



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

OUTLOOK ITALIA

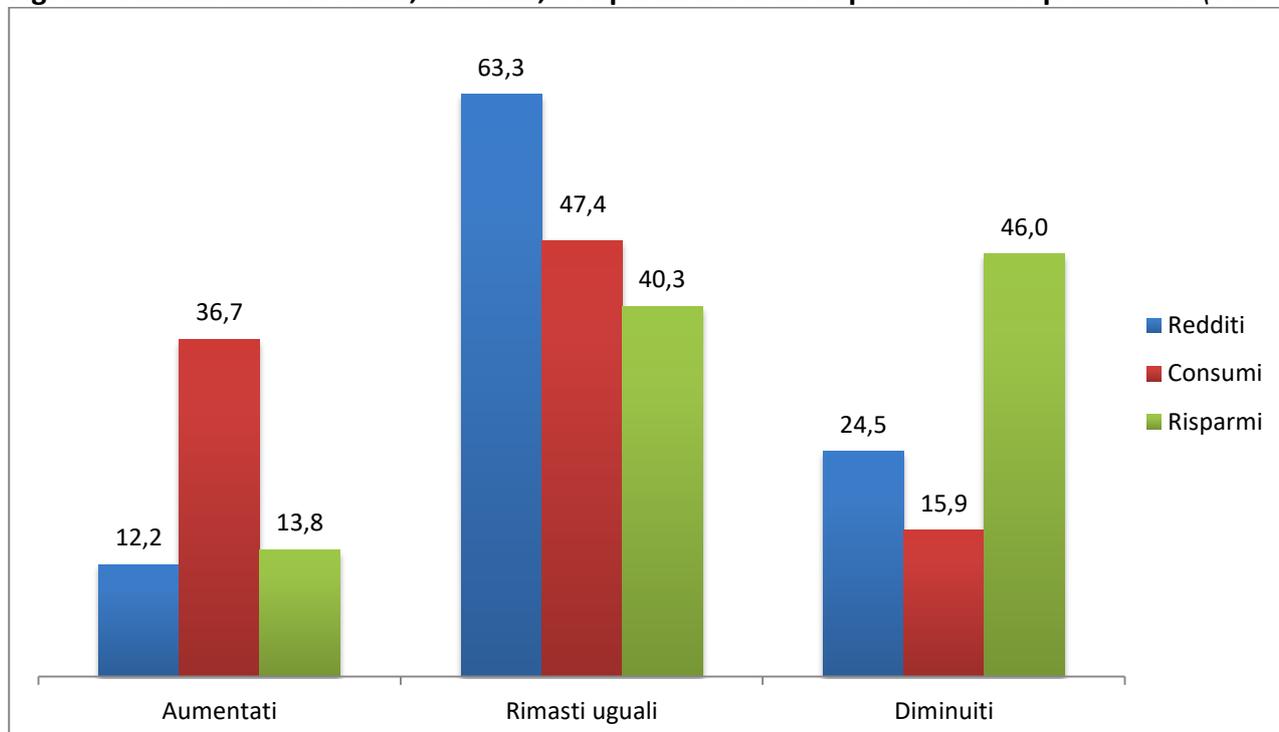
Clima di fiducia e aspettative delle famiglie italiane 2022

REDDITI, CONSUMI E RISPARMI NEL 2021

Nel corso dell'ultimo anno, grazie anche all'introduzione dei vaccini che ha permesso il superamento della fase acuta di emergenza sanitaria, si è assistito ad una ripresa significativa sia della produzione che dei consumi. Tuttavia, la situazione economica delle famiglie italiane non è totalmente tornata alla situazione pre-pandemia.

Infatti, il 15,9% delle famiglie italiane ritiene che rispetto all'anno precedente la loro capacità di spesa si sia ridotta (quota quasi dimezzata rispetto ad aprile 2021 ma ancora molto superiore rispetto al quadriennio 2016-2020), circa un quarto delle famiglie dichiara una riduzione dei redditi (24,5%) e quasi 1 famiglia su 2 ha diminuito i risparmi (fig. 1)

Fig. 1 - Andamento di redditi, consumi, e risparmi nel 2022 rispetto all'anno precedente (val. %)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2022

Oltre alla lunga deriva della pandemia, con strascichi ancora molto evidenti in molti settori dell'economia italiana, nuovi fattori di crisi caratterizzano gli ultimi mesi (fine del 2021-inizio del 2022). Primo tra tutti il continuo aumento del costo dell'energia.

