

Gli italiani sperano nel futuro, ma non re-agiscono

Basandosi su dati e analisi grazie al suo posizionamento nel settore del credito al consumo con oltre 2 milioni di clienti, **Findomestic banca** pubblica ogni anno l'Osservatorio che rappresenta ormai un appuntamento imprescindibile per gettare uno sguardo sul settore dei beni durevoli. Alla presentazione dell'ultima edizione è stato affiancato anche uno studio, condotto congiuntamente con **Ipsos**, sul sentiment degli italiani, che vivono uno stato d'animo di sfiducia e incertezza, dominato dalla sensazione di impossibilità alla programmazione. Molti si sentono, infatti, impotenti e paralizzati e, sollecitati a immaginare il futuro, mostrano di avere più speranza che voglia di lottare.

Secondo lo studio, il 53% degli italiani tra i 24 e i 59 anni è pessimista circa la situazione economica personale: il 31% prevede peggioramenti nei prossimi 3 anni e il 22% ha rilevato peggioramenti negli ultimi 12 mesi e ritiene che la situazione non cambierà nel futuro prossimo. Questo stato di cose influenza le aspettative e i desideri degli intervistati: ben il 78% si augura una vita tranquilla, senza serie preoccupazioni.

Solo il 37% degli intervistati tra i 24 e i 59 anni è riuscito a risparmiare parte del reddito negli ultimi 12 mesi; la situazione peggiora tra i 45-59enni, poiché in questa fascia di età solo il 27% ha risparmiato, a conferma del fatto che la situazione critica dei giovani si ripercuote sulle abitudini della generazione precedente. Sono infatti i genitori i principali finanziatori dei figli.

Di fronte alla crescente disoccupazione, alla riduzione del potere d'acquisto e a un clima sociale d'incertezza, la maggioranza ha modificato il proprio stile di vita rispetto al passato.

Considerando sia gli ultimi 12 mesi, sia l'anno appena cominciato, si rileva che ben il 76% degli intervistati ha contratto o contrarrà i consumi, mentre solo l'8% ha accresciuto o accrescerà gli acquisti. Sollecitati circa un'eventuale uscita dalla crisi, ben il 46% degli intervistati ritiene che la situazione comunque non tornerà quella di prima: gli italiani modificheranno il proprio *modus vivendi*, evitando gli sprechi e ponderando maggiormente le spese.

Il 40% degli italiani, invece, dichiara di mantenere la speranza di superare la crisi e afferma che in futuro torneremo a fare acquisti come facevamo prima. La ricerca evidenzia come i più abbienti continuino ad acquistare prodotti di fascia alta, riducendo eventualmente la frequenza e la quantità degli acquisti, mentre i meno abbienti, oltre ad acquistare meno e meno spesso, sono costretti a ripiegare su prodotti di fascia più bassa. Stando alle dichiarazioni degli italiani, i tagli e le rinunce sono ricaduti soprattutto all'interno delle voci ristoranti e bar, tempo libero e abbigliamento.

Gli italiani tra i 24 e i 59 anni hanno ridotto la netta maggioranza delle spese per le principali categorie merceologiche negli ultimi 12 mesi: molti acquisti sono stati rimandati nel tempo, ad altri si è rinunciato definitivamente; gli acquisti congelati - ossia quelli per i quali si è deciso di aspettare un momento più propizio per l'acquisto - sono relativi in primis alla sfera della tecnologia (tablet, e-book, robot domestici, hi fi) e della casa (immobili). Stimolati a immaginare uno scenario futuro ipotetico senza le banche, da molti additate come la causa scatenante la crisi, gli intervistati descrivono visioni catastrofiche con il rischio di una perdita del sistema delle regole e di una proliferazione di usurari e della diminuzione delle vendite di beni costosi.

Riflettendo poi sul ruolo futuro del denaro, gli italiani si immaginano una progressiva perdita del suo valore. Di fronte al variare del prezzo di un bene a seconda del canale di vendita, di fronte all'inflazione e ai giochi della finanza con capitali che lievitano o si svalutano dal giorno alla notte, si fa largo l'opinione che non esista più un valore intrinseco, autonomo e assoluto delle cose ma un valore condizionato, relativo e quindi inaffidabile. Si spiega così la perdita di realtà del denaro e la conseguente crescita di scambi di beni e servizi con il baratto per il quale il web gioca un ruolo fondamentale.

L'Osservatorio è disponibile sul sito Findomestic