



CENSIS



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

OUTLOOK ITALIA

**Clima di fiducia e aspettative delle famiglie italiane nel primo semestre
2014**

Roma, 16 aprile 2014

- **Migliora, per la prima volta dal 2011, il clima di fiducia delle famiglie con una quota di ottimisti (37,3%) che supera quella di chi guarda con sfiducia all'immediato futuro (24,6%), ma a prevalere è il senso di incertezza con una quota pari al 38,2%;**
- **oltre la metà delle famiglie ha visto peggiorare le proprie capacità di spesa negli ultimi 12 mesi e sono molto diffusi la difficoltà a risparmiare o il timore di non riuscire a mantenere il tenore di vita;**
- **anche per questo, i comportamenti di spesa sono improntati alla rinuncia (il 62,3% ha ridotto pranzi e cene fuori casa, il 58% cinema e svaghi, il 51% ha risparmiato sui consumi alimentari) o al rinvio (spese per ristrutturazione dell'abitazione, acquisto di elettrodomestici, acquisto di auto);**
- **mancanza di lavoro (40,8%), classe politica inadeguata (37,2%), tasse troppo alte (23,3%) sono i principali elementi di criticità che frenano l'economia del Paese;**
- **per gran parte degli italiani, comunque, il governo Renzi ha la possibilità di far uscire il Paese dalla crisi ed indica, come priorità, interventi per creare nuova occupazione e per ridurre la pressione fiscale su famiglie e imprese.**

Nonostante il miglioramento del clima di fiducia, dunque, il protrarsi della crisi, le difficoltà occupazionali e il peso delle tasse alimentano quel mix di incertezza, disorientamento e attesa che continuano a tenere “congelati” i consumi in attesa di provvedimenti – in particolare su tasse e lavoro – che possano favorire la ripartenza dell'economia. Questi, in sintesi, i principali risultati che emergono, nel primo semestre del 2014, dall'Outlook Italia Confcommercio-Censis.

Nei primi mesi del 2014 si attenua il senso di pessimismo e di mancanza di fiducia espresso dalla maggioranza delle famiglie italiane negli ultimi due anni. Torna a crescere la quota di chi guarda con ottimismo il futuro, passata dal 30,1% del secondo semestre 2013 all'attuale 37,3%, mentre la quota di pessimisti ritorna, dopo molti semestri ad essere minoranza, pari al 24,6% degli intervistati (fig. 1). Ciò nonostante, il quadro complessivo resta dominato dall'incertezza: la maggioranza relativa del campione, pari al 38,2% si dichiara, infatti, dubbiosa rispetto al futuro, in attesa dell'evolversi degli eventi.

Nonostante lo stemperamento del pessimismo ed i primi deboli segnali di arresto della crisi, la capacità di spesa della maggior parte delle famiglie italiane continua ad essere ai minimi, fiaccata da anni di crisi, dalla mancanza di lavoro e da un'imposizione fiscale che ha depotenziato qualsiasi possibilità di inversione del ciclo negativo dei consumi. Per più di 13 milioni di famiglie (52% del totale) nell'ultimo anno le capacità di spesa sono peggiorate, mentre solo per 500 mila (2% del totale) sono migliorate. Oltre 4 milioni di famiglie negli ultimi mesi non sono riuscite a coprire tutte le spese con le proprie entrate (reddito da lavoro, pensione, rendita o altro), mentre per 17 milioni circa di famiglie, pari al 68%, essenzialmente il bilancio è andato in pari, cioè si sono spese esattamente tutte le entrate, senza quindi poter risparmiare (fig. 2). D'altra parte solo il 21% degli intervistati considera la propria condizione economica solida, mentre per la grande maggioranza delle famiglie italiane la sensazione prevalente è di precarietà e di instabilità (fig. 3).

I comportamenti di spesa restano improntati al risparmio e spesso alla rinuncia. Così il 62% delle famiglie ha dichiarato di avere ridotto negli ultimi anni le spese per pranzi e cene fuori

casa, il 58% ha ridotto le spese per lo svago (cinema, teatro, musica), il 51% ha modificato la spesa alimentare cercando di risparmiare (fig. 4).

Per quanto il clima di fiducia sia leggermente migliorato, i consumi continuano ad essere in una fase di stallo, sostanzialmente asfittici: la percentuale di chi rinvia per il momento le spese principali (ristrutturazione della casa, nuova autovettura, nuovo elettrodomestico, nuovi mobili) è sempre maggiore di chi ha deciso di realizzare l'acquisto (fig. 5), e questo dà forte il senso dell'attendismo e della rinuncia che ha depresso i consumi negli ultimi anni e di quanto, soprattutto, l'uscita dalla crisi non potrà verificarsi in un breve arco temporale. Troppo forte e diffuso resta infatti il senso di incertezza che regna nella grande maggioranza delle famiglie, che si percepisce ormai profondamente vulnerabile in caso di una consistente spesa imprevista.

Più di 10 milioni di famiglie sentono di avere difficoltà a risparmiare e 8 milioni temono di non riuscire a mantenere il proprio tenore di vita. Occorre dire che rispetto alle precedenti rilevazioni, queste situazioni di timore e di difficoltà appaiono oggi meno diffuse, ma la situazione resta comunque molto complicata. In effetti, il 73,5% degli intervistati ha dichiarato che avrebbe difficoltà ad affrontare spese improvvise, il 27,5% ha difficoltà a pagare le tasse, il 17% ha difficoltà a rispettare le scadenze di pagamento (fig. 6)

E' difficile capire quali fattori abbiano contribuito a questa diffusa condizione di vulnerabilità delle famiglie, ma certamente la mancanza di lavoro viene identificata dagli intervistati come il punto più debole della struttura economica del paese. La scarsità di lavoro e poche opportunità per le giovani generazioni generano scarsi livelli di reddito, riducono la capacità di spesa delle famiglie, deprimono i consumi e soprattutto deprimono ogni aspettativa di miglioramento per il futuro. In una lista di criticità che riguardano l'intero Paese, il primo elemento di vulnerabilità segnalato dagli intervistati è la mancanza di lavoro (quasi il 41%), seguito da una classe politica e dirigente reputata piuttosto incapace di affrontare i problemi (37,2%) e dall'eccessivo livello di tassazione, che oggi impedisce il ritorno alla crescita (23,3%) (fig. 7).

Che la mancanza di lavoro sia il primo dei problemi del Paese è, inoltre, confermato dal fatto che il primo aspetto che il Governo dovrebbe affrontare è proprio quello di approntare misure *ad hoc* per creare nuove opportunità di lavoro (56% del campione), mentre al secondo posto si segnala la necessità di ridurre la pressione fiscale su famiglie e imprese (32,1%) (fig. 8).

