ora al Risparmio e al legame che può avere, oltre che con la crescita economica, anche con lo **SVILUPPO SOCIALE E CIVILE DEL PAESE**: la coesione, il rafforzamento di una società democratica e civile. Lei ritiene che il Risparmio dei singoli cittadini sia ...*



*Pensiamo ora al Risparmio e al legame che può avere, oltre che con la crescita economica, anche con lo **SVILUPPO SOCIALE E CIVILE DEL PAESE**: la coesione, il rafforzamento di una società democratica e civile. Lei ritiene che il Risparmio dei singoli cittadini sia ...*

2018

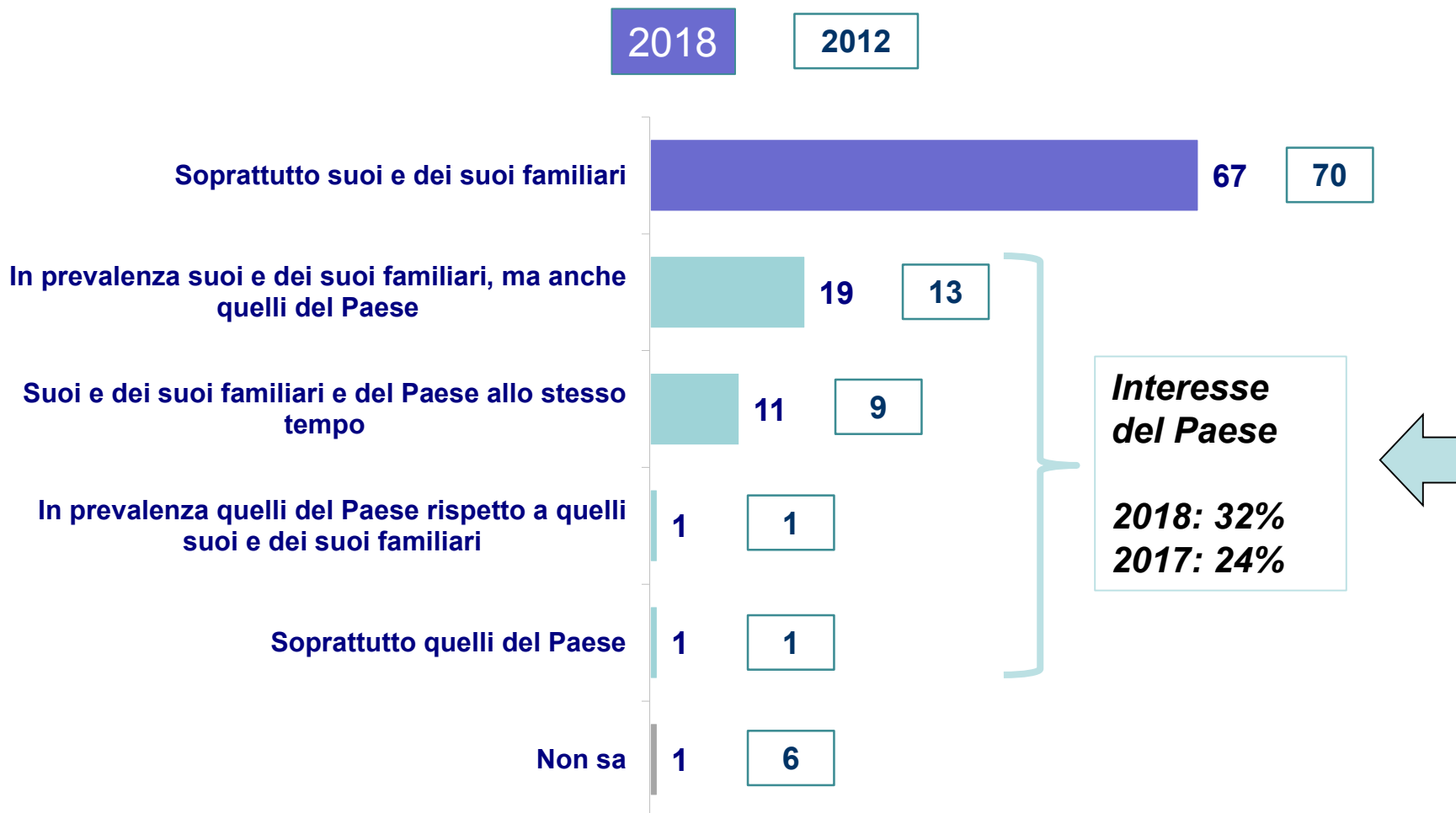
2017

AREA GEOGRAFICA - %	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Fondamentale	32	34	30	31	33	28	32	27	30	25
Importante, ma meno di altri aspetti	48	46	55	50	43	52	55	55	47	52
Poco importante/ininfluyente	18	19	12	16	22	17	10	18	19	20
Non sa/non risponde	2	1	3	3	2	3	3	-	4	3

CLASSI D'ETÀ- %	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più	Totale	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	65 anni e più
Fondamentale	32	30	28	36	36	28	21	25	34	31
Importante, ma meno di altri aspetti	48	47	51	44	48	52	58	54	45	55
Poco importante/ininfluyente	18	22	20	18	12	17	17	20	20	8
Non sa/non risponde	2	1	2	2	4	3	4	1	1	6

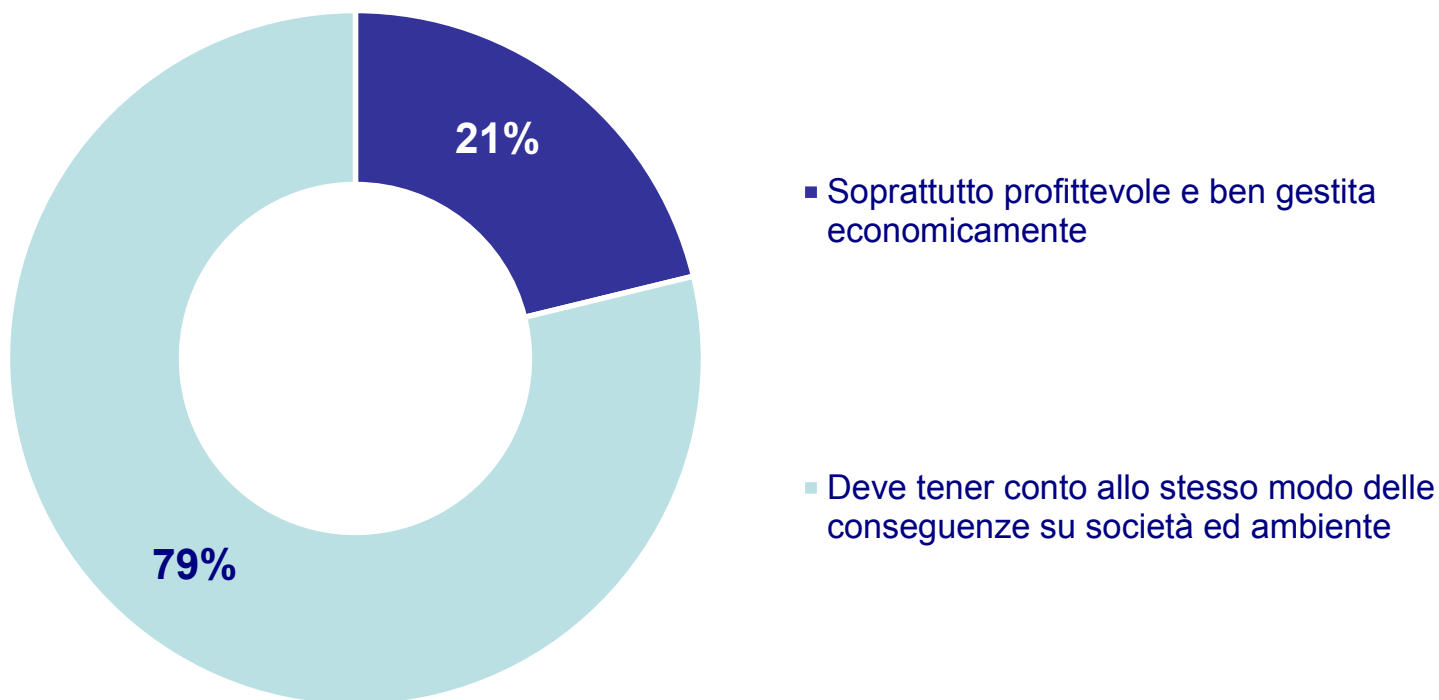
TIPOLOGIA LAVORATORE - %	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato	Totale	Lavoratore Direttivo	Lavoratore Dipendente	Non occupato	Studente	Pensionato
Fondamentale	32	40	29	32	30	36	28	26	28	25	22	34
Importante, ma meno di altri aspetti	48	47	53	37	45	48	52	55	52	50	65	51
Poco importante/ininfluyente	18	12	17	28	22	13	17	19	18	22	10	10
Non sa/non risponde	2	1	1	3	3	3	3	-	2	3	3	5

Quando Lei risparmia si sente di fare gli interessi...

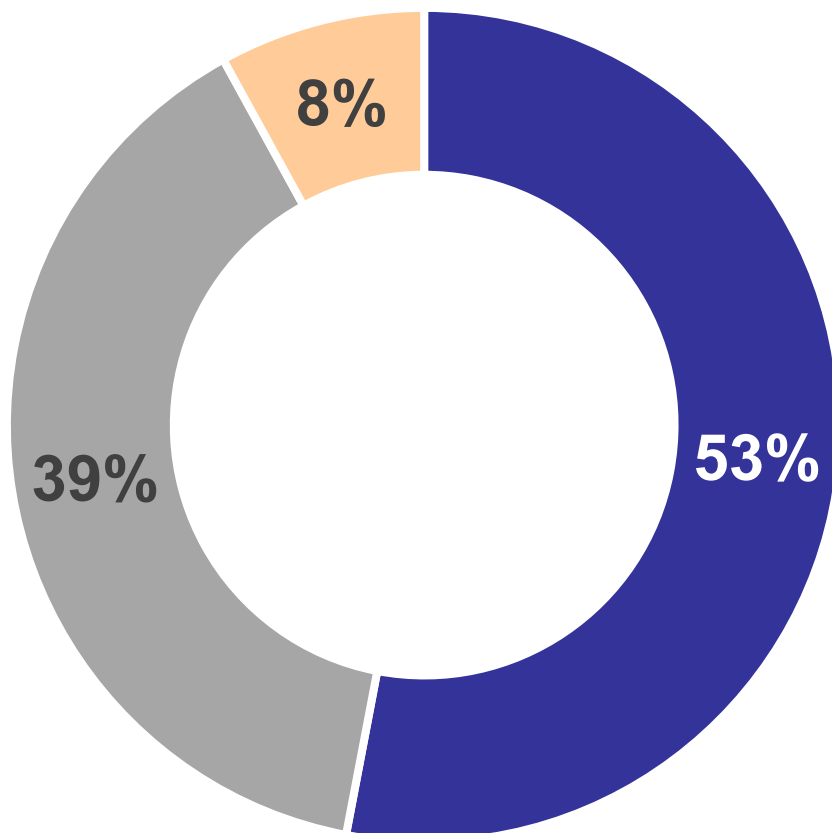


Secondo Lei l'obiettivo di un'azienda è quelli di essere soprattutto profittevole e gestita bene economicamente, oppure sono ugualmente importanti il modo con cui opera, ossia deve agire tenendo conto allo stesso modo delle conseguenze del suo operato su società e ambiente?

2018



Le aziende sono ritenute sempre più responsabili



- L'attenzione è aumentata
- L'attenzione è invariata
- L'attenzione è diminuita

La maggioranza dei consumatori ritiene che negli ultimi 3 anni le aziende siano diventate sempre più attente alla sostenibilità, in particolare dal punto di vista ambientale

Fonte: Ipsos per Salone della CSR

E' un momento propizio per scelte etiche

La popolazione e i top manager sono d'accordo nel riconoscere l'importanza dell'essere attivi in ambito CSR per tutte le aziende che desiderano prosperare in futuro

68%

della popolazione mondiale ritiene che le aziende che avranno **successo** in futuro saranno quelle che daranno un **contributo positivo** alla società

64%

della popolazione italiana considera la **CSR** come un **driver di successo aziendale**

55%

dei responsabili di reputazione è convinto che i consumatori si aspettino che le aziende **prendano posizione** riguardo alle **problematiche della società**

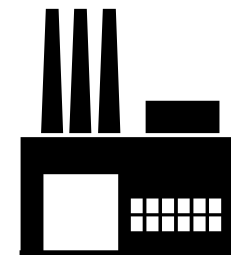
59%

dei manager ritiene che, per le aziende, questo sia **il momento più propizio di sempre** per cominciare ad agire in tal senso

Fonte: Ipsos Reputation Monitor



Fonte: Ipsos Reputation Council



La responsabilità sociale delle imprese: destinatari

Secondo Lei un'azienda verso quali interlocutori/ambiti che Le leggerò ha principalmente dei doveri?

2018

TOTALE CITAZIONI

Valori %

Verso i suoi dipendenti

77

Verso i suoi clienti

38

Verso l'ambiente

38

Verso la comunità presso cui svolge la sua attività

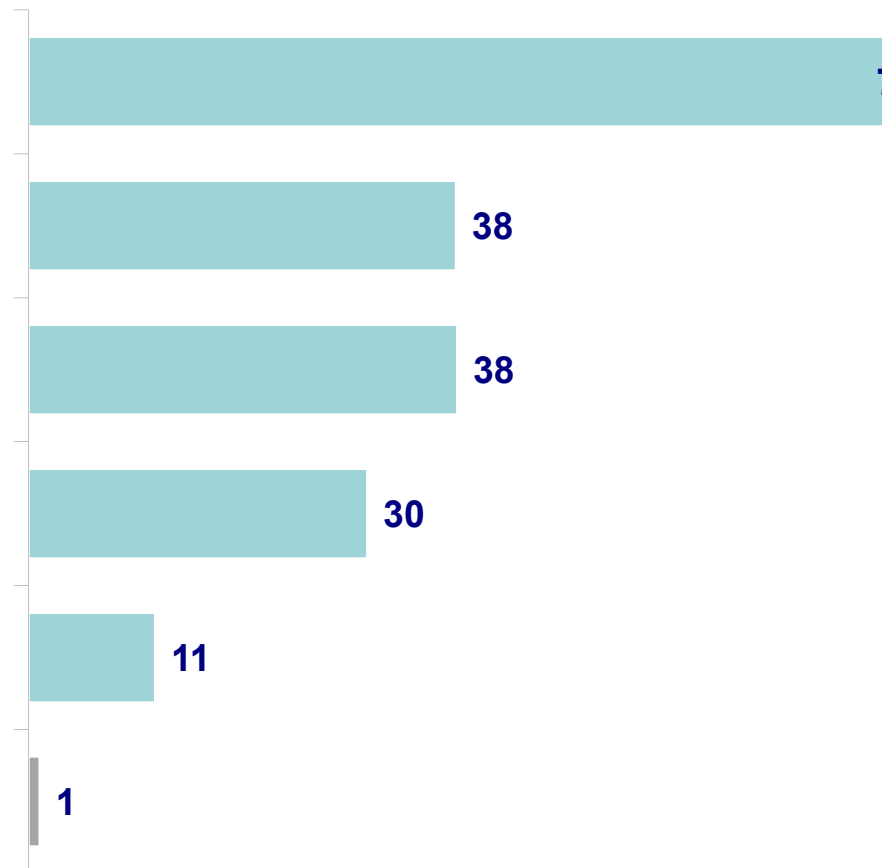
30

Verso gli azionisti

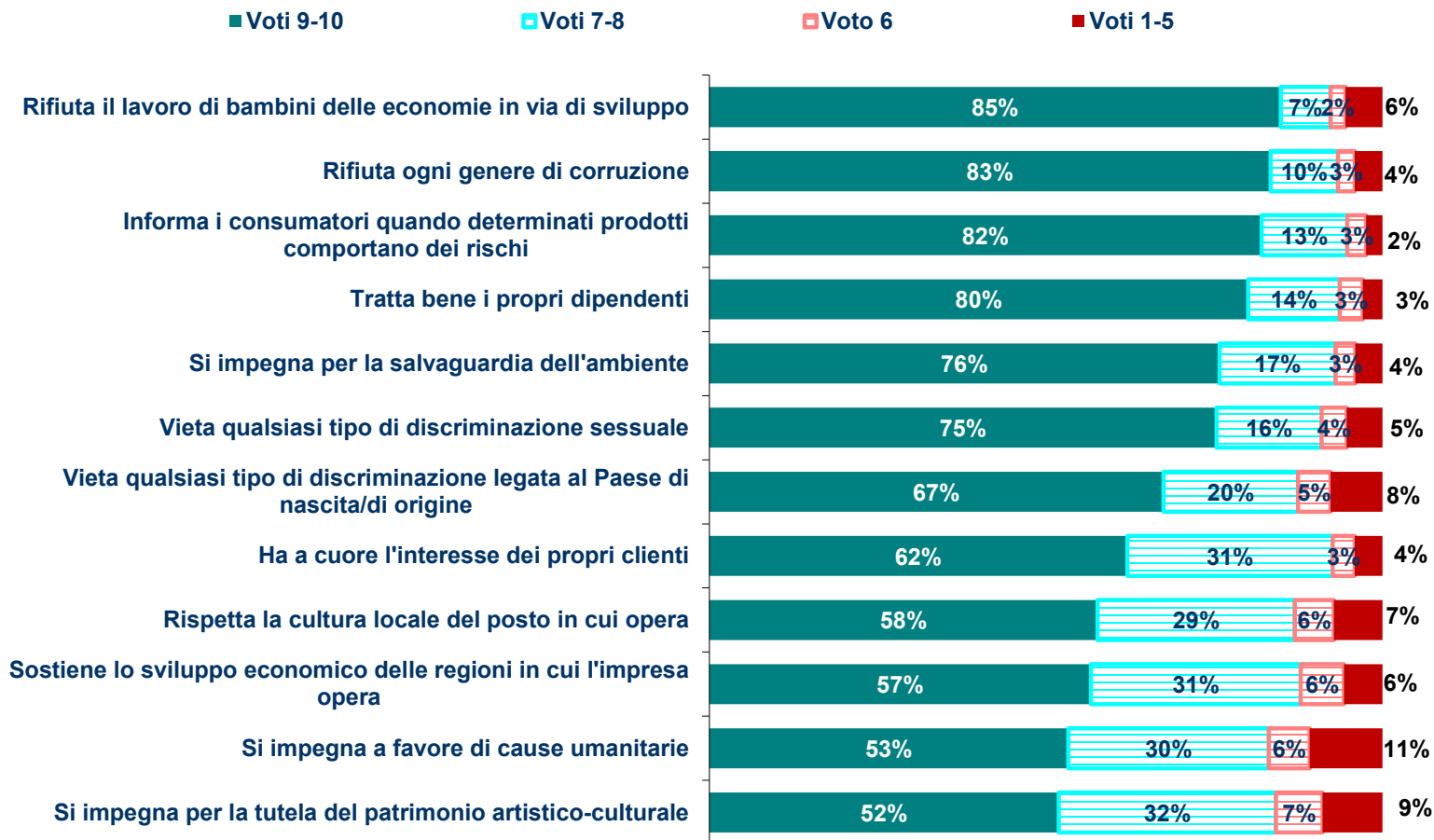
11

Non indica

1

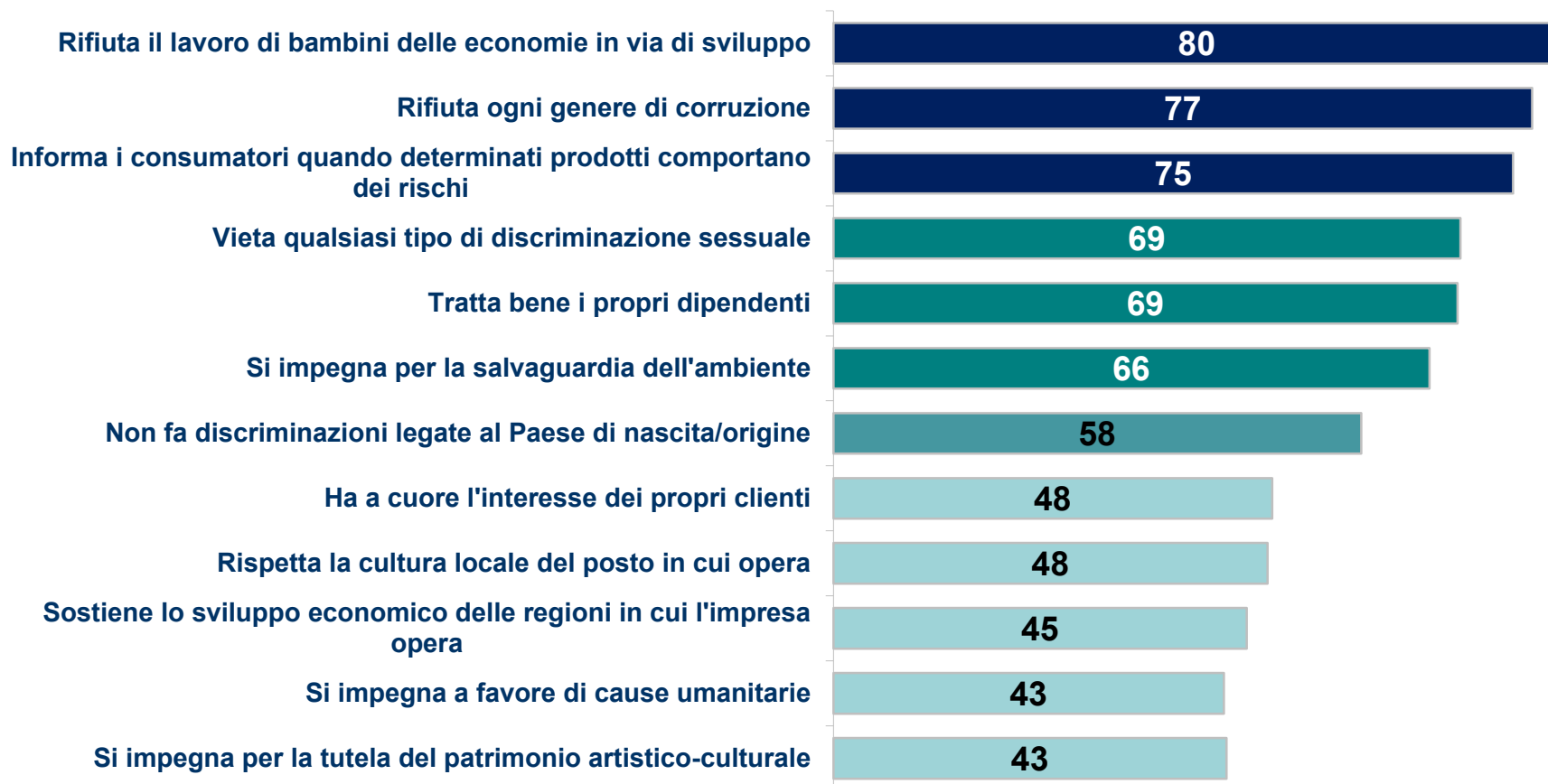


Mi dica quanto ritiene fondamentali questi comportamenti per una azienda, ossia che l'azienda li deve perseguire a tutti i costi anche andando contro i propri interessi economici. Il voto 10 indica che il comportamento è fondamentale, il voto 1 che non è per nulla importante.

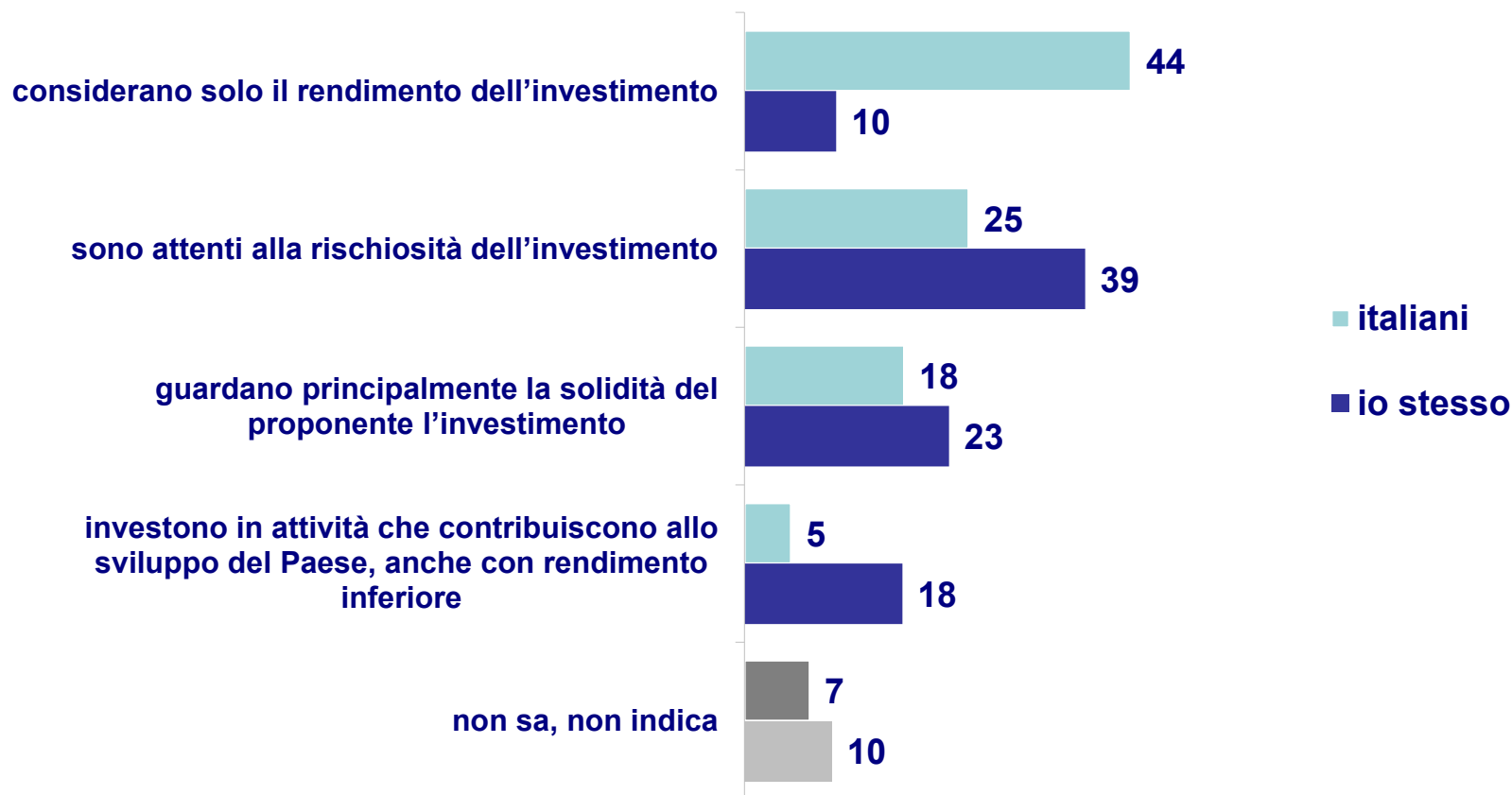


Mi dica quanto ritiene fondamentali questi comportamenti per una azienda, ossia che l'azienda li deve perseguire a tutti i costi anche andando contro i propri interessi economici. Il voto 10 indica che il comportamento è fondamentale, il voto 1 che non è per nulla importante.

FONDAMENTALI (voto 10)



Quando investono i loro risparmi gli italiani / Lei...





I Consumi

Nota

Dopo anni di migliore disposizione verso i consumi, per la prima volta osserviamo un diffuso rallentamento. L'italiano torna ad essere più attento, e ciò riguarda soprattutto i beni che più erano cresciuti nel recente passato: in primis gli investimenti semi-durevoli e poi alcuni beni di prima necessità, quali alimentari e casalinghi. Farmaci, fuori-casa e divertimento vengono invece ridotti lievemente rispetto al 2017, mentre è sostanzialmente costante la spesa per la cura di sé. Si riduce la disponibilità al dono.

La situazione può essere riassunta in questo modo, analizzando le diverse tipologie di famiglie, che sperimentano situazioni differenti:

- Da una parte ci sono **coloro che sono stati effettivamente colpiti** in modo serio dalla crisi: continuano ad adottare una forte razionalizzazione delle proprie spese, quando non una vera e propria austerità. Queste persone mantengono quindi un approccio sostanzialmente cauto verso il consumo, vivono ancora tutte le difficoltà del consumatore.
- Chi ha sperimentato **qualche difficoltà** ha una forte virata verso la razionalizzazione dei consumi: **riduce quelli legati al fuori casa, abbigliamento, elettronica ed elettrodomestici e spese per l'auto**; mantiene invece il proprio livello di spesa per telefono e telefonia e per i consumi alimentari e la casa
- Chi **non ha difficoltà** aumenta i propri consumi di **elettronica, telefonia, prodotti alimentari, spostamenti e veicoli**; tende a rimanere più cauto sul fuori-casa e riguardo alle spese di abbigliamento.
- **Chi sta bene incrementa quasi tutte le spese, tranne cinema, teatro e concerti.**: ciò che li distingue dagli altri è l'incremento di spesa per **viaggi** e vacanze, **ristoranti, abbigliamento** e accessori, ma soprattutto per **libri** e spese per l'auto/trasporti, oltre all'immane spesa per la telefonia.

Nota

Nello specifico dei settori merceologici, si registra una diffusa stasi, o ridimensionamento.

- **Viaggi e vacanze:** nell'ultimo anno i consumi in questo settore sono stati ridotti dal 41% degli italiani contro il 12% di coloro che li hanno incrementati, mentre il 47% li ha tenuti costanti. **Il saldo negativo è perciò di -29 punti percentuali, in linea rispetto al -28 dello scorso anno.** È da sottolineare che chi ha migliorato la propria situazione economica dichiara di aver molto accresciuto i consumi in questo ambito.
- Il 37% degli italiani dichiara di aver **ridotto la propria frequentazione di ristoranti, bar e pizzerie** negli ultimi 2-3 anni; solo il 10% afferma di averla incrementata e il 53% di averla tenuta costante. **Il saldo negativo** tra chi ha incrementato e chi ha ridotto è di -27 punti, **in lieve miglioramento** rispetto al -29 dello scorso anno.
- **Cinema, teatro e concerti registrano una contrazione** presso il 41% degli italiani, solo l'8% ne ha rafforzato la fruizione; per il 51% è stabile. **Il saldo è negativo di -33 punti, ma in questo caso un anno fa era migliore: -30 punti.**
- **Vestiario, abbigliamento e accessori** registrano una riduzione presso il 32% degli italiani, un incremento presso l'11%, mentre il 57% dichiara di non aver modificato i propri consumi al riguardo. Ciò genera un **saldo negativo di -21 punti: importante e lievemente peggiore rispetto a quello del 2017** (-18 punti percentuali).

Nota

- **Stabile il saldo dei consumi nel settore della cura della persona e della bellezza:** il saldo negativo passa da -9 punti del 2017 a -8 del 2018; il dato è positivo solo per chi ha visto migliorare la propria situazione.
- **Libri, giornali e riviste sono sostanzialmente stabili nel saldo negativo (da -15 a -13 punti) e lo stesso accade per giochi e lotterie** (con un saldo negativo passato dai -16 punti del 2017 a -17).
- **Prodotti alimentari e per la casa ed elettronica/elettrodomestici evidenziano saldi peggiori rispetto al 2017; il saldo è a 0 nel primo caso ed è negativo (-2) nel secondo.**
- **Telefono e telefonia hanno un saldo positivo di 12 punti percentuali**, in calo rispetto al +17 del 2017. È da notare che **in quest'ambito sono stati significativamente incrementati i consumi sia da parte di coloro che hanno visto un miglioramento del proprio tenore di vita, sia di coloro che non hanno sperimentato problemi, mentre sono costanti per chi ha dovuto fronteggiare qualche difficoltà.**
- **I medicinali continuano ad essere acquistati molto.** Pur dominando la stabilità, con il 55% di italiani che dichiara di fare un uso di medicinali uguale al passato, si nota che coloro che ne hanno aumentato il consumo (39%) sono assai più di coloro che lo hanno ridotto (6%); **il saldo è decisamente positivo, di 2 punti inferiore rispetto al 2017 (+35), ma superiore a quello degli anni passati (+31 nel 2016, +19 nel 2015, +20 nel 2014).**
- **Le donazioni ad associazioni caritatevoli, ambientali, culturali, medico-scientifiche sono sostanzialmente costanti**, anche se **coloro che dichiarano di averle ridotte (16%) sopravanzano quelli che le hanno aumentate (10%)** con un saldo di -6.

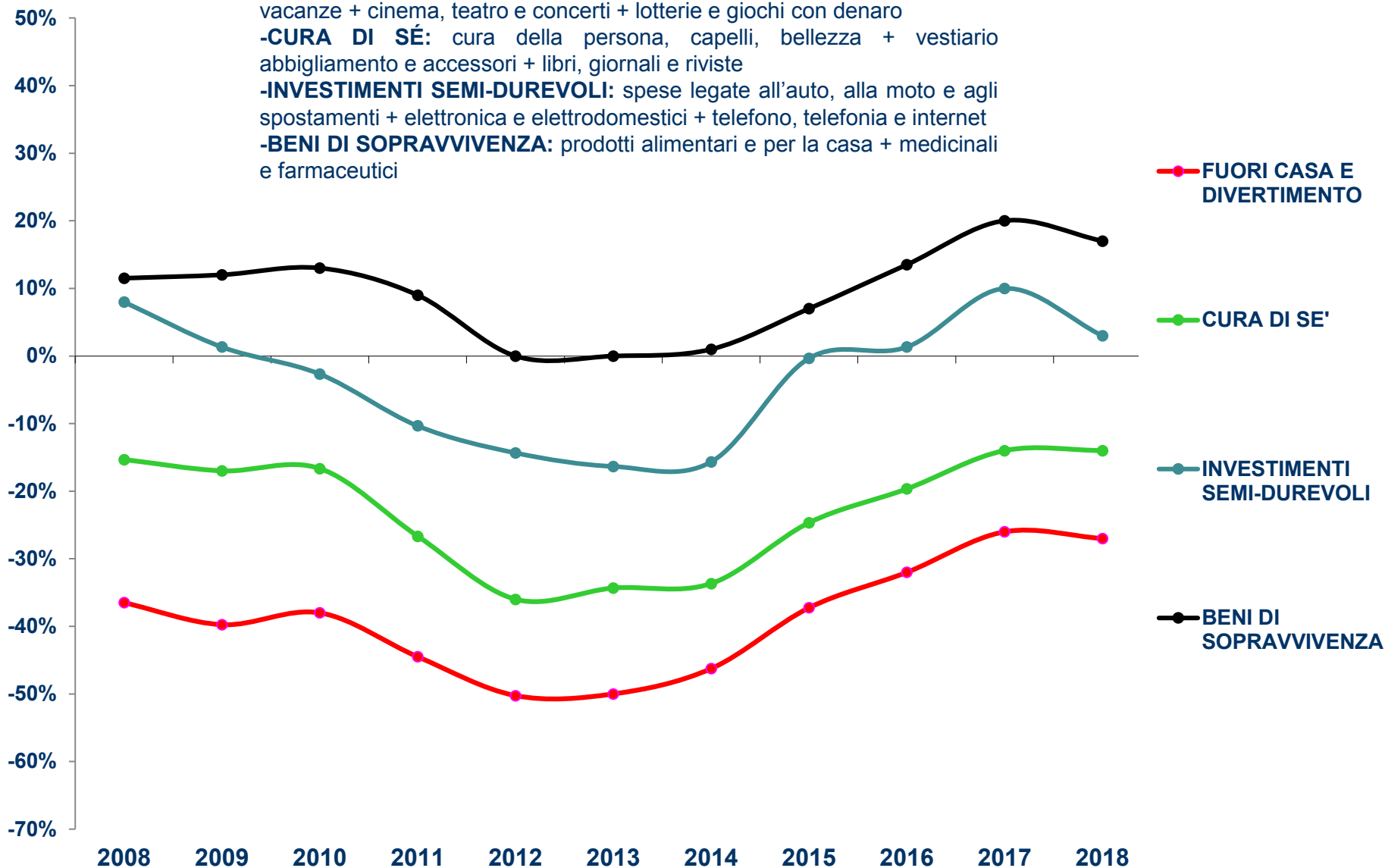
Composizione degli aggregati:

-FUORI CASA E DIVERTIMENTO: ristoranti, pizzerie, bar + viaggi e vacanze + cinema, teatro e concerti + lotterie e giochi con denaro

-CURA DI SÉ: cura della persona, capelli, bellezza + vestiario abbigliamento e accessori + libri, giornali e riviste

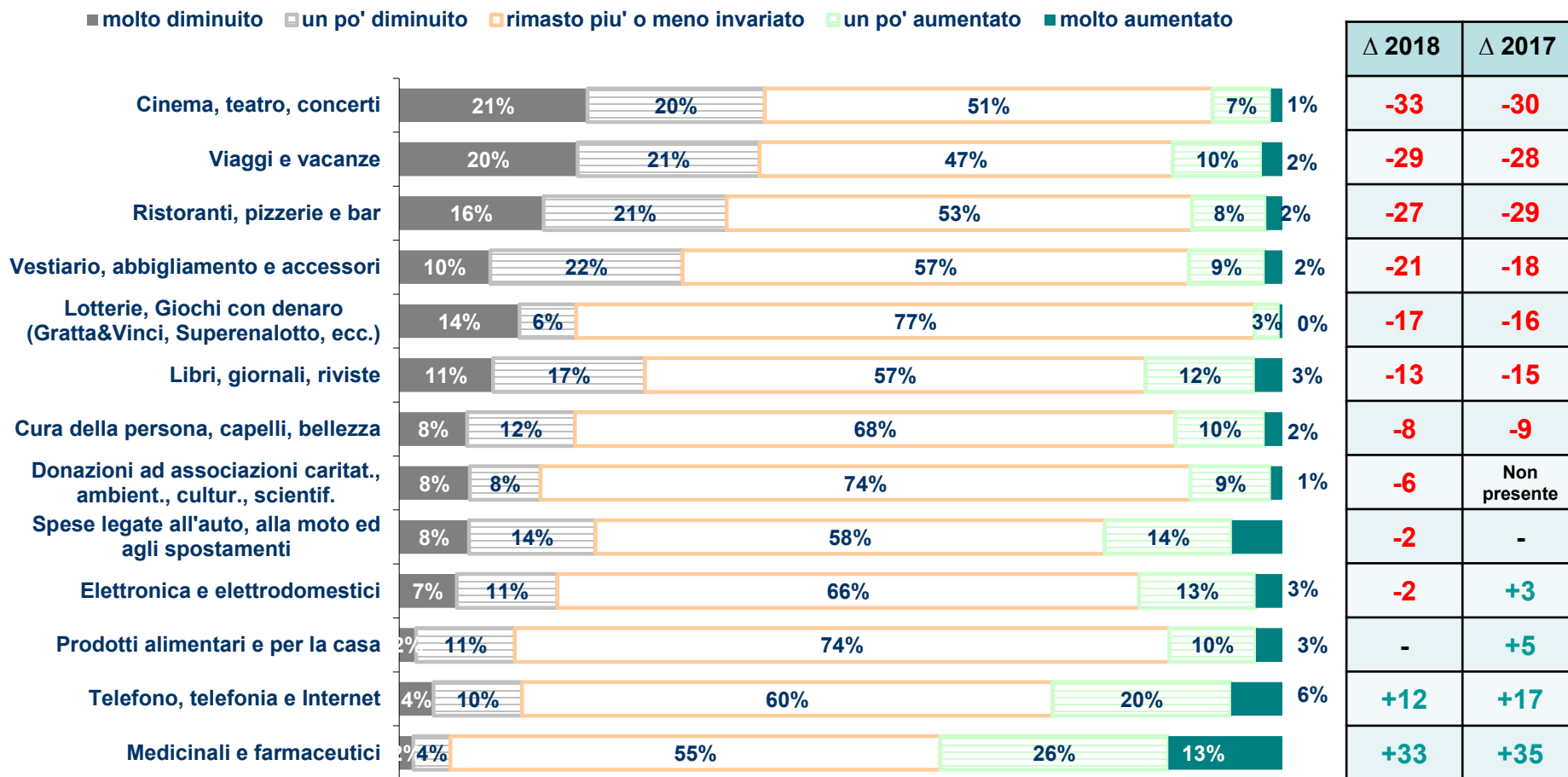
-INVESTIMENTI SEMI-DUREVOLI: spese legate all'auto, alla moto e agli spostamenti + elettronica e elettrodomestici + telefono, telefonia e internet

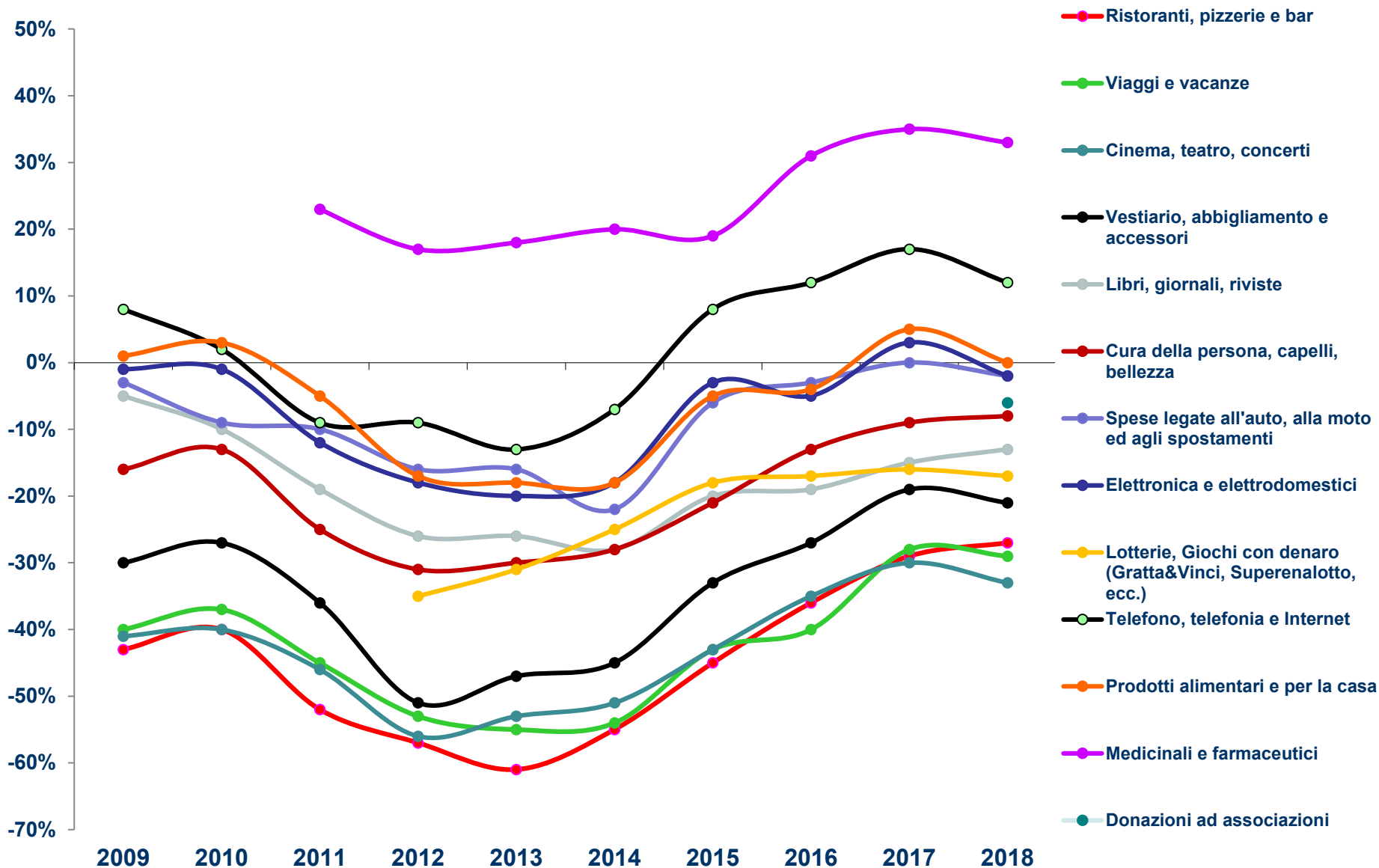
-BENI DI SOPRAVVIVENZA: prodotti alimentari e per la casa + medicinali e farmaceutici



Andamento dei consumi: continua la contrazione

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...?





I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...? * Base esigua (<70)

Saldo tra incremento e riduzione 2018	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato *	Relativamente facile mantenere il tenore di vita	relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto diminuito	Molto aumentato	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
viaggi e vacanze	Molto diminuito	Molto aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito ⚡	Molto diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto diminuito	Molto aumentato	Diminuito	Molto diminuito ⚡	Molto diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Diminuito	Molto aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito ☀
libri, giornali, riviste	Molto diminuito	Molto aumentato ☀	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Costante	Molto aumentato ☀	Molto aumentato	Diminuito ⚡	Molto diminuito
elettronica e elettrodomestici	Costante ⚡	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto diminuito ⚡	Molto diminuito
lotterie, giochi con denaro	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito ⚡
telefono, telefonia e internet	Molto aumentato ☀	Molto aumentato ☀	Molto aumentato	Costante ⚡	Molto diminuito
prodotti alimentari e per la casa	Costante ⚡	Molto aumentato ⚡	Aumentato	Costante	Molto diminuito
medicinali e farmaceutici	Molto aumentato	Molto aumentato ⚡	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato ☀
donazioni ad associazioni	Diminuito	Molto aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito



Migliorato rispetto al 2017



Peggiorato rispetto al 2017

PER CLASSI DI ETÀ

Base: Totale intervistati

Saldo tra incremento e riduzione 2018	TOTALE	18-30 anni	31-44 anni	45-64 anni	oltre 64 anni
ristoranti, pizzerie e bar	Molto diminuito	Molto diminuito 	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
viaggi e vacanze	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito 	Molto diminuito	Molto diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto diminuito	Costante	Molto diminuito 	Molto diminuito	Molto diminuito 
cura della persona, capelli, bellezza	Diminuito	Costante 	Molto diminuito	Molto diminuito	Diminuito
libri, giornali, riviste	Molto diminuito	Diminuito 	Molto diminuito	Molto diminuito	Diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Costante	Molto aumentato	Diminuito 	Costante	Molto diminuito 
elettronica e elettrodomestici	Costante 	Aumentato	Molto diminuito 	Costante	Costante
lotterie, giochi con denaro	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
telefono, telefonia e internet	Molto aumentato 	Molto aumentato	Costante 	Molto aumentato 	Molto aumentato
prodotti alimentari e per la casa	Costante 	Costante	Costante 	Costante	Costante
medicinali e farmaceutici	Molto aumentato	Molto aumentato 	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato
donazioni ad associazioni	Diminuito	Costante	Molto diminuito	Diminuito	Costante



Migliorato rispetto al 2017



Peggiorato rispetto al 2017

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...? * Base esigua (<70)

Saldo tra incremento e riduzione 2017	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato *	Relativamente facile mantenere il tenore di vita	relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto diminuito	Molto aumentato 	Diminuito	Molto diminuito 	Molto diminuito 
viaggi e vacanze	Molto diminuito 	Molto aumentato 	Molto diminuito 	Molto diminuito 	Molto diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto diminuito 	Molto diminuito 	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto diminuito 	Molto aumentato 	Costane	Molto diminuito 	Molto diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Molto diminuito	Molto aumentato 	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito
libri, giornali, riviste	Molto diminuito	Molto aumentato 	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito 
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Costante	Molto aumentato	Molto aumentato	Costante 	Molto diminuito 
elettronica e elettrodomestici	Costante 	Molto aumentato	Molto aumentato 	Costante	Molto diminuito
lotterie, giochi con denaro	Molto diminuito	Molto diminuito 	Molto diminuito	Molto diminuito 	Molto diminuito
telefono, telefonia e internet	Molto aumentato 	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato 	Diminuito
prodotti alimentari e per la casa	Aumentato 	Molto aumentato 	Molto aumentato	Costante	Molto diminuito
medicinali e farmaceutici	Molto aumentato 	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato



Migliorato rispetto al 2016



Peggiorato rispetto al 2016

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...? * Base esigua (<70)

Saldo tra incremento e riduzione <u>2016</u>	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato *	Relativamente facile mantenere il tenore di vita	relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto diminuito	Molto diminuito ⚡	Diminuito ☀	Molto diminuito	Molto diminuito
viaggi e vacanze	Molto diminuito	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto diminuito	Molto diminuito ⚡	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto diminuito	Costante ⚡	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Molto diminuito	Aumentato	Aumentato ☀	Molto diminuito	Molto diminuito
libri, giornali, riviste	Molto diminuito	Diminuito ⚡	Costante ☀	Molto diminuito	Molto diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Costante ☀	Molto aumentato	Aumentato	Diminuito	Molto diminuito
elettronica e elettrodomestici	Diminuito ⚡	Molto aumentato	Aumentato ⚡	Diminuito	Molto diminuito
lotterie, giochi con denaro	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito ⚡	Molto diminuito	Molto diminuito
telefono, telefonia e internet	Aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Aumentato	Diminuito ☀
prodotti alimentari e per la casa	Costante ☀	Aumentato ⚡	Aumentato	Costante ☀	Molto diminuito
medicinali e farmaceutici	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato



Migliorato rispetto al 2015



Peggiorato rispetto al 2015

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...? * Base esigua (<70)

Saldo tra incremento e riduzione <u>2015</u>	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato *	Relativamente facile mantenere il tenore di vita	relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
viaggi e vacanze	Molto diminuito	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto diminuito	Molto aumentato	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Molto diminuito	Aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito
libri, giornali, riviste	Molto diminuito	Costante	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Diminuito	Molto aumentato	Aumentato	Diminuito	Molto diminuito
elettronica e elettrodomestici	Costante	Molto aumentato	Molto aumentato	Diminuito	Molto diminuito
lotterie, giochi con denaro	Molto diminuito	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
telefono, telefonia e internet	Aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Aumentato	Molto diminuito
prodotti alimentari e per la casa	Diminuito	Molto aumentato	Aumentato	Diminuito	Molto diminuito
medicinali e farmaceutici	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...? * Base esigua (<70)

Saldo tra incremento e riduzione <u>2014</u>	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato *	Relativamente facile mantenere il tenore di vita	relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
viaggi e vacanze	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Molto diminuito	Costante	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
libri, giornali, riviste	Molto diminuito	Diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Molto diminuito	Aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito
elettronica e elettrodomestici	Molto diminuito	Molto aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito
lotterie, giochi con denaro	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
telefono, telefonia e internet	Diminuito	Molto aumentato	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito
prodotti alimentari e per la casa	Molto diminuito	Aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito
medicinali e farmaceutici	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Aumentato

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...? * Base esigua (<70)

Saldo tra incremento e riduzione <u>2013</u>	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato *	relativamente facile mantenere il tenore di vita	relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
viaggi e vacanze	Molto diminuito	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto diminuito	Molto aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Molto diminuito	Diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
libri, giornali, riviste	Molto diminuito	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Molto diminuito	Molto aumentato	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito
elettronica e elettrodomestici	Molto diminuito	Molto aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito
lotterie, giochi con denaro	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
Telefono, telefonia	Molto diminuito	Molto aumentato	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito
prodotti alimentari e per la casa	Molto diminuito	Aumentato	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito
medicinali e farmaci	Molto aumentato	Aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Aumentato

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...?

Saldo tra incremento e riduzione <u>2012</u>	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato *	relativamente facile mantenere il tenore di vita	relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
viaggi e vacanze	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto diminuito	Molto aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Molto diminuito	Molto aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
libri, giornali, riviste	Molto diminuito	Aumentato	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Molto diminuito	Molto aumentato	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
elettronica e elettrodomestici	Molto diminuito	Molto aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito
telefono e telefonia	Diminuito	Molto aumentato	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito
prodotti alimentari e per la casa	Molto diminuito	Molto aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito
medicinali e farmaci	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...?

Saldo tra incremento e riduzione <u>2011</u>	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato *	Relativamente facile mantenere il tenore di vita	Relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
viaggi e vacanze	Molto diminuito	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto diminuito	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto diminuito	Aumentato	Diminuito	Molto diminuito	Molto diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Molto diminuito	Aumentato	Costante	Molto diminuito	Molto diminuito
libri, giornali, riviste	Molto diminuito	Diminuito	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Diminuito	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito
elettronica e elettrodomestici	Diminuito	Molto aumentato	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito
telefono e telefonia	Diminuito	Molto aumentato	Aumentato	Molto diminuito	Molto diminuito
prodotti alimentari e per la casa	Diminuito	Molto aumentato	Molto aumentato	Diminuito	Molto diminuito
medicinali e farmaci	Molto aumentato	Aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato	Molto aumentato

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...?

Saldo tra incremento e riduzione <u>2010</u>	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato	Relativamente facile mantenere il tenore di vita	Relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto Diminuito	Molto Aumentato	Molto Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
viaggi e vacanze	Molto Diminuito	Molto Aumentato	Molto Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto Diminuito	Aumentato	Molto Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto Diminuito	Molto Aumentato	Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Molto diminuito	Molto Aumentato	Costante	Molto Diminuito	Molto Diminuito
libri, giornali, riviste	Diminuito	Molto Aumentato	Aumentato	Molto Diminuito	Molto Diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Diminuito	Molto Aumentato	Costante	Diminuito	Molto Diminuito
elettronica e elettrodomestici	Costante	Molto Aumentato	Aumentato	Diminuito	Molto Diminuito
telefono e telefonia	Costante	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Costante	Molto Diminuito
prodotti alimentari e per la casa	Costante	Molto Aumentato	Aumentato	Costante	Molto Diminuito

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...?

Saldo tra incremento e riduzione <u>2009</u>	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato	Relativamente facile mantenere il tenore di vita	Relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto Diminuito	Costante	Molto Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
viaggi e vacanze	Molto Diminuito	Costante	Molto Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto Diminuito	Costante	Molto Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto Diminuito	Molto Aumentato	Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Costante	Molto Aumentato	Costante	Molto Diminuito	Molto Diminuito
libri, giornali, riviste	Diminuito	Molto Aumentato	Costante	Molto Diminuito	Molto Diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Costante	Molto Aumentato	Costante	Diminuito	Molto Diminuito
elettronica e elettrodomestici	Costante	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Diminuito	Molto Diminuito
telefono e telefonia	Costante	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Costante	Costante
prodotti alimentari e per la casa	Costante	Molto Aumentato	Costante	Costante	Molto Diminuito

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...?

Saldo tra incremento e riduzione <u>2008</u>	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato	Relativamente facile mantenere il tenore di vita	Relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto Diminuito	Molto Aumentato	Molto Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
viaggi e vacanze	Molto Diminuito	Molto Aumentato	Molto Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto Diminuito	Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Molto Diminuito	Molto Aumentato	Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Diminuito	Molto Aumentato	Aumentato	Molto Diminuito	Molto Diminuito
libri, giornali, riviste	Diminuito	Molto Aumentato	Aumentato	Molto Diminuito	Molto Diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Costante	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Costante	Molto Diminuito
elettronica e elettrodomestici	Aumentato	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Aumentato	Molto Diminuito
telefono e telefonia	Aumentato	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Aumentato	Diminuito
prodotti alimentari e per la casa	Costante	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Costante	Molto Diminuito

I consumi delle famiglie cambiano nel tempo per diverse ragioni. Rispetto a 2,3 anni fa, Lei direbbe che la Sua famiglia ha aumentato o diminuito il consumo di...?

Saldo tra incremento e riduzione <u>2007</u>	TOTALE	Il tenore di vita e' migliorato	Relativamente facile mantenere il tenore di vita	Relativamente difficile mantenere il tenore di vita	Il tenore di vita e' peggiorato
ristoranti, pizzerie e bar	Molto Diminuito	Molto Aumentato	Costante	Molto Diminuito	Molto Diminuito
viaggi e vacanze	Diminuito	Molto Aumentato	Costante	Molto Diminuito	Molto Diminuito
cinema, teatro, concerti	Molto Diminuito	Aumentato	Molto Diminuito	Molto Diminuito	Molto Diminuito
vestiario, abbigliamento e accessori	Costante	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Costante	Molto Diminuito
cura della persona, capelli, bellezza	Aumentato	Molto Aumentato	Aumentato	Aumentato	Diminuito
libri, giornali, riviste	Aumentato	Molto Aumentato	Aumentato	Aumentato	Diminuito
spese legate all'auto, alla moto ed agli spostamenti	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Aumentato
elettronica e elettrodomestici	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Aumentato	Costante
telefono e telefonia	Aumentato	Molto Aumentato	Aumentato	Molto Aumentato	Costante
prodotti alimentari e per la casa	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Molto Aumentato	Molto Aumentato



In Sintesi

In sintesi

Gli italiani stanno vivendo una fase di incertezza. Consapevoli di elementi di miglioramento rispetto al passato sperano in una situazione più positiva per il futuro, anche se in maggioranza ritengono che la crisi durerà ancora qualche anno. Più positivi risultano i giovani fino ai 30 anni nel Centro Sud, molto meno i 31-44enni del Nord Est, per i quali si registra un calo di fiducia. In questo contesto la tensione al risparmio rimane molto forte, con segnali di ulteriore rafforzamento, soprattutto in un'ottica cautelativa. Cresce anche il valore sociale che al risparmio viene attribuito: l'80% degli italiani ritiene, infatti, che sia utile per lo sviluppo sociale e civile del Paese. In un presente che appare complesso e contraddittorio, le scelte di consumo diventano più guardinghe e accorte, frenando la tendenza al recupero dei consumi che si era registrata negli ultimi anni. Le prospettive dell'Italia sembrano fortemente legate all'Europa: se da una parte è forte la delusione per i progressi del processo di unificazione europea (il 53% ha una bassa fiducia), dall'altra ancor più che in passato si ritiene fondamentale la scelta europeista del Paese (il 66% ritiene che l'uscita sarebbe un danno per il Paese, in crescita rispetto al 61% del 2017; chi ritiene l'uscita un vantaggio scende dal 17% al 14%). Allo stesso tempo sempre più italiani sono convinti che – in una prospettiva di medio periodo – rimanere nell'euro sia la scelta più idonea (il 56% ritiene che sarà un vantaggio, contro il 29% che preferirebbe non avere l'euro in futuro).

Il 2018 sembra essere un anno di attesa per molti italiani, che stanno vivendo una situazione non definita, un equilibrio precario. Sospesi tra un passato recente, rispetto al quale si rendono conto dei miglioramenti, e **grandi aspettative per il futuro**, vivono la **situazione attuale con incertezza**, anche perché la crisi non sembra mai definitivamente superata (si attendono in media ancora 4 anni di crisi); **il presente appare complesso e contraddittorio.** L'ottimismo circa il futuro sembra essere molto diffuso nel Centro-Sud, soprattutto tra coloro che hanno meno di 30 anni (gli ottimisti riguardo la situazione personale sopravanzano i pessimisti di 36 punti percentuali), che negli anni passati si erano mostrati più negativi. Appare, invece, più in difficoltà il Nord Est; fra coloro che si trovano nella fascia d'età tra i 31 e i 44 anni, in cui si definiscono le principali scelte famigliari, cresce il numero di quelli che temono un peggioramento delle prospettive, sicché il differenziale tra ottimisti e pessimisti, pur sempre a favore dei primi, passa da +18 a +15. **Altro elemento di contraddizione è l'aumento di coloro non hanno avuto nessuna difficoltà a mantenere il proprio tenore di vita** (sono il 37%, erano il 35% nel 2017, il 32% nel 2016) **e parimenti la crescita del numero delle famiglie che dichiarano di essere state colpite direttamente dalla crisi riguardo al lavoro: nel 2017 erano il 19%, nel 2018 salgono al 24%.**

Le prospettive dell'Italia sembrano fortemente legate all'Europa: se da una parte è **forte la delusione per i progressi del processo di unificazione europea** (il 53% ha una bassa fiducia), dall'altra ancor più che in passato **si ritiene fondamentale la scelta europeista del Paese** (il 66% è contro ogni ipotesi di uscita, in crescita rispetto al 61% del 2017; chi vuole uscire scende dal 17% al 14%, gli altri non hanno opinioni definite). Allo stesso tempo sempre più italiani sono convinti che – in una prospettiva di medio periodo – rimanere nell'euro sia la scelta più idonea (il 56% ritiene che sarà un vantaggio, contro il 29% che preferirebbe non avere l'euro in futuro).

L'incertezza che stanno vivendo gli italiani ha degli effetti evidenti sulle decisioni di risparmio e di consumo: la tensione al risparmio, ovvero il desiderio di risparmiare, è molto forte e riguarda l'86% degli italiani, come lo scorso anno, ma ben il 38% addirittura non vive tranquillo se non mette da parte dei risparmi (+1 sul 2017), e il 39% delle famiglie afferma di essere riuscito effettivamente a risparmiare (+2 punti percentuali sul 2017), mentre diminuiscono coloro che consumano tutto il reddito: sono il 37% contro il 41% del 2017. Al contempo **aumentano lievemente le famiglie in saldo negativo di risparmio: dal 21% del 2017 al 22% attuale**; in quest'ambito decresce il numero di coloro che intaccano il risparmio accumulato (dal 16% dello scorso anno al 14% attuale), ma aumentano coloro che ricorrono a prestiti (sono l'8% contro il 5% del 2017). **L'aumento del risparmio lordo delle famiglie (+18% rispetto allo stesso periodo del 2017) è riscontrato anche dall'Istat** (ricordiamo che Istat rileva lo stock di risparmio, non il numero dei risparmiatori). **Le scelte di consumo divengono, invece, più guardinghe e accorte**, frenando la tendenza al recupero dei consumi che si era registrata negli ultimi anni.

Gli italiani sono piuttosto soddisfatti (13% molto soddisfatti e 54% abbastanza soddisfatti) di come gestiscono i propri risparmi: **la preferenza per la liquidità è sempre elevata e riguarda quasi 2 italiani su 3**, anche **se aumentano di 4 punti percentuali coloro che preferiscono investire**, quantunque una piccola parte di risparmio. **L'investimento ideale non esiste più**: gli italiani si dividono in 3 gruppi quasi omogenei: il 30% ritiene che l'investimento ideale proprio non ci sia (-3 punti rispetto al 2017), **il 32% lo indica negli immobili** (+1 punto sul 2017), **il 31% indica gli investimenti finanziari reputati più sicuri**. Ultimi, con il 7%, sono coloro che indicano come ideali gli strumenti finanziari più rischiosi (con una percentuale stabile rispetto all'anno passato).

Cosa rappresenta per gli italiani il risparmio? **Risparmiare è tranquillità, saggezza, pensare al futuro, ma anche un sacrificio. Per il 64% significa attenzione alle spese superflue ed evitare gli sprechi (pensionati 69%), per il 18% è aderire a offerte vantaggiose, per il 9% rimandare le spese considerate superflue, per il 9% guadagnare più di ciò che si spende. Risparmiare è qualcosa alla portata del quotidiano, un atteggiamento di vita, un'attenzione continua che parte dalle piccole cose e arriva alle più grandi, piuttosto che una costante rinuncia o una rincorsa allo sconto. La sensazione è che si faccia un po' meno di ciò che si dovrebbe: si pensa che le generazioni passate abbiano risparmiato assai più di quella presente (85%).**

Quando gli italiani pensano al risparmio i rimandi sono soprattutto positivi (82%), legati all'idea della tranquillità (39%), della tutela (21%) o della saggezza (19%). Però il risparmio è anche sacrificio per il 30%, cioè una rinuncia a consumare oggi, o una situazione che ricorda la crisi (7%) e a volte mette un po' di tristezza (4%). **Il risparmio è anche molto legato all'idea di futuro (27%), al pensiero di cosa succederà, a farsi trovare pronti per il domani, bello o brutto che sia. Infatti, si risparmia soprattutto per tutelarsi personalmente dai rischi futuri (37%) o per accumulare risorse per un progetto da realizzare (26%),** altri ritengono che risparmiare sia eticamente corretto, a prescindere dalla propria personale situazione (14%), altri ancora sentono la tensione al risparmio innata, parte della propria indole (13%).

Cresce la quota di italiani che attribuiscono al risparmio una valenza che va oltre la sfera privata. È utile per educare le giovani generazioni a una vita consapevole ed equilibrata (per il 51% degli italiani questo aspetto è fondamentale) e per abituarli a programmare e a pensare al futuro più prossimo (43%) o al dopo pensione (43%). **Inoltre l'80% degli italiani ritiene che il risparmio sia utile per lo sviluppo sociale e civile del Paese e sono sempre più coloro che, quando risparmiano, percepiscono di fare – oltre ai propri interessi – anche quelli del Paese:** erano un quarto nel 2017 (24%), sono circa un terzo adesso (32%).

Le aziende, in quanto protagoniste del mondo produttivo ed eventualmente oggetto di investimento da parte dei risparmiatori, devono però **meritarsi la fiducia dei cittadini, dei consumatori, dei risparmiatori: per ottenerla – secondo il 79% degli italiani - devono essere attente alle conseguenze delle loro azioni sull'ambiente e sul tessuto sociale. Il consumatore sollecita le aziende ad operare in modo responsabile e sostenibile:** il 68% della popolazione mondiale ritiene che le aziende che avranno successo sono quelle che non si limiteranno a fornire buoni prodotti o servizi, ma che daranno un contributo positivo alla società. **Le aziende ne stanno prendendo consapevolezza:** secondo il 53% degli italiani una buona parte di esse sta rispondendo adeguatamente a questa richiesta. Inoltre il 59% dei top-manager mondiali ritiene che sia il momento più propizio di sempre per agire nella direzione di un modello di sviluppo più sostenibile.

Come devono comportarsi le aziende per essere ben considerate? Innanzitutto **dovrebbero avere a cuore i propri dipendenti** (77%), e dovrebbero porre attenzione allo stesso modo ai propri **clienti** e all'**ambiente** (entrambi al 38%). Alcuni comportamenti, inoltre, **non sono accettabili se si vuol essere considerati sostenibili:** l'azienda deve rifiutare **le nuove forme di schiavitù, specie minorile** (80%), ogni tentativo di **corruzione** (77%) e deve evitare di **far correre qualunque rischio al consumatore** (75%).

NOTA INFORMATIVA

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

Titolo del sondaggio: "94^a Giornata Mondiale del Risparmio 2018"

Soggetto che ha realizzato il sondaggio: IPSOS Public Affairs

Soggetto committente: Acri – Associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio Spa

Soggetto acquirente: Acri – Associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio Spa

Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: dal 20 al 23 Settembre 2018

Mezzo/Mezzi di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio

(pubblicato sul quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web): Stampa su quotidiani, siti web

Data di pubblicazione o diffusione: 31 Ottobre 2018

Temi/Fenomeni oggetto del sondaggio (economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.): economia e società

Popolazione di riferimento: popolazione italiana residente maggiorenne (fonte: annuario ISTAT 2017)

Estensione territoriale del sondaggio: estensione nazionale

Metodo di campionamento: campione casuale rappresentativo dell'universo di riferimento; campionamento per quote di area geografica e ampiezza del centro, sesso, età. Al campione in rientro è stata applicata una ponderazione (con metodo RIM weighting).

Rappresentatività del campione e margine di errore: il livello di rappresentatività del campione è del 95% e il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio è compreso fra +/- 0.6% e +/- 3.1% per i valori percentuali relativi al totale degli intervistati (990 casi).

Metodo di raccolta alle informazioni: sondaggio di opinione tramite metodologia CATI

Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate:

Interviste complete	990	5.1%
Rifiuti	16734	86.2%
Sostituzioni	1688	8.7%
Totale contatti effettuati	19412	100.0%

Indirizzo del sito dove sarà disponibile la documentazione completa in caso di diffusione: www.agcom.it

In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata a pena di gravi sanzioni. Ipsos non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza