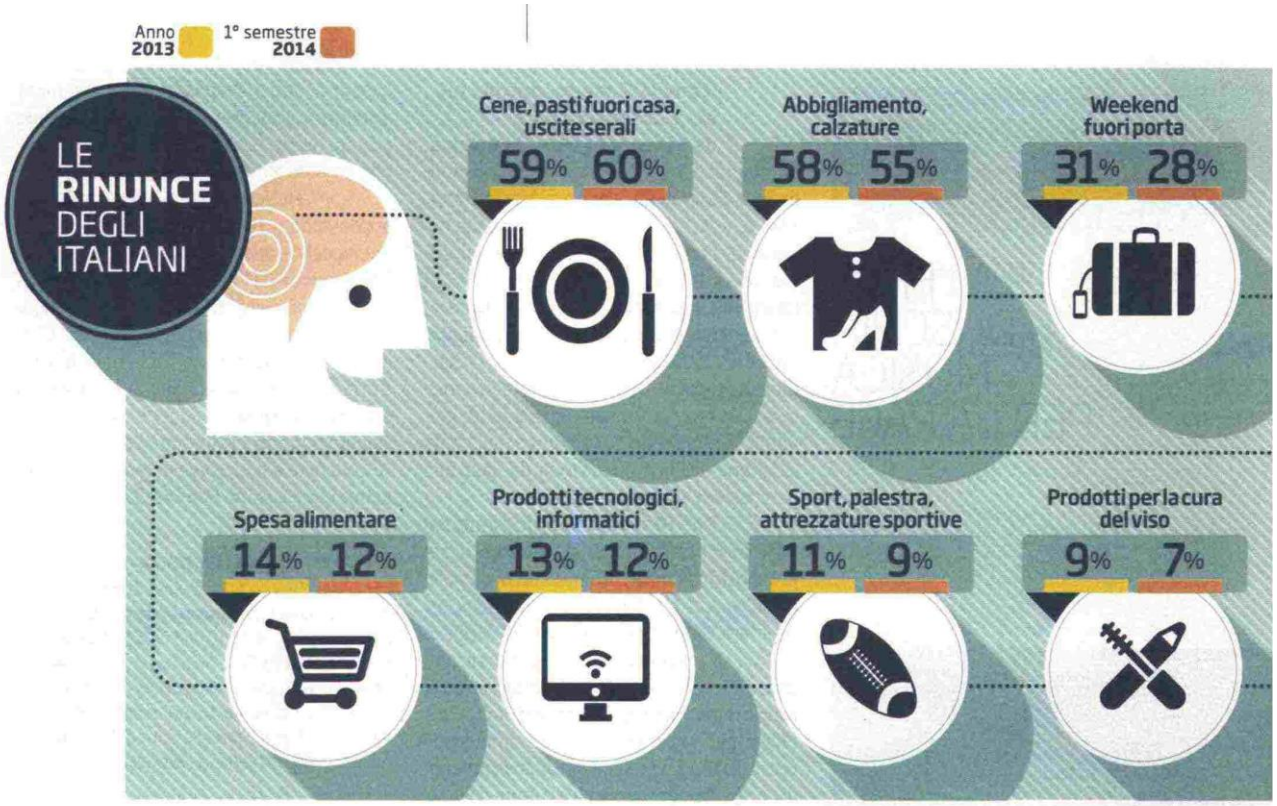
Il Venerdì di Repubblica

Titolo: L'Italia "vede" la fine della crisi, ma non smetterà di risparmiare
Data: 04 luglio 2014
Pubblicazione: Settimanale



di **Gianluca Baldini**

IL PANE PREPARATO IN CASA. LE RIPARAZIONI FAI-DA-TE. I VESTITI RIADATTATI. MENTRE CRESCONO I SEGNALI DI FIDUCIA NELLA **ripresa**, CERTI CAMBIAMENTI NELLE ABITUDINI RESISTONO. E FORSE SONO DESTINATI A DURARE

L'Italia «vede» la fine della crisi, ma non smetterà di risparmiare

MILANO. Se lo dice lui, il salvatore dell'euro, c'è da crederci. O almeno da sperarci: «La ripresa è ormai in corso da nove mesi. Ma è ancora debole e distribuita in modo disuguale nell'eurozona. Ed è vulnerabile». Le parole del numero uno della Banca centrale europea Mario Draghi indicano finalmente un orizzonte positivo per tutti coloro che, dal 2008, tirano la cinghia nei modi più fantasiosi. Secondo uno studio promosso dalla compagnia assicurativa online Quixa e da Rds Radio Dimensione Suono e condotto dall'istituto di ricerca Mps Marketing Problem Solving, gli italiani si sono infatti ingegnati non poco per risparmiare e, volendo vedere il bicchiere mezzo pieno, si potrebbe quasi dire che la crisi ha avuto un lato positivo: ci ha insegnato a eliminare il superfluo.

L'indagine viene ripetuta due volte l'anno, con interviste telefoniche, in quattro differenti aree geografiche su un campione di tremila persone rappresentativo della popolazione italiana per sesso, fasce d'età, condizione professionale, area geografica e comune di residenza. Negli ultimi sei anni ha registrato che quasi l'80 per cento degli italiani ha iniziato a fare da solo le riparazioni in casa e ad adattare gli abiti per farli durare nel tempo. Inoltre, più del 70 per cento ha preferito, quando questo è stato possibile, invitare gli amici a pranzo o a cena piuttosto che andare a spendere soldi nei locali; il 60 ha ridotto l'uso dell'auto e quasi il 20 si è industriato in cucina, preparando da sé il pane e la pizza.

Anche nell'ottica del risparmio, il web ha fatto poi la parte del leone. Negli ultimi tempi si è verificato un boom dei siti multimarca (il 45 per cento degli intervistati ha dichiarato di averli visitati); dei siti comparatori (il 34 per cento dice di averci fatto un giro almeno