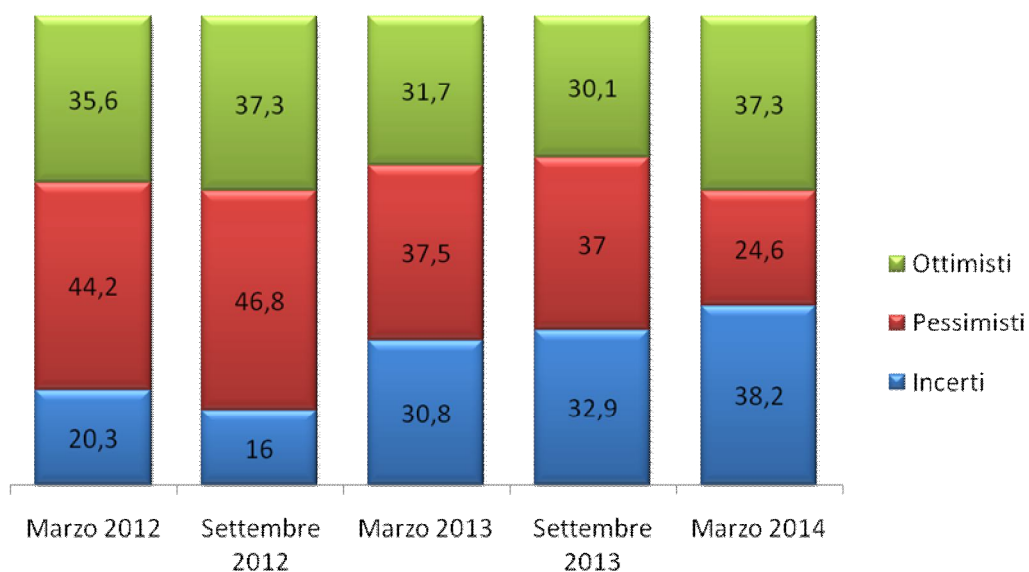
E' difficile capire quale sia il motivo del leggero miglioramento del clima di fiducia registrato nei primi mesi del 2014, tuttavia è ipotizzabile che il cambio del quadro politico a marzo abbia influito. Il Governo guidato attualmente da Matteo Renzi, sembra godere peraltro di un "capitale" di fiducia piuttosto consistente: il 66% del campione ritiene, infatti, pur con diverse sfumature, che il Governo abbia buone possibilità di far superare al Paese la lunga fase di crisi economica ed il 76% ritiene, pur con molti distinguo, che esso abbia discrete chance di realizzare il piano di riforme annunciato.

Nota

L'indagine è stata effettuata su un campione di 1.200 famiglie stratificate per macro-area di residenza, per ampiezza demografica del comune di residenza, per età del capofamiglia e tipologia familiare.

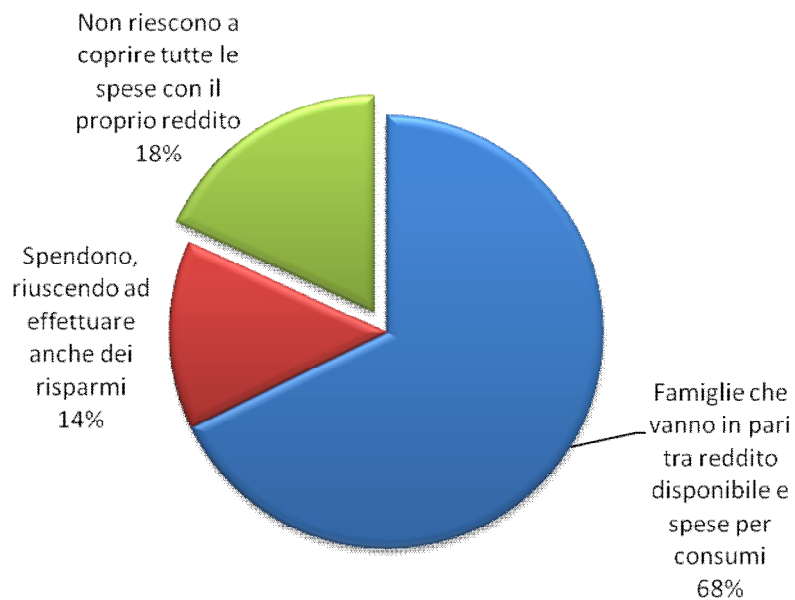
La rilevazione è stata realizzata tra il 24 marzo e il 2 aprile 2014 attraverso la somministrazione di un questionario a risposte chiuse per via telefonica con metodo CATI.

Fig. 1. - Ottimisti, pessimisti, incerti verso il futuro (risposte in %)



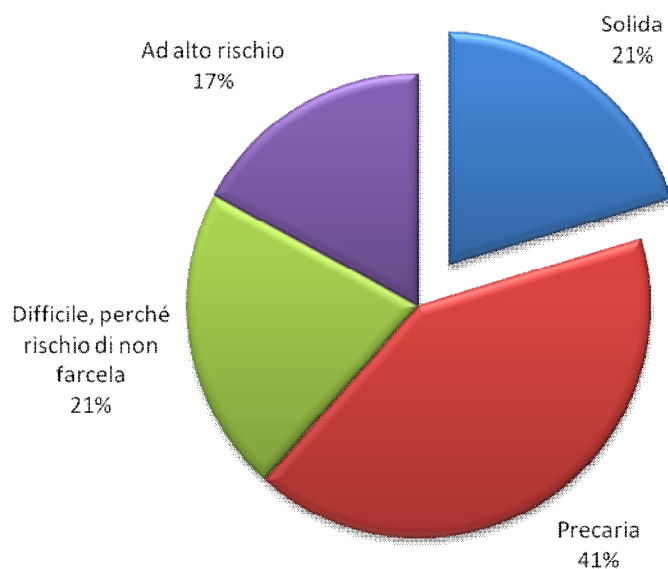
Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2014

Fig. 2 - Distribuzione delle entrate mensili rispetto alle spese da sostenere (risposte in %)



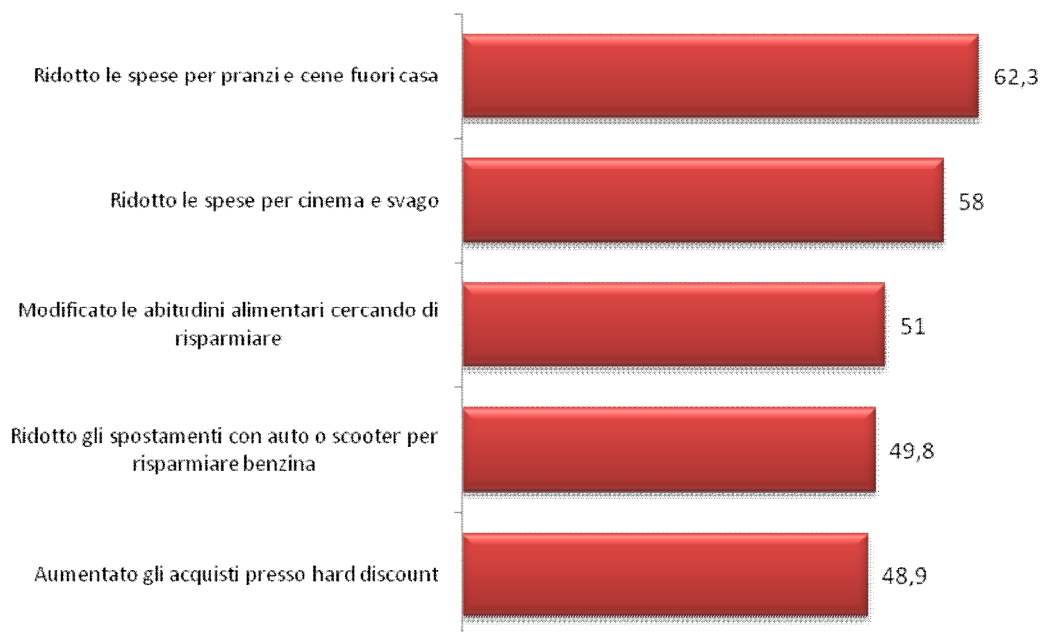
Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2014

Fig. 3 - Come definirebbe la condizione economica e la capacità di spesa della sua famiglia? (risposte in %)



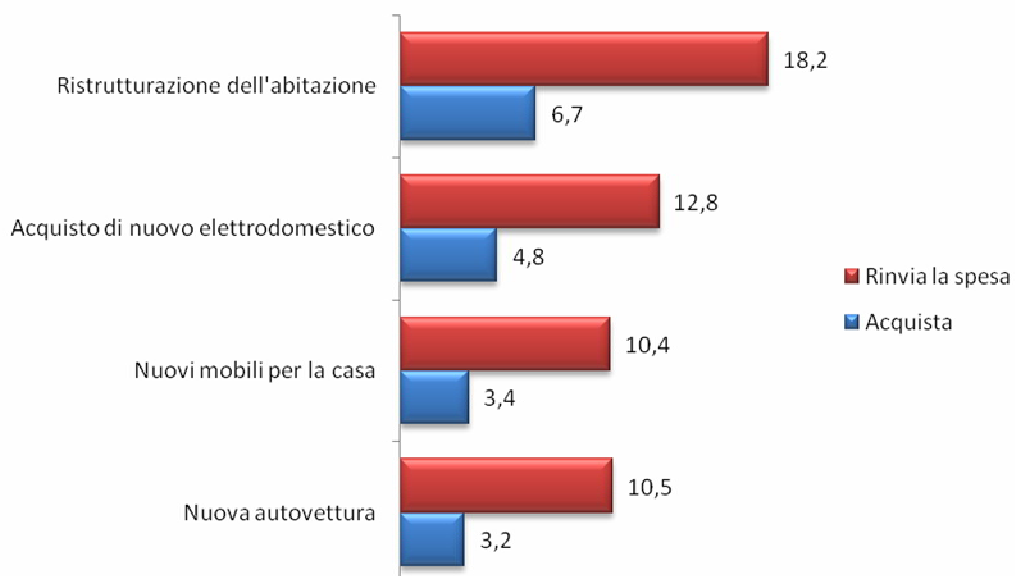
Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2014

Fig. 4 - % di famiglie che ha messo in atto alcuni comportamenti improntati al risparmio



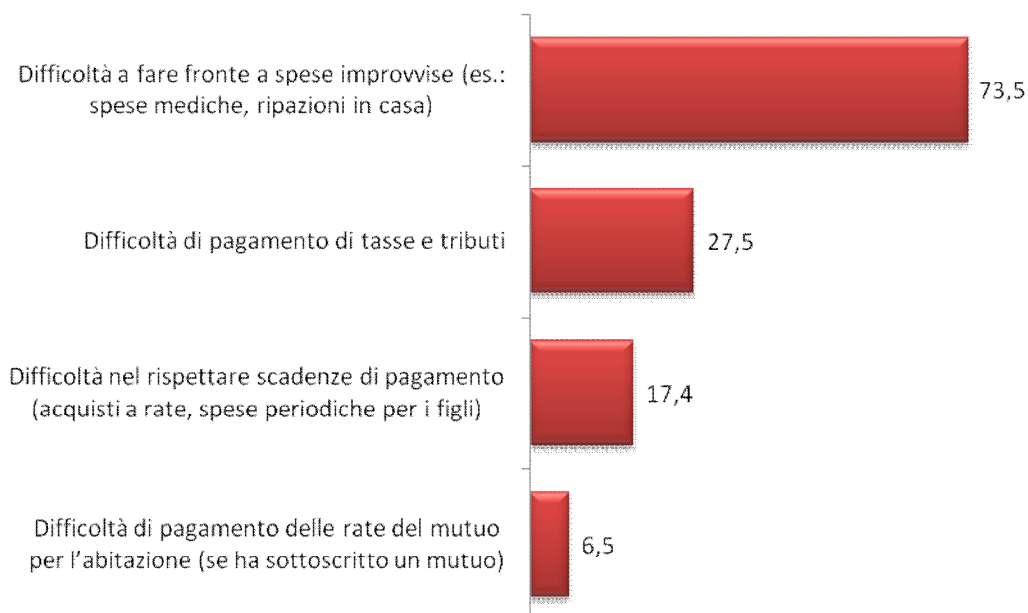
Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2014

Fig. 5 - % di famiglie che effettueranno acquisti o che rinverranno le proprie spese nei prossimi mesi



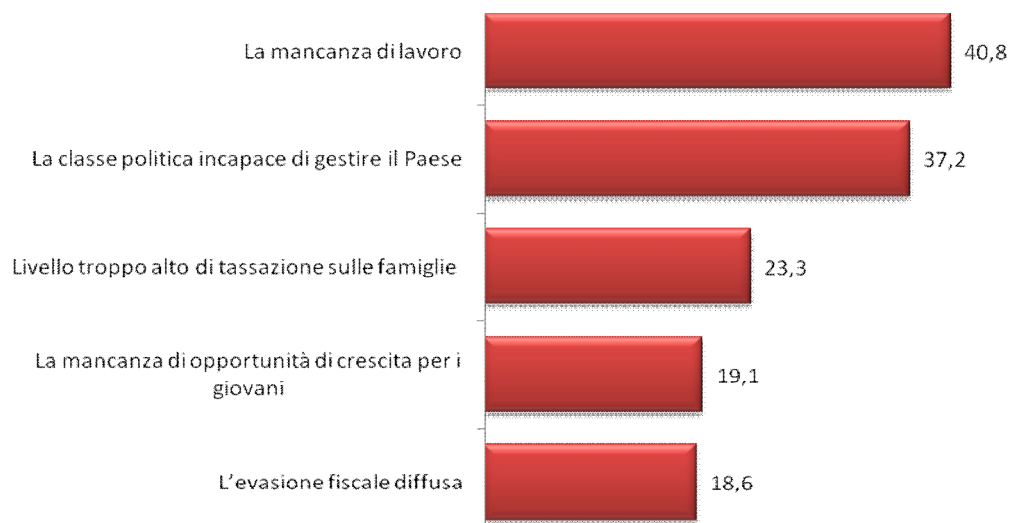
Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2014

Fig. 6 - Difficoltà a fare fronte ad alcune categorie di spesa (risposte in %)



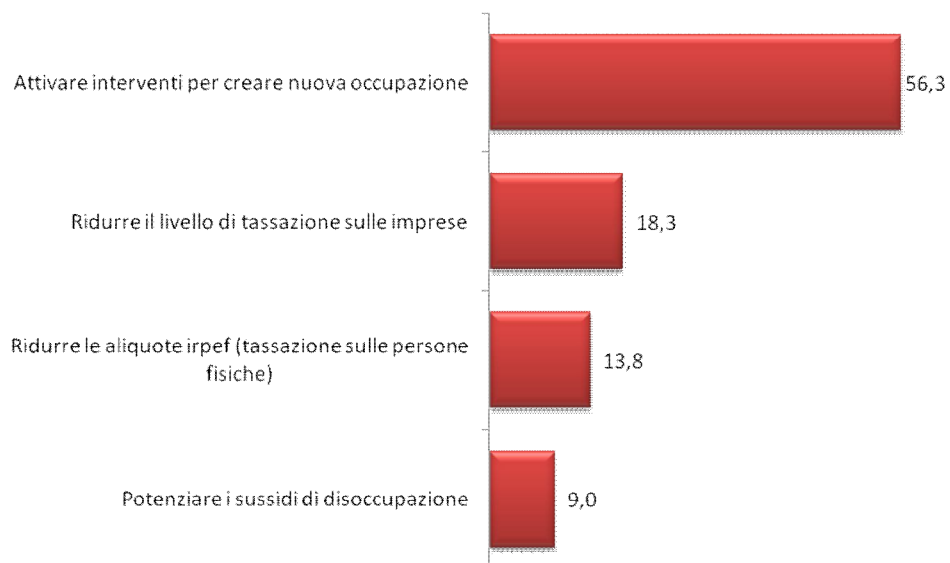
Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2014

Fig. 7 - Principali problemi che frenano la crescita dell'Italia (risposte in %)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2014

Fig. 8 - Priorità che il Governo dovrebbe immediatamente affrontare (risposte in %)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2014