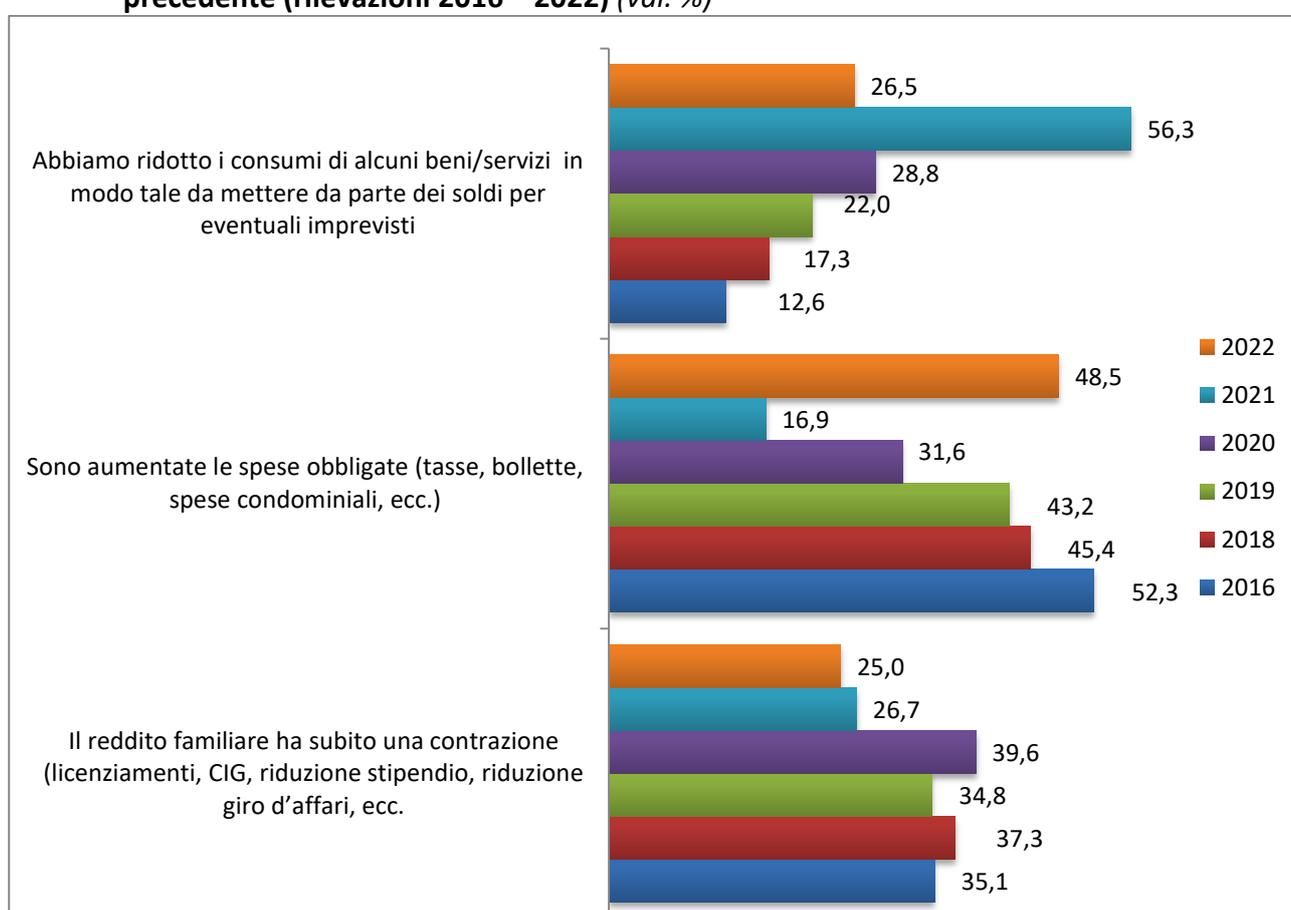
Tale aumento si innesta in una già pre-esistente carenza di materie prime o di componenti fondamentali, come i *chip* elettronici, causando un ingolfamento nella catena di forniture mondiali interrotte dai lockdown nei principali paesi manifatturieri internazionali, la Cina tra tutti.

Come ulteriore fattore in grado di far aumentare ancora di più i prezzi e causare scarsità di materie prime fondamentali per l'economia italiana c'è sicuramente il conflitto in Ucraina.

