

*Comunicato Stampa*

## **GLI ITALIANI E IL RISPARMIO**

*La cultura del risparmio per la crescita*

**Acri - Associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio Spa  
presenta l'indagine realizzata con Ipsos  
in occasione della 92ª Giornata Mondiale del Risparmio**

Roma, 26 ottobre 2016. Sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica, domani sarà celebrata a Roma la 92ª Giornata Mondiale del Risparmio, da sempre organizzata dall'Acri, l'Associazione che rappresenta collettivamente le Fondazioni di origine bancaria e le Casse di Risparmio Spa. Interverranno il Presidente dell'Acri **Giuseppe Guzzetti**, il Presidente dell'Abi **Antonio Patuelli**, il Governatore della Banca d'Italia **Ignazio Visco**, il Ministro dell'Economia e delle Finanze **Pier Carlo Padoan**. Come ogni anno, alla vigilia della manifestazione l'Acri presenta i risultati dell'indagine sugli Italiani e il Risparmio, che da sedici anni realizza insieme a Ipsos per questa occasione. I risultati dell'indagine sono suddivisi in due macroaree: la prima, comune a tutte le rilevazioni (dal 2001 al 2016), 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 "La cultura del risparmio per la crescita".

### **IN SINTESI**

Dall'indagine emerge chiaramente **la distanza tra dati di fatto positivi e la ripresa di timori per le prospettive future**. Da una parte ci sono elementi che dovrebbero sostenere una nuova fiducia: il Pil cresce per il secondo anno di fila, gli ottimisti sul proprio tenore di vita sono più numerosi dei pessimisti, aumenta il numero di coloro che riescono a risparmiare, lentamente si rimargina l'emorragia di consumi, e anche l'immobiliare appare in ripresa: dunque, **mediamente, gli italiani stanno meglio di 2-3 anni fa**. Dall'altra parte **questa ripresa è stata contenuta rispetto alle attese di molti e non ha riguardato tutti**: più di un quarto delle famiglie soffre in maniera diretta o indiretta della crisi, la cui fine appare a tutti ancora piuttosto lontana. Inoltre la situazione dell'Ue sembra generare diversi timori per il futuro del Paese.

**Per il quarto anno consecutivo cresce (di 3 punti percentuali) la quota di italiani che affermano di essere riusciti a risparmiare negli ultimi dodici mesi**: passano dal 37% del 2015 al 40% attuale, il dato più alto dal 2003, superando di gran lunga coloro che consumano tutto il reddito (il 34%, erano il 41% nel 2015). Al contempo, **però, tornano ad aumentare le famiglie in saldo negativo di risparmio**, dal 22% del 2015 al 25% attuale, perché cresce il numero di coloro che intaccano il risparmio accumulato (dal 16% dello scorso anno al 19% attuale) e rimane costante al 6% la percentuale di chi ricorre a prestiti.

Anche riguardo ai consumi si registra un atteggiamento un po' più rilassato rispetto al passato, soprattutto presso **le classi medie e più abbienti, che ricominciano a spendere** anche in quei comparti tralasciati negli ultimi anni, come le spese per la cura e la bellezza della persona. **Tutti i diversi settori merceologici, inoltre, mostrano, indistintamente, una riduzione della negatività**.

**Il trend del tenore di vita – sia pur lievemente – migliora per il terzo anno di fila**: crescono un po' coloro che migliorano anno dopo anno e sono il 6% (erano il 5% nel 2015, il 4% nel 2014, il 2% nel 2013). Un terzo degli italiani (32%, come nel 2015) dice di aver mantenuto con facilità il proprio tenore di vita. Si riducono coloro che dichiarano di avere sperimentato qualche difficoltà nel mantenerlo (sono il 44%, il 45% nel 2015). Sono stabili le famiglie che al riguardo segnalano serie difficoltà (sono il 18% come nel 2015, erano il 23% nel 2014).

**In tutto questo, però, prevale il pessimismo.** La crisi, infatti, è ancora parte integrante della vita degli italiani, l'86% la percepisce come grave e ritiene che durerà ancora per anni. **La metà dei nostri connazionali si aspetta di tornare ai livelli pre-crisi soltanto dopo il 2021.** E le famiglie colpite direttamente dalla crisi sono tuttora molte, più di 1 su 4 (il 28%, contro il 25% del 2015, il 27% del 2014, il 30% del 2013). Il numero dei soddisfatti rispetto alla propria situazione economica supera ancora quello degli insoddisfatti, ma solo di poco - sono il 51% contro il 49% - ed è in calo rispetto al 55% nel 2015.

**Riguardo al futuro dei singoli territori locali in cui gli italiani vivono si registrano il 27% di pessimisti contro il 24% di ottimisti.** Inoltre continua a ridimensionarsi la fiducia rispetto all'economia mondiale nel suo complesso: gli ottimisti sono solo il 27% contro il 24% di pessimisti. Per quanto riguarda l'Italia, poi, oggi poco più di 1 italiano su 4 è fiducioso sul futuro (il 28%), mentre gli sfiduciati sono il 40%. Infine è **il primo anno, dal 2011, in cui si assiste a un saldo negativo (-10 punti percentuali) tra pessimisti e ottimisti riguardo alla fiducia nelle prospettive future dell'economia europea** (i fiduciosi sono il 24%, gli sfiduciati il 34%, con un'inversione rispetto allo scorso anno quando erano rispettivamente il 32% contro il 24%).

