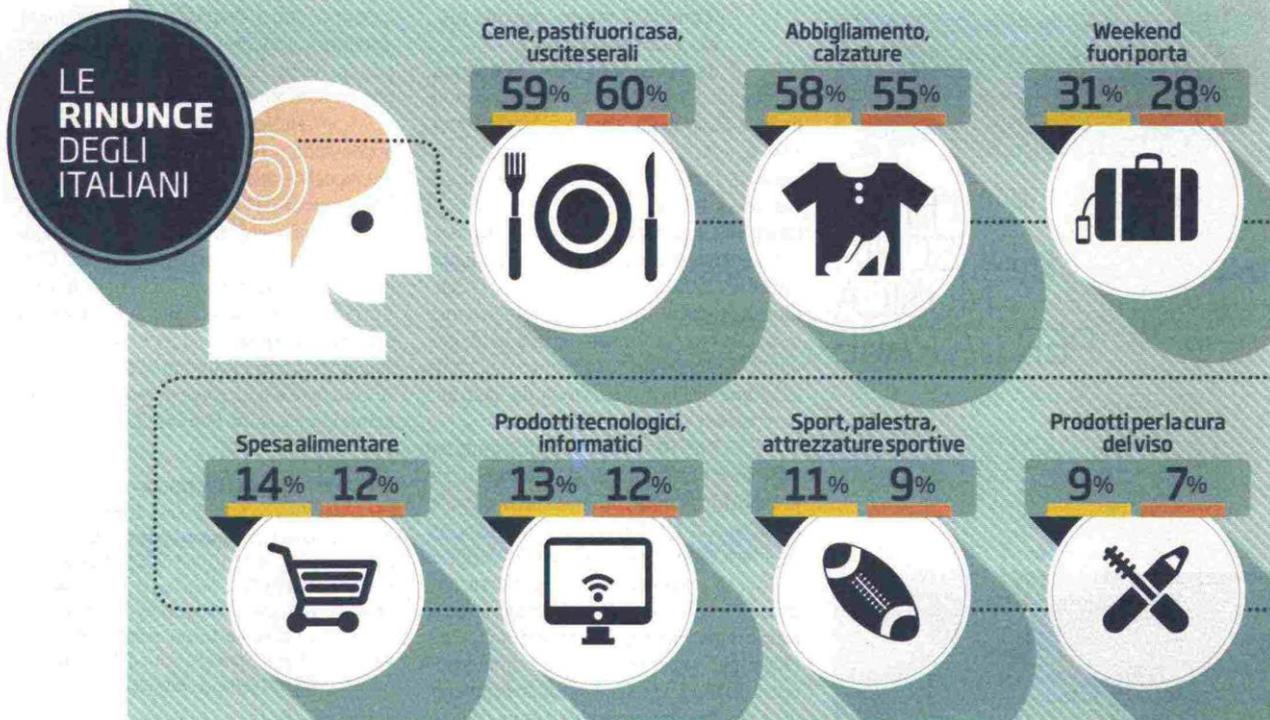


Anno 2013 1° semestre 2014



di **Gianluca Baldini**

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

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

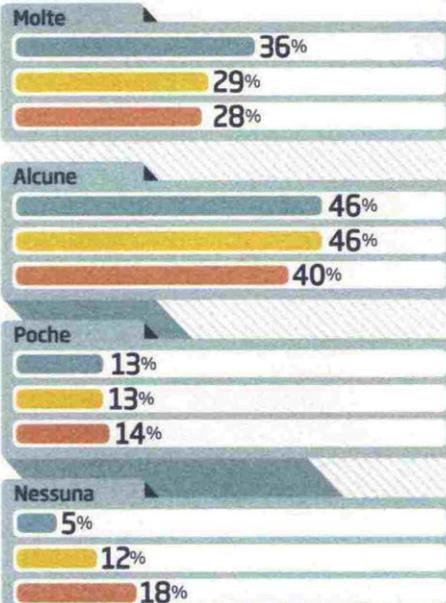
L'Italia «vede» la fine della crisi, ma non smetterà di risparmiare

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

Sente di dover fare delle rinunce questo periodo?



SILVIO COIANTE

E LA LISTA DELLA SPESA ORA MERITA RISPETTO

La crisi lascerà in eredità agli italiani un po' più di oculatezza e un atteggiamento meno bulimico verso i consumi. Ne è convinto Antonio Di Marco Pernice, amministratore delegato di Mps Marketing Research e insegnante di ricerche di mercato nel master di Marketing management per l'impresa internazionale all'Università di Bergamo. «Stando ai nostri dati» spiega, «possiamo dire che si è innescato un cambiamento irreversibile nei comportamenti di acquisto e di consumo. Non torneremo alle vecchie abitudini, dunque. Assisteremo invece allo stabilizzarsi di quelle nuove. Un fenomeno che sarà interessante studiare negli anni».

Qualche esempio? «Prima della crisi, le persone che facevano la spesa avevano atteggiamenti spesso bulimici: arrivavano al supermercato con una lista che, in fase di acquisto, superavano abbondantemente; oggi la lista è ben precisa e ci si attiene a quella». Non è solo un problema di potere d'acquisto. «La questione economica ha rappresentato l'innescò» sottolinea



Di Marco Pernice, «ha dato cioè il via una serie di strategie anticrisi, che poi si sono trasformate in abitudini». Gli acquisti però ora dovrebbero ripartire. «Gli

italiani ci dicono che sono ottimisti per il 2015 e questo, generalmente, si traduce in una maggiore propensione agli acquisti, che fa ripartire l'economia. Ma, attenzione, l'alto livello di fiducia per il 2015 è stato rilevato all'inizio del 2014, quando era fortissimo l'effetto Renzi. La partita reale è tutta da giocare». (g.b.)

Beni di lusso

20% 18%



Visite mediche, dentistiche

4% 6%



Fonte: Quixa-Mps Marketing Problem solving - Rds

una volta); dei siti di elettronica di consumo (visti dal 28 per cento del campione) e dei portali attraverso i quali si acquistano biglietti aerei a prezzi vantaggiosi (consultati dal 18 per cento degli interpellati).

La ricerca, poi, conferma che la ripresa, almeno quella «percepita», è nell'aria. Nel 2012 il 49 per cento degli intervistati aveva dichiarato di aver visto diminuire il proprio reddito; questa percentuale era già meno consistente nel 2013, quando era scesa a quota 43, per poi calare ancora molto nei primi mesi del 2014, fino al 27 per cento. E per il 2015 solo il 7 per cento del campione ritiene che i propri guadagni siano destinati a ridursi.

In questo clima da «luce in fondo al tunnel», si registra persino una maggiore fiducia degli italiani verso la politica, sentimento non direttamente collegato alle tasche ma sicuramente fonte di nuove speranze. Se nel 2012 e nel 2013 il 62 per cento degli interpellati definiva il proprio rapporto con le istituzioni «sterile e passivo», ora non solo il sondaggio Mps ma quelli di un po' tutti gli istituti di ri-

cerca dicono che l'avvento del governo Renzi ha un po' riavvicinato gli italiani alla cosa pubblica (secondo Mps il 40 per cento torna a sentirsi abbastanza attivo nel rapporto con la politica). In generale, la visione del futuro rivela un inaspettato, per quanto cauto, ottimismo: se oggi il «voto» degli italiani sulla propria condizione personale e familiare è mediamente di 48,9 (su un massimo di 100), nelle previsioni per il prossimo anno il punteggio sale a 60. Un miglioramento non da poco. Ci si aspetta una crescita in quasi tutti i campi e, in particolare, il voto sale per le attese sulla capacità che si avrà di gestire i propri consumi quotidiani e le spese sanitarie (entrambi con +0,3 punti), nelle previsioni sul proprio lavoro ma anche sul funzionamento dei mezzi pubblici (con +0,2 punti) e soprattutto su un corretto funzionamento delle istituzioni, che con 0,5 punti in più rappresenta il settore per il quale la fiducia cresce maggiormente. Insomma, con questi numeri viene da pensare allo slogan di uno spot televisivo che andava qualche tempo fa: l'ottimismo è il sale della vita. ■