A causa delle sanzioni imposte a Mosca si è interrotto sia l'import di materie prime e di prodotti energetici che l'export di prodotti elettronici e apparecchiature verso la Russia. Il conflitto ha inoltre interrotto la produzione ucraina di grano, olio di semi di girasole e acciaio di ferro di fatto uno dei paesi in cui si concentrava la maggior produzione mondiale di questi beni.

Per questi motivi la quota di famiglie che dichiarano di aver ridotto i propri consumi (fig. 2) ha indicato come principali cause l'aumento delle spese obbligate (48,5%) - in particolare le bollette energetiche che hanno inciso in modo significativo sull'aumento generalizzato delle spese incompressibili – la necessità di risparmiare per far fronte ad eventuali imprevisti (26,5%) e difficoltà lavorative (25%).

Fig. 2 – Motivazioni che hanno indotto le famiglie a ridurre i consumi rispetto all'anno precedente (rilevazioni 2016 – 2022) (val. %)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2016, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022

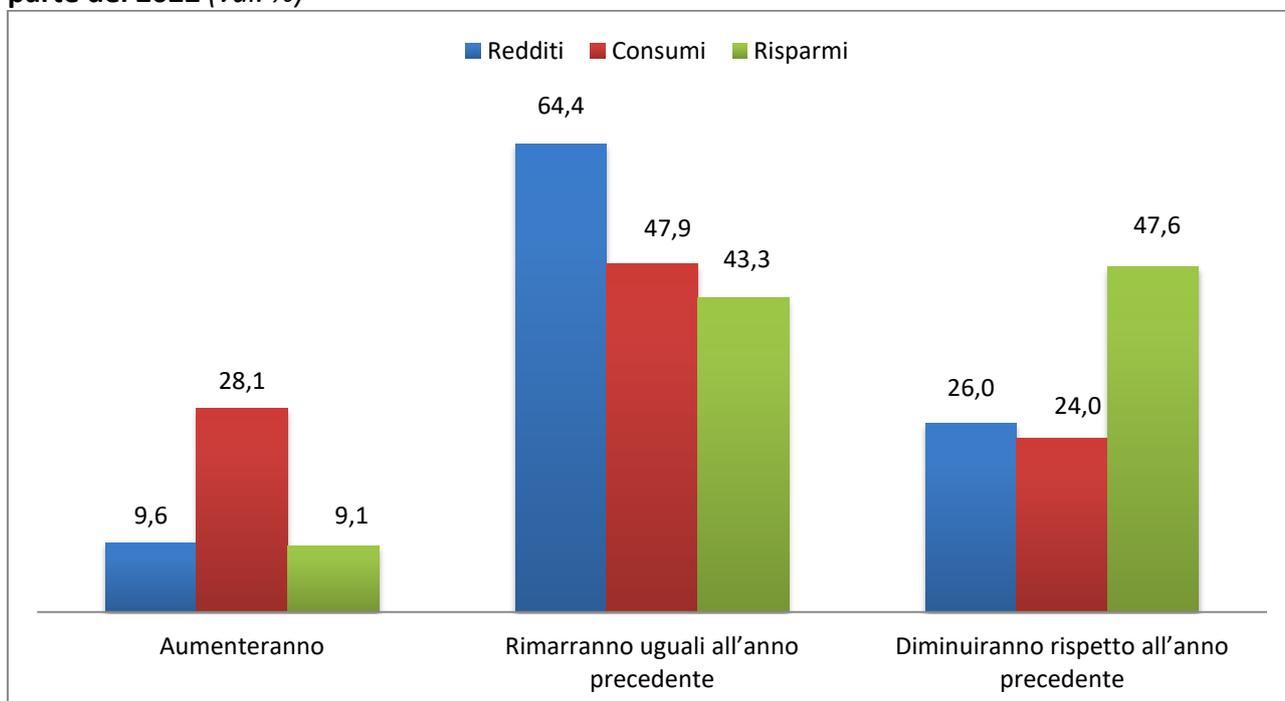
ATTESE E RISCHI PER IL FUTURO

I dati che seguono si riferiscono allo scenario che le famiglie prefigurano a partire dalla drammatica condizione di incertezza, quando non di concreta difficoltà, che stanno sperimentando nella fase attuale (primi mesi del 2022). Le previsioni sull'andamento dei redditi, consumi e risparmi nel corso del 2022 ne sono la cartina di tornasole (fig. 3).