Per la prima volta **coloro che non hanno fiducia nell'Unione Europea in quanto tale diventano maggioritari (il 54%) rispetto al 46% di italiani che si fida:** dal 2009 a oggi coloro che hanno fiducia sono arretrati di ben 23 punti percentuali. In merito all'Euro 2 italiani su 3 ne sono insoddisfatti (il 68%, dato in leggero calo rispetto al 71% del 2015); la maggior parte continua a essere convinta della sua utilità nel lungo periodo (il 51% come nel 2015), ma cresce il numero di coloro che hanno un'opinione negativa (sono il 42%, il 36% nel 2015) a spese degli indecisi.

**Sembra che gli italiani vogliano un'Europa che abbia una Costituzione comune (invocata dal 70%** degli italiani, in crescita rispetto al 65% del 2015 e al 55% del 2007) per condividere con certezza i principi fondamentali, anche perché è in calo la fiducia che così l'Ue vada nella giusta direzione (dal 65% del 2014 al 53% del 2016).

**In questa situazione, il numero di italiani propensi al risparmio rimane estremamente elevato: sono l'88% (nel 2015 erano il 90%), ma cambia la composizione di questo dato.** Se nei primi tempi della crisi il numero di persone che non vivono tranquille se non mettono da parte dei risparmi continuava a crescere, da due anni questa tendenza è in ridimensionamento: nel 2014, infatti, erano il 46%, nel 2015 il 42%, oggi sono il 37%. **Prevalgono, invece, coloro che ritengono sia bene fare dei risparmi senza troppe rinunce, e oggi sono la maggioranza assoluta (51%, +3 punti percentuali)** a testimonianza di un affievolirsi dell'ansia di non riuscire a mettere via nulla e della propensione, invece, a risparmiare fisiologicamente nel corso della vita quotidiana. Al contempo cresce la percentuale di coloro che preferiscono godersi la vita senza pensare a risparmiare: sono l'11% degli italiani (come nel 2006), in aumento rispetto al 2015 (8%).

**Ma che cosa significa risparmiare per gli italiani?** Quest'anno l'abbiamo chiesto specificatamente. Per il 63% risparmio significa attenzione alle spese superflue ed evitare gli sprechi; solo per il 10% vuol dire guadagnare più di ciò che si riesce a spendere. Quindi, per la maggioranza, l'attuale cultura del risparmio ha tratti molto moderni, richiamando la responsabilità sociale del consumatore e la sostenibilità delle sue scelte di consumo nel lungo periodo. Esso **rappresenta un ponte verso il futuro**, sia perché riduce i rischi per la famiglia, e nel contempo la educa a un consumo responsabile, sia perché offre la possibilità di destinare risorse economiche alle attività produttive.

**All'idea del risparmio l'italiano associa innanzitutto quella di tranquillità (45%),** una tranquillità che nasce dal saggio sacrificio (43%) dell'oggi per un futuro maggiormente tutelato (35%). Il risparmio è, infatti, ritenuto utile per le famiglie ai fini di: garantire la sicurezza economica nella fase di ritiro

dall'attività lavorativa (44% fondamentale, 33% importante); per la programmazione del futuro (42% fondamentale, 36% importante); per un'educazione al consumo responsabile (39% fondamentale; 38% importante).

**Riguardo agli investimenti, ancor più che nel passato, chi ha risorse disponibili mostra una forte preferenza per la liquidità: riguarda 2 italiani su 3.** Inoltre, chi investe lo fa solo con una parte minoritaria dei propri risparmi. Sembra, poi, che l'investimento ideale non esista più: il 32% ritiene che proprio non ci sia (maggioranza relativa, +5 punti percentuali rispetto al 2015), il 30% lo indica negli immobili (+1 punto percentuale), il 30% indica gli investimenti finanziari reputati più sicuri (-5 punti percentuali rispetto al 2015; un calo dovuto probabilmente ai bassi tassi attuali). Ultimi, con l'8%, sono coloro che indicano come ideali gli strumenti finanziari più rischiosi (scendono di 1 punto percentuale rispetto al 2015). **Il risparmiatore italiano è sempre più attento alla (bassa) rischiosità del tipo di investimento (dal 43% al 44%)** rispetto alla sola solidità del proponente (dal 28% al 24%) e cresce di 5 punti percentuali l'attenzione ad attività che aiutino lo sviluppo dell'Italia (dal 13% al 18%).

**Quello che si delinea è il ritratto di un risparmiatore che rifugge il rischio, perché ritiene sempre più di non essere sufficientemente tutelato da leggi e controlli:** nel 2016 il 74% parla di norme e controlli non efficaci, mostrando una brusca inversione di tendenza rispetto agli ultimi due anni (era il 58% nel 2015, il 65% nel 2014, il 72% nel 2013) e c'è sempre meno fiducia che la tutela del risparmiatore aumenti nei prossimi 5 anni (il 19% pensa che il risparmiatore sarà più tutelato, mentre il 67% ritiene che lo sarà meno). **Questo spiega come mai, considerando lo scarso rendimento degli investimenti ritenuti più sicuri, a fronte di un aumento di capacità di risparmio, cresce al contempo la preferenza per la liquidità.**

**Da quanto finora detto si evidenzia una notevole polarizzazione tra chi sta bene ed è sempre più tranquillo nelle scelte di consumo e di risparmio e chi è in difficoltà e non vede miglioramenti nella propria situazione.**

## **Il Futuro dell'economia, personale e globale**

**“Il ritorno della preoccupazione”** attanaglia molti italiani: se da una parte essi vedono che molti aspetti della loro vita personale sono in miglioramento rispetto al passato, in particolare i consumi e la capacità di risparmio, dall'altra non riescono a guardare al futuro con tranquillità. Oltre alle usuali preoccupazioni per il destino del Paese, si sono aggiunti i timori di una crisi dell'Unione Europea e quelli legati a uno scenario globale poco rassicurante. Torna quindi l'incertezza e si cercano elementi che consentano di amministrare il disordine.

**L'uscita definitiva dalla crisi** (tuttora percepita come grave dall'86% degli italiani) **appare sempre più lontana:** l'aspettativa di durata media era di poco superiore ai 2 anni nel 2009, ai 3 nel 2010, 3-4 anni nel 2011, 4 nel 2012 e nel 2013, circa 5 nel 2014 e nel 2015; nell'autunno 2016 supera in media i 5 anni. **La metà degli italiani si aspetta di tornare ai livelli pre-crisi soltanto dopo il 2021.**

**Riguardo alla situazione economica delle famiglie, dopo due anni in cui sentivano ridursi lo spettro della crisi, il quadro è ora in peggioramento.** Si interrompe il trend positivo relativo alla contrazione del numero di famiglie colpite dalla crisi (da 32% del 2015 siamo risaliti al 36%) e **quelle colpite direttamente tornano ad essere più di 1 su 4** (28% nel 2016, erano il 25% nel 2015).

**Questa situazione fa registrare un arretramento in termini di soddisfazione rispetto alla propria situazione economica,** tornando ai livelli del 2014. Oggi i soddisfatti superano di poco gli insoddisfatti (il 51% della popolazione è soddisfatto, il 49% è insoddisfatto), con un decremento di 4 punti percentuali rispetto al 2015; il dato è importante in quanto da due anni i soddisfatti erano in crescita.

Dall'analisi emerge che il peggioramento è **concentrato quasi esclusivamente nel Nord Ovest (oggi c'è il 53% di soddisfatti, nel 2015 erano il 67%)**, mentre le altre aree sono più o meno stabili (-1 punto percentuale il Nord Est, +1 il Centro, +2 il Sud). Se il recupero del 2014 fu indotto in misura consistente da una riduzione di negatività nel Nord Est e la crescita del 2015 ha avuto il suo evidente baricentro nel Nord Ovest, nel 2016 registriamo un maggiore equilibrio nelle diverse aree del Paese. Il peggioramento (concentrato nel Nord Ovest) è almeno in parte spiegato da due elementi: **la delusione rispetto ad attese di miglioramento, che è stato in realtà molto modesto, e la preoccupazione per la situazione internazionale.**

**Peraltro il trend del tenore di vita – sia pur lievemente – migliora per il terzo anno di fila: crescono coloro che migliorano la propria situazione anno dopo anno e sono il 6% nel 2016**, erano il 5% nel 2015, il 4% nel 2014, il 2% nel 2013. Un terzo degli italiani (32%, come nel 2015) dichiara di aver mantenuto con facilità il proprio tenore di vita. **Si riducono coloro che dichiarano di avere sperimentato qualche difficoltà nel mantenere il proprio tenore di vita** (sono il 44%, erano il 45% nel 2015). Sono stabili le famiglie che segnalano difficoltà serie a mantenere il proprio tenore di vita (sono il 18% come nel 2015, mentre erano il 23% del 2014).

**Guardando al futuro, il numero dei fiduciosi sul miglioramento della propria situazione personale è nettamente superiore a quello degli sfiduciati (16% gli sfiduciati, 26% i fiduciosi, saldo +10), anche se il saldo è in contrazione rispetto al 2015 (+13)**, rimanendo comunque nettamente al di sopra del saldo 2014, che era +3. In ogni caso, la maggior parte degli intervistati, il 57%, non si attende cambiamenti della propria situazione economica (questo è un dato indotto dalla forte presenza di percettori di reddito fisso: lavoratori dipendenti o pensionati); solo l'1% non sa cosa pensare (era il 4% nel 2015).

- Rispetto alla propria situazione personale accelera ulteriormente il **forte recupero di fiducia presso i giovani** (18-30 anni): il saldo tra ottimisti e pessimisti raggiunge il livello di +26, (dall'ottimo +23 dell'anno scorso).
- **Gli individui fra i 31 e i 44 anni** mostrano un saldo positivo in linea con la media della popolazione (+10), **ma con un forte calo di 9 punti rispetto al 2015 (era +19)**. Similmente, gli italiani **tra i 45 e i 64 anni si mostrano nel complesso ottimisti** (saldo +6) ma meno dello scorso anno (+10).
- **Gli over 65**, dopo un'ampia ripresa nel 2015 (in cui si assisteva a una situazione di equilibrio tra pessimisti e ottimisti), **tornano ad esprimersi più negativamente che positivamente** (saldo -3), seppur non come in passato.

**È importante sottolineare che la minore positività della situazione è determinata più che altro dal pessimismo che sembra aver colto coloro che nel 2015 avevano sospeso il giudizio sul proprio futuro:** infatti gli ottimisti rimangono stabili (26%), così come coloro che non si aspettano cambiamenti (57%), mentre i pessimisti aumentano al 16% (+3 punti percentuali, erano il 13% nel 2015) e al contempo coloro che non prendono posizione calano di 3 punti percentuali (dal 4% del 2015 all'1% del 2016).

Rispetto al futuro del **territorio locale** in cui gli italiani vivono, prevale ancora, seppur di poco, il pessimismo: **coloro che hanno poca fiducia superano di 3 punti percentuali i fiduciosi** (27% vs 24%), un po' più negativi rispetto al 2015 (il saldo era -1), ma comunque la fiducia è in ripresa rispetto agli anni precedenti (nel 2014 il saldo era -13, -17 nel 2013 e nel 2011). Il dato medio però nasconde un'importante dinamica: rispetto alla situazione locale **il Sud denota pochissima fiducia nel territorio locale** (-10 punti di saldo negativo, tuttavia in riduzione), mentre c'è un generale equilibrio tra ottimisti e pessimisti nel resto d'Italia (anche se nel 2015 prevalevano gli ottimisti).

**Nel 2016 le prospettive per l'Italia e l'Europa non sono positive.** Diversamente dal 2015, sono più gli italiani che ritengono che l'economia italiana e quella europea peggioreranno nei prossimi anni rispetto a quanti si attendono un miglioramento (il saldo tra ottimisti e pessimisti è rispettivamente -12 e -10). Mentre prospettive così negative per l'Italia non sono una novità (nel 2014 il saldo era -15; -23 nel 2013; addirittura -35 nel 2007), per l'Europa non si era mai registrato un saldo così nettamente negativo (nel 2016 il saldo è -10, il minimo era stato toccato nel 2008 con -5), certamente frutto dell'anno difficile dell'Unione Europea, culminato con la Brexit.

- **Oggi poco più di 1 italiano su 4 è fiducioso sul futuro dell'Italia (il 28%), mentre gli sfiduciati sono il 40%,** 13 punti percentuali in più rispetto al 2015 che, uniti alla diminuzione degli ottimisti (che nel 2015 erano il 36%), evidenziano un **ritorno alla sfiducia nelle sorti del Paese** (l'anno scorso il saldo tra ottimisti e pessimisti era positivo, +9; quest'anno torna negativo a -12). Solo il 31% degli italiani ritiene che la situazione rimarrà inalterata; l'1% non sa cosa pensare.
- **Sulle prospettive future dell'economia europea domina il pessimismo:** dal 2011, è il primo anno in cui si assiste a un saldo negativo delle aspettative relative all'Europa (-10), con i fiduciosi attestati al 24%, i pessimisti al 34% (un'inversione rispetto allo scorso anno quando erano rispettivamente 32% vs. 24%) e coloro che ritengono che la situazione rimarrà statica al 38%; il 4% non sa cosa dire.
- **Pur rimanendo ancora positivo, prosegue il ridimensionamento della fiducia rispetto all'economia mondiale nel suo complesso:** nel 2014 gli ottimisti erano di 15 punti percentuali sopra i pessimisti; questo dato nel 2015 è sceso a 8 punti, nel 2016 a 3 punti, generato dal 27% di ottimisti e il 24% di pessimisti; sono il 40% coloro che ritengono che la situazione rimarrà statica, mentre il 9% non sa esprimersi.

*In sintesi, il presente sembra ancora dominato da molti segnali di negatività: l'ottimismo sul proprio futuro personale in lieve contrazione, un comune destino di attese negative per l'Italia e per l'Europa, il resto del mondo in una fase meno espansiva rispetto al passato. Se fino a pochi anni fa gli italiani guardavano all'Europa e al resto del mondo sperando di intercettare parte della ripresa mondiale, ora questa speranza è seriamente ridimensionata. La crisi è ancora parte integrante della vita degli italiani, che pensano lo sarà per molti anni ancora.*

La percezione di un peggioramento della situazione attuale induce nuovamente la maggior parte degli italiani a concentrarsi sul futuro a scapito del presente: **il 55% punta a investire soprattutto nella qualità della vita futura** (nel 2015 erano il 49%), **mentre il 43% presta attenzione al presente** (il 45% nel 2015).

Allargando l'orizzonte ad altri **Paesi nel Mondo**, la stasi europea è evidente: l'inversione di tendenza si ha soprattutto tra i cittadini Nord e Sud Americani, mentre Apac e Medio Oriente/Africa sembrano essere in una fase interlocutoria (*dati Ipsos Global@dvisor agosto 2016*).

## **L'Europa e l'Euro**

La scomparsa di gran parte dell'ottimismo in Italia trova la sua ragione nelle difficoltà evidenti in cui si dibatte l'Ue e nelle aspettative future. **Nel 2016 coloro che hanno fiducia nell'Unione Europea (il 46%) per la prima volta diventano minoritari;** il 54% degli italiani, infatti, non ha fiducia. Inoltre quelli che non hanno per niente fiducia (il 27%) sono molti di più di coloro che hanno grande fiducia (il 14%): dal 2009 a oggi coloro che hanno fiducia sono arretrati di ben 23 punti percentuali.

**Se in passato l'Euro è stato l'elemento simbolico di insoddisfazione verso l'Ue, ora questa sembra avvilupparsi in una crisi autonoma. Infatti se è sempre vero che più di 2 italiani su 3 sono**

**insoddisfatti dell'Euro** (il 68%, dato in leggero calo rispetto al 71% del 2015), il numero dei soddisfatti cresce di 3 punti percentuali dal 2015. La maggior parte degli italiani (51%) è ancora convinta della sua utilità nel lungo periodo; però il numero di coloro che ritengono l'Euro come uno svantaggio fra 20 anni sale significativamente - erano il 36% nel 2015, ora sono il 42% - a spese degli indecisi, che passano dal 13% al 7%.

Parimenti, **sono ancora maggioritari gli italiani che ritengono che l'Europa andrà nella giusta direzione (53%) rispetto a quelli che pensano sbaglierà strada (41%)**. Tuttavia, coloro che ritengono andrà nella direzione sbagliata balzano dal 29% al 41%. **Sempre più per gli italiani urge un'Europa che abbia una Costituzione comune** (invocata dal 70% dei nostri connazionali contro il 65% del 2015) per condividere con certezza i principi fondamentali.

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

Il numero di italiani **propensi al risparmio rimane estremamente elevato: sono l'88%** (nel 2015 erano il 90%), ma cambia la composizione di questo dato. Se nei primi tempi della crisi il numero di persone che non vivono tranquille se non mettono da parte dei risparmi continuava a crescere, da due anni questa tendenza è in ridimensionamento: nel 2014, infatti, erano il 46%, nel 2015 il 42%, oggi sono il 37%. **Prevalgono, invece, coloro che ritengono sia bene fare dei risparmi senza troppe rinunce:** ora sono la maggioranza assoluta (51%, +3 punti percentuali), a testimonianza di un affievolirsi dell'ansia di non riuscire a mettere via nulla e della propensione, invece, a risparmiare fisiologicamente nel corso della vita quotidiana. Al contempo **crece la percentuale di coloro che preferiscono godersi la vita senza pensare a risparmiare: sono l'11% degli italiani** (come nel 2006), in aumento rispetto al 2015 (8%). Un residuale 1% non prende posizione.

Peraltro, **per il quarto anno consecutivo cresce (di 3 punti percentuali) la quota di italiani che affermano di essere riusciti a risparmiare negli ultimi dodici mesi: passano dal 37% del 2015 al 40% attuale**, il dato più alto dal 2003, superando di gran lunga coloro che consumano tutto il reddito (34%, erano il 41% nel 2015). Al contempo, però, **tornano ad aumentare le famiglie in saldo negativo di risparmio**, dal 22% del 2015 al 25% attuale, perché crescono coloro che intaccano il risparmio accumulato (dal 16% dello scorso anno al 19% attuale) e rimane costante al 6% chi ricorre a prestiti. **È interessante notare che la crescita di chi è in saldo negativo è quasi esclusivamente legata al Nord:** il saldo negativo cresce di 11 punti percentuali nel Nord Est, di 6 nel Nord Ovest, di 2 nel Centro, mentre scende di un punto al Sud. Al Nord si allarga la polarizzazione tra coloro che riescono a risparmiare e coloro che sono in difficoltà. **Tra coloro che hanno risparmiato di più nel 2016 ci sono soprattutto i giovani (il 56% ha risparmiato).**

**Combinando l'andamento del risparmio delle famiglie italiane nell'ultimo anno (2016) e le previsioni per quello futuro (2017), si delineano sei gruppi di tendenza rispetto al risparmio, che se da una parte registrano il miglioramento avvenuto, dall'altra testimoniano un serio peggioramento delle attese.** 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 27%, come nel 2015, in crescita rispetto agli anni precedenti** (+7 punti percentuali rispetto al 2014, +13 rispetto al 2013 e +11 rispetto al 2012, quando il dato era il 16%).
- **Famiglie con risparmio in risalita** - hanno speso tutto senza fare ricorso a risparmi/debiti, ma nei prossimi dodici mesi pensano di risparmiare di più: **sono il 5%, in lieve diminuzione** rispetto al 6% del 2015 (al 4% del 2014, al 5% del 2013, al 4% del 2012 e del 2011).

- **Famiglie che galleggiano** - hanno speso tutto senza fare 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 25%**, in lieve diminuzione rispetto al 26% del 2015, ma superiore agli anni precedenti (+3 punti percentuali rispetto al 2014, +6 punti percentuali rispetto al 2013, +3 rispetto al 2012).
- **Famiglie col risparmio in discesa** - sono riuscite a risparmiare, ma temono di risparmiare meno nei prossimi dodici mesi: **sono il 12% in netto aumento di 4 punti percentuali rispetto al 2015**, sostanzialmente costanti rispetto alle previsioni degli anni precedenti (+1 rispetto al 2014, -1 rispetto al 2013, +2 rispetto al 2012).
- **Famiglie in crisi moderata di risparmio** - hanno consumato tutto il reddito e nei prossimi dodici mesi temono di risparmiare meno: **sono l'8%, in ulteriore diminuzione**, di 1 punto percentuale sul 2015 (nel 2014 erano 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 il 21%, poco più di 1 italiano su 5, in linea con il 2014 ma in aumento rispetto al 2015** (erano il 18%).

A testimonianza della migliore capacità di risparmio degli italiani si nota che **più di 3 famiglie su 4** (il 76%) **riuscirebbe a far fronte a una spesa imprevista di 1.000 euro** con risorse proprie, dato in crescita di 4 punti percentuali rispetto al 2015. 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 2 famiglie su 5** (il 40%), e anche in questo caso assistiamo a una crescita di +5 punti percentuali rispetto al 2015.

*In sintesi, il desiderio e la volontà degli italiani di risparmiare rimane molto forte, ma è vissuto dai più con maggiore serenità; non va dimenticato, però, che nel Paese rimane un'importante fetta di famiglie che è al limite delle proprie forze economiche, tanto da non saper far fronte a un imprevisto.*

## **Il Risparmio per la crescita economica e sociale**

**Ma che cosa rappresenta per gli italiani il risparmio? Per il 63% significa attenzione alle spese superflue ed evitare gli sprechi; solo per il 10% vuol dire guadagnare più di ciò che si riesce a spendere.** Quindi, per la maggioranza, è qualcosa alla portata del quotidiano.

Gli italiani risparmiano, ma vorrebbero farlo ancora di più: **si pensa che tutto sommato in Italia si risparmi meno di quel che si dovrebbe o potrebbe** (il 50%, la pensa così, contro un 30% che ritiene si risparmi il giusto, il 18% troppo, il 2% non indica) e **che le generazioni passate abbiano risparmiato assai più di quella presente (84%)**. Solo il 9% ritiene che l'attenzione al risparmio sia più forte ora e il 7% pensa che sarà più forte nelle generazioni future.

**All'idea del risparmio l'italiano associa innanzitutto quella di tranquillità (45%)**, una tranquillità che nasce dal saggio sacrificio (43%) dell'oggi per un futuro maggiormente tutelato (35%). Il risparmio è, infatti, ritenuto utile per le famiglie ai fini di: garantire la sicurezza economica nella fase di ritiro dall'attività lavorativa (44% fondamentale, 33% importante); per la programmazione del futuro (42% fondamentale, 36% importante); per un'educazione al consumo responsabile (39% fondamentale; 38% importante).

**Il 92% degli italiani ritiene che il risparmio sia utile per i cittadini e per le famiglie** (50% fondamentale, 42% importante), ma che lo sia anche **per lo sviluppo economico** (24% fondamentale, 52% importante), **per il Paese e per gli attori economici** (28% fondamentale; 44% importante), **per lo sviluppo sociale e civile** (22% fondamentale, 55% importante).

Entrando nel dettaglio riguardo all'importanza del risparmio per il Paese, gli italiani pensano che sia utile per: **dare possibilità alle imprese di assumere nuovi lavoratori** (40% fondamentale, 34% importante); dare la possibilità alle imprese di **investire in innovazione e ricerca** (36% fondamentale, 35% importante), **dare la possibilità ai cittadini di avere prestiti e mutui** (34% fondamentale, 37% importante), dare la possibilità di finanziare le imprese (27% fondamentale, 36% importante), fornire risorse per conservare beni architettonici e naturalistici (24% fondamentale, 37% importante), fornire risorse a società filantropiche, umanitarie e caritatevoli (16% fondamentale, 33% importante), sostenere lo sviluppo del settore bancario (11% fondamentale, 23% importante), dare la possibilità di finanziare lo Stato (9% fondamentale, 27% importante).

*Il risparmio quindi fa bene alle famiglie e fa bene alla società, anche perché gli italiani ritengono che non sia un privarsi del necessario e nemmeno del superfluo, ma implichi l'essere attenti a come si spende. In questo il risparmio ha dei tratti molto moderni, richiama la responsabilità sociale del consumatore e la sostenibilità delle sue scelte di consumo nel lungo periodo, sia per la sua famiglia sia per la società.*

Gli italiani si informano con una **dieta mediatica molto ridotta**, e meno di uno su due sembra avere un buon mix di fonti informative (il 12% è molto attento a diversificare le fonti informative, il 30% degli intervistati è abbastanza informato, il 40% si informa solo tramite la TV, il 18% tende a rifuggire l'informazione). Rispetto alle **informazioni di tipo politico ed economico** dichiarano di riservare molto spazio alla televisione (il 27% si informa tutti i giorni), anche se **il web è al primo posto** (il 32% si informa tutti i giorni), mentre i giornali hanno perso centralità (il 9% si informa tutti i giorni), salvo che nella loro edizione digitale. Il numero ridotto di italiani che si informa con regolarità determina una **conoscenza ridotta anche dei termini economici basilari** (l'osservatorio Consob dichiara che meno della metà sa definire con correttezza l'inflazione, ossia il 43%; il 7% ne ha una conoscenza errata; il 50% non si cimenta nel tentativo di dare una definizione); questa scarsa informazione **fa sentire gli italiani molto insicuri nell'identificare l'investimento più adatto** alle proprie esigenze: **si sente sufficientemente sicuro solo il 19% degli italiani**, percentuale che sale al 29% tra coloro che investono nel corso dell'anno.

## **Gli Investimenti**

**La preferenza degli italiani per la liquidità è sempre più elevata e riguarda più di 2 italiani su 3 (il 67%): chi investe lo fa solo con una parte minoritaria dei propri risparmi.** Rispetto al 2015 la situazione è sostanzialmente costante, anche se si registra un **generale aumento dell'orientamento delle famiglie verso gli investimenti ritenuti più sicuri**: sale la quota dei possessori di certificati di deposito e di obbligazioni (10%, +1 punto percentuale rispetto al 2015), di assicurazioni sulla vita/fondi pensione (27%, +2 punti), di libretti di risparmio (25%, +2 punti), di buoni postali (14%, +5 punti), di fondi di investimento (14%, +1 punto).

**Rispetto all'investimento ideale, gli italiani si dividono. Sembra, infatti, che l'investimento ideale non esista più:** il 32% ritiene che proprio non ci sia (maggioranza relativa, +5 punti percentuali rispetto al 2015), il 30% lo indica negli immobili (+1 punto percentuale), il 30% indica gli investimenti finanziari reputati più sicuri (-5 punti percentuali rispetto al 2015; un calo dovuto probabilmente ai bassi tassi



attuali). Ultimi, con l'8%, sono coloro che indicano come ideali gli strumenti finanziari più rischiosi (scendono di 1 punto percentuale rispetto al 2015).

**La dinamica degli investimenti immobiliari segna comunque una crescita per il secondo anno di fila;** se nel 2006 la percentuale di coloro che vedevano nel mattone l'investimento ideale era il 70%, percentuale scesa progressivamente fino al 24% nel 2014, nel 2015 risale di ben 5 punti e nel 2016 arriva al 30%. In particolare la crescita si registra nel Nord Ovest (30% vs. 23%) a scapito degli strumenti finanziari più sicuri. Nel Sud Italia cresce in modo preponderante la percentuale di chi non riesce a ravvisare alcun investimento ideale (37% vs. 28%); nel Nord Est e nel Centro prevale chi predilige gli strumenti finanziari più sicuri (rispettivamente 38% e 34%).

**Il risparmiatore italiano è sempre più attento alla (bassa) rischiosità del tipo di investimento (dal 43% al 44%) rispetto alla sola solidità del proponente (dal 28% al 24%): cresce di 5 punti percentuali l'attenzione ad attività che aiutino lo sviluppo dell'Italia (dal 13% al 18%). Quello che si delinea è il ritratto di un risparmiatore che rifugge il rischio perché ritiene sempre più di non essere sufficientemente tutelato da leggi e controlli:** nel 2016 il 74% parla di norme e controlli non efficaci, mostrando una brusca inversione di tendenza rispetto agli ultimi due anni (era il 58% nel 2015, il 65% nel 2014, il 72% nel 2013) e **c'è sempre meno fiducia che la tutela del risparmiatore aumenti** nei prossimi 5 anni (il 19% pensa che il risparmiatore sarà più tutelato, mentre il 67% ritiene che lo sarà meno). Questo spiega come mai, considerando lo scarso rendimento degli investimenti più sicuri, a fronte di un aumento di capacità di risparmio, cresce al contempo la preferenza per la liquidità.

## I Consumi

Osservando gli atteggiamenti nei confronti dei consumi si nota un **miglioramento del clima per il secondo anno di fila**. Come già nel 2015, si riducono i tagli e alcune spese aumentano in modo rimarchevole: quando si affaccia al mercato il consumatore italiano, sia pur sempre guardingo, vive l'atto del consumo con meno preoccupazione. **Sembra essere tornata la voglia di consumare, anche se rimane un'alta selettività delle spese.** Ciò è soprattutto determinato da un numero crescente di persone che hanno visto migliorare il tenore di vita o che non subiscono situazioni negative. Chi migliora la propria situazione aumenta molto le spese legate all'auto, all'elettronica e alla telefonia: tali tipologie di spese sono state aumentate anche da coloro che – seppur non in miglioramento - sono abbastanza tranquilli per la propria situazione.

**Si riduce, dunque, la negatività in quasi tutti gli ambiti di consumo, anche se diverse tipologie risultano ancora scontare una notevole attenzione alla spesa** da parte del consumatore, **in primis viaggi e fuori casa (ristorazione e attività culturali)**. La spesa per i medicinali rimane elevata presso tutti i target. La situazione può essere riassunta in questo modo:

- 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, anche se appaiono oggi **meno guardinghi rispetto alla telefonia**.
- Chi ha sperimentato **qualche difficoltà** continua a razionalizzare i consumi, ma - similmente a quanto accaduto nel 2015 - **incrementa quelli legati alla telefonia ed è meno cauto rispetto all'auto, all'elettronica e ai prodotti per la casa**.
- Coloro che **non sono stati colpiti dalla crisi** e che ora si sentono abbastanza rassicurati sulle proprie possibilità di spesa sono ancora un po' cauti a causa del contesto nazionale ed europeo, quindi non mostrano un boom di consumi, ma **un lento riavvio di quelli che erano stati compressi negli anni**

**più difficili per il Paese.** Già lo scorso anno le loro spese erano aumentate soprattutto per i beni di prima necessità e i semidurevoli, quest'anno **riprendono spazio anche le spese più voluttuarie**, come la cura della persona/bellezza.

**I diversi settori denotano un andamento differente l'uno rispetto all'altro accumulato, però, da una generale tendenza: anche quando non si verifica un completo cambiamento di rotta, si riduce comunque la negatività** rispetto all'andamento negli ultimi 2-3 anni.

- **Viaggi e vacanze:** negli ultimi 2-3 anni i consumi in questo settore sono stati ridotti dal 49% degli italiani contro il 9% che li ha incrementati, mentre il 42% li ha tenuti costanti. **Il saldo negativo è perciò di -40 punti percentuali, un po' meglio del -43 dello scorso anno.** Il calo di negatività trova anche conferma nel commento di Confcommercio alla stagione estiva. È da rimarcare che chi ha migliorato la propria situazione economica dichiara di aver incrementato i consumi in questo ambito.
- Il 45% degli italiani dichiara di aver **ridotto la propria frequentazione di ristoranti, bar e pizzerie** negli ultimi 2-3 anni; solo il 9% dichiara di averla incrementata e il 46% di averla tenuta costante. **Il saldo negativo** tra chi ha incrementato e chi ha ridotto è di -36 punti percentuali, **in netto miglioramento** rispetto al -45 dell'anno scorso.
- **Cinema, teatro e concerti registrano una contrazione** presso il 43% degli italiani, solo l'8% ne ha incrementato la fruizione; il 49% è stabile. **Il saldo è negativo di -35 punti percentuali, ma anche in questo caso** un anno fa era negativo per -43 punti.
- **Vestiario, abbigliamento e accessori** registrano una riduzione presso il 39% degli italiani, un incremento presso il 12%, mentre il 49% dichiara di non aver modificato i propri consumi al riguardo. Ciò genera un **saldo negativo di -27 punti: importante, ma molto inferiore a quello del 2015** (-33 punti percentuali).
- **Significativa è anche la riduzione di negatività nel settore della cura della persona e della bellezza:** il saldo negativo passa da -21 punti a -13; il dato è positivo sia per chi ha visto migliorare la propria situazione sia per chi non ha sperimentato dei problemi.
- **Libri, giornali e riviste sono sostanzialmente stabili nel saldo negativo (da -20 a -19 punti) e lo stesso accade per giochi e lotterie** (con un saldo negativo passato dal -18 del 2015 a -17).
- **Prodotti alimentari e per la casa, spese per auto e trasporti** evidenziano **saldi poco problematici e lievemente migliori rispetto al 2015** (registrano un **saldo negativo rispettivamente di -4 e -3 punti percentuali**, contro i -5 e -6 del 2015).
- Seppur con un saldo non problematico, **cala lievemente il dato relativo ai consumi per elettronica ed elettrodomestici:** dal -3 del 2015 al -5 del 2016; come per auto e trasporti, in questo settore si segnala una forte differenza tra chi ha migliorato la propria situazione, e aumenta molto i consumi, e chi ha grandi difficoltà, e li riduce sensibilmente.
- **Telefono e telefonia continuano a crescere:** hanno un **saldo positivo di 12 punti percentuali**, in miglioramento rispetto al +8 del 2015. È da notare che **in quest'ambito sono stati incrementati i consumi sia da parte di coloro che hanno visto un miglioramento del proprio stile di vita, sia di coloro che non hanno sperimentato problemi e persino da parte di chi ha dovuto fronteggiare qualche difficoltà.**
- **I medicinali continuano ad essere acquistati sempre di più.** Sia pur dominando la stabilità, con il 55% di italiani che dichiara di fare un uso dei medicinali uguale al passato, si nota che **coloro che ne hanno aumentato il consumo (38%) sono assai più di coloro che lo hanno ridotto (7%);** il saldo è decisamente positivo e superiore agli anni passati (+31 punti percentuali nel 2016, +19 nel 2015, +20 nel 2014).

## **Riassumendo i dati per tipologia di famiglie consumatrici:**

- **Chi ha un tenore di vita in peggioramento ha dovuto tagliare ogni spesa:** per ogni categoria di prodotti prevalgono coloro che ne hanno drasticamente ridotto il consumo, tranne che sui farmaci, dove i consumi sono in crescita, e sulla telefonia, dove i tagli sono molto inferiori rispetto al passato.
- **Coloro che hanno dovuto faticare per mantenere il proprio tenore di vita** sono stati costretti a essere più attenti in ogni tipologia di consumo: questi soggetti hanno però attenuato i propri tagli in auto, elettronica, alimentari, e hanno persino incrementato i propri consumi nella telefonia e nei farmaci.
- **Chi ha mantenuto costante la propria qualità di vita senza difficoltà si riaffaccia al consumo: in particolare aumenta molto quello in telefonia; aumentano anche le spese per l'elettronica, per l'auto, la casa e la cura della persona.** C'è ancora cautela sul fuori-casa.
- **Ci sono infine i consumatori desiderosi di rifarsi di anni di difficoltà e rinunce: sono coloro il cui tenore di vita è migliorato. Hanno molto aumentato le spese per la telefonia, l'elettronica e l'auto;** hanno incrementato, sia pur in modo meno marcato, i consumi legati alla cura della persona/bellezza, i viaggi, i prodotti alimentari e per la casa. Inoltre hanno mantenuto costanti le spese d'abbigliamento. All'infuori dell'aumento di viaggi e vacanze, rimangono freddi per il fuori casa.

*Il consumatore italiano si conferma sempre attento al consumo e volto a ponderare bene le proprie scelte, ma al contempo - specie se si trova in una situazione di relativa tranquillità - si riappropria di spazi e occasioni consumo. Se consideriamo questo aspetto unito a una crescente capacità di risparmio, ci rendiamo conto che - almeno a livello personale - per un buon numero di consumatori lo stile di vita è tornato a una situazione fisiologica; non si deve, però, dimenticare che per altri la situazione è ancora piuttosto difficile. La polarizzazione tra i consumatori sembra, dunque, aumentare: chi sta bene è sempre più tranquillo nelle scelte di consumo e di risparmio, chi è in difficoltà non vede miglioramenti nella propria situazione.*

## **La ricerca: metodologia**

L'indagine è stata realizzata, come ogni anno, nella settimana a cavallo tra settembre e ottobre, 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 2015. 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.

*Ufficio Stampa Acri – Telefono 0668184.236-330  
Responsabile: Linda Di Bartolomeo – Telefono 0668184.262 – Portatile 3488298998*