Circa 2/3 delle famiglie prevedono che i redditi non varieranno mentre poco meno della metà che saranno i consumi (47,9%) o i risparmi (43,3%) a rimanere uguali all'anno precedente. Per ciò che concerne invece le famiglie che prevedono cambiamenti, si segnalano le seguenti tendenze:

- innanzitutto il 26% delle famiglie ritiene che il loro reddito peggiorerà e solo il 9,6% ne prevede un aumento;
- in maniera opposta si muovono invece le percentuali relative alle previsioni di consumo: aumenterà per il 28,1% delle famiglie e diminuirà per il 24%;
- a corollario di ciò, risulta decisamente elevata la quota di famiglie che prevede di interrompere o ridimensionare la dinamica del risparmio (47,6%).

Fig. 3 - Previsioni sull'andamento di redditi, consumi e risparmi delle famiglie nella seconda parte del 2022 (val. %)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2022

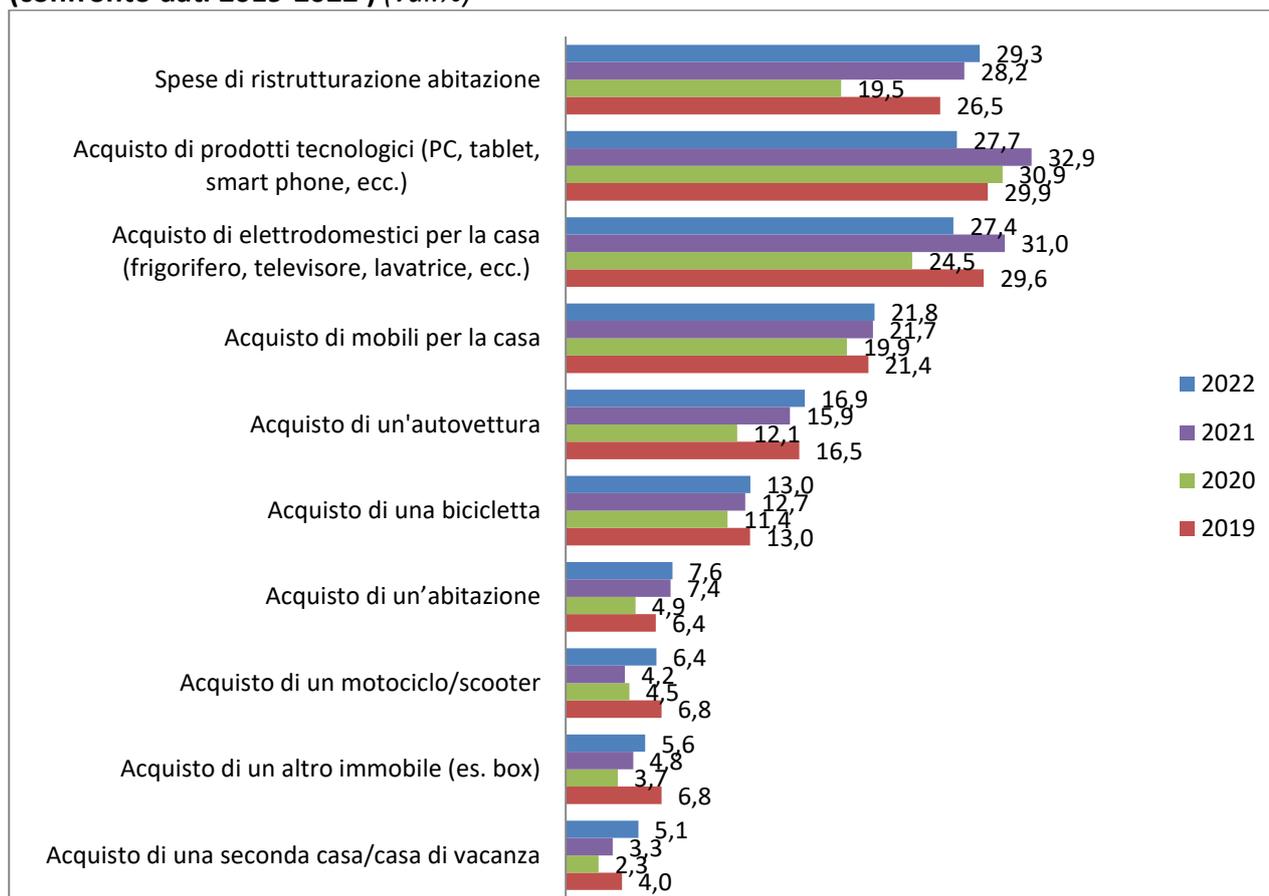
Il clima di fiducia delle famiglie verso il proprio futuro immediato si sta, almeno parzialmente, ristabilendo dopo lo shock rilevato nel 2020 e l'inizio di ritorno alla normalità registrato nel 2021. Però, l'alta quota di famiglie che prevede di diminuire i risparmi, non compensata da una quota altrettanto alta di famiglie che prevede di aumentare i consumi, sono i chiari indicatori di una situazione che rimane ancora problematica.

Per quanto concerne le previsioni di acquisto per la seconda metà dell'anno in corso, due sono i fenomeni che meritano attenzione (fig. 4): da un lato, si registra un significativo recupero di intenzionalità che, per molte tipologie di beni, uguaglia quella manifestata nell'anno pre-pandemico (2019). Dall'altro c'è un aumento significativo nelle previsioni di spesa per ristrutturazioni edilizie, di acquisto di seconda casa e di acquisto di auto e moto. Non è certamente casuale che sia per le ristrutturazioni che per il settore auto siano attivi o comunque previsti dei

forti incentivi attraverso il Superbonus 110%, il bonus ristrutturazione, il bonus mobili, il bonus verde e gli incentivi di acquisto di auto e moto elettriche o basso emissive.

Si ridimensiona, invece, l'interesse per i prodotti tecnologici (27,7%) dopo l'aumento significativo dovuto al ricorso emergenziale della Didattica a Distanza e dello Smartworking che hanno nel 2021 ha portato le famiglie italiane a dotarsi di molti nuovi strumenti informatici.

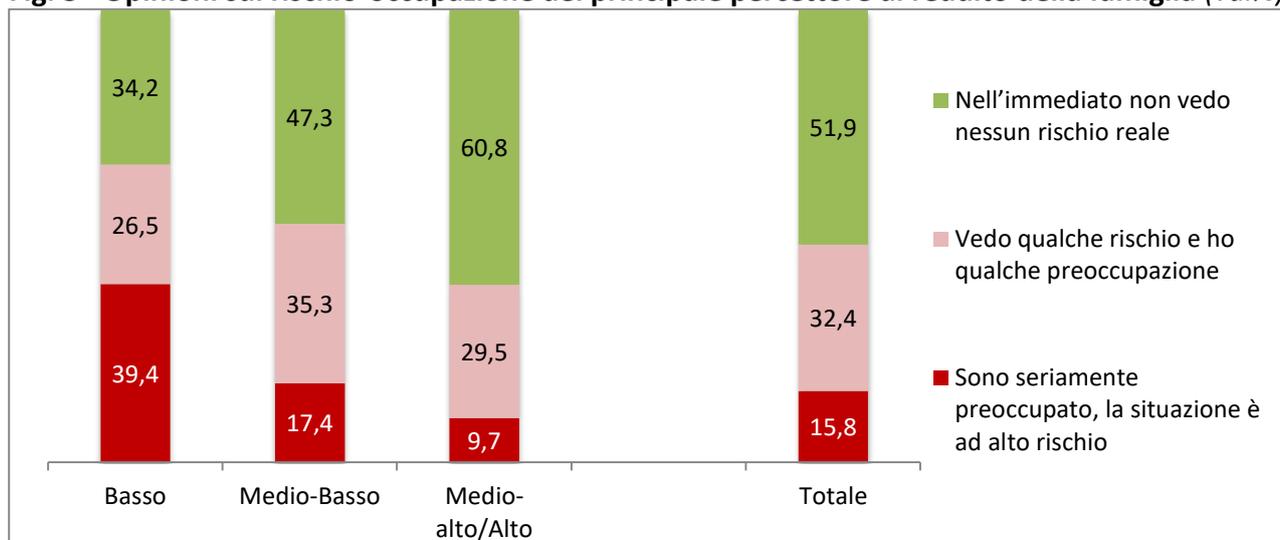
Fig. 4. - Previsioni familiari di acquisto di determinati beni durevoli nel corso dell'anno (confronto dati 2019-2022) (val.%)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2019, 2020, 2021, 2022

Sempre sul fronte delle attese e delle previsioni, il 15,8% delle famiglie denuncia un rischio-occupazione grave dei principali percettori di reddito (nella rilevazione del 2021 questo dato si attestava al 12,4%), dato che, analizzato per condizione socio-economica, sale al 17,4% per le famiglie di status medio-basso e addirittura al 39,4% per quelle di status basso (fig.5).

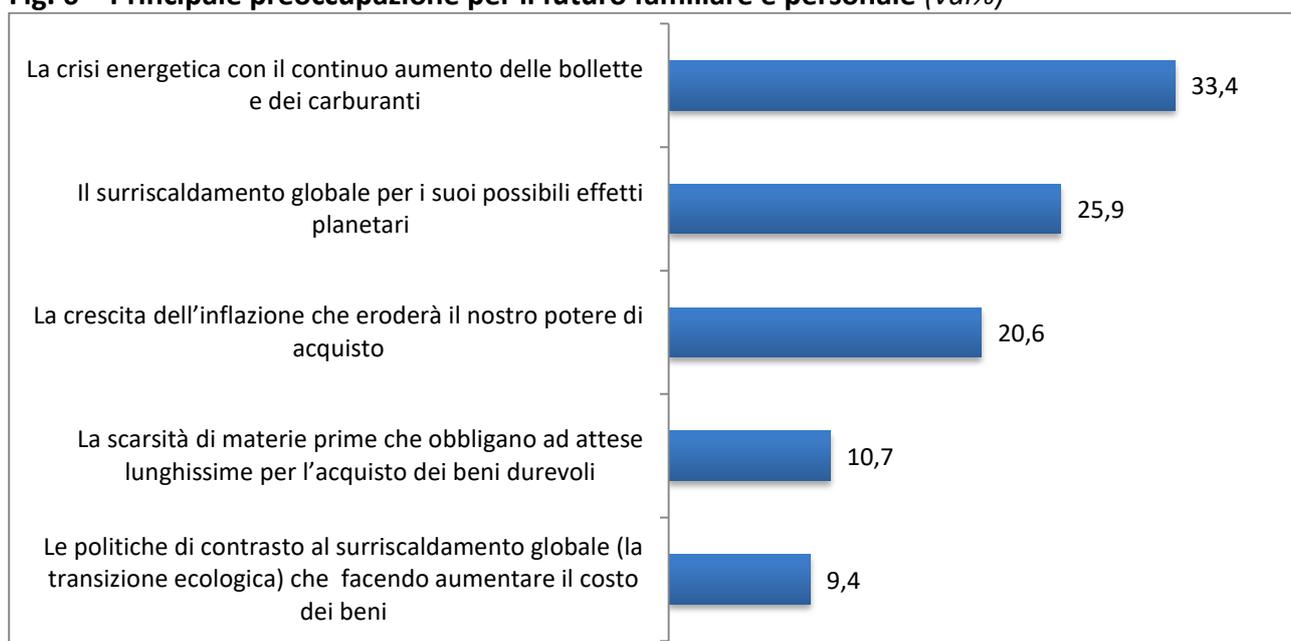
Fig. 5 - Opinioni sul rischio-occupazione del principale percettore di reddito della famiglia (val%)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2022

Guardando sempre al futuro sono vari i fattori che preoccupano le famiglie italiane: al primo posto, per oltre un terzo delle famiglie, c'è la crisi energetica con il conseguente aumento delle bollette e dei carburanti che nel breve e medio termine ha effetti molto consistenti sulla capacità di spesa e di risparmio; segue (25,9%) il riscaldamento globale e i suoi effetti planetari, un problema che sta diventando sempre più cogente e che, anche se con impatti sul medio e lungo termine, denota come la consapevolezza dell'importanza delle tematiche ambientali si stia diffondendo tra la popolazione; la terza preoccupazione indicata dalle famiglie italiane (20,6%) è strettamente collegata alla prima e in generale alla situazione di incertezza generale ed è l'inflazione che è tornata a crescere significativamente dopo molti anni con valori vicini allo zero. Circa una famiglia su cinque ha infatti paura che la crescita dell'inflazione riesca ad erodere il potere di acquisto anche vista la tendenza generale di mancata crescita delle retribuzioni.

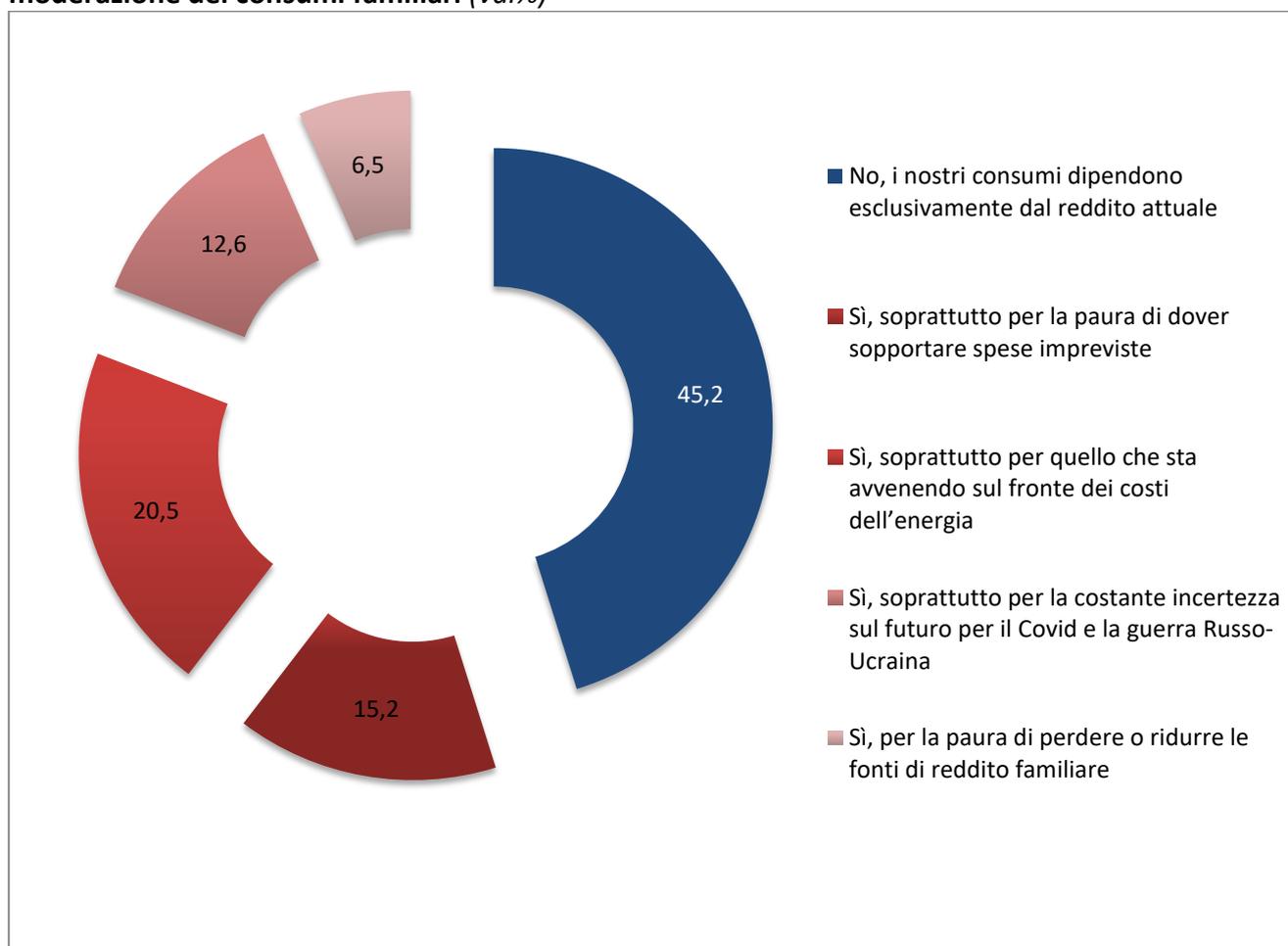
Fig. 6 – Principale preoccupazione per il futuro familiare e personale (val%)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2022

Per poco meno della metà delle famiglie (45,2%) i consumi sono influenzati direttamente soltanto dalla situazione reddituale attuale (fig. 7). Per la restante quota (54,8%), però, vi sono dei fattori di contesto generale che stanno determinando una maggiore moderazione dei consumi familiari: l'elemento principale è sicuramente l'aumento del costo dell'energia che è indicato dal 20,5% delle famiglie. Subito dopo (15,2%) la paura di dover sopportare imminenti spese impreviste a far diminuire la propensione al consumo e a far aumentare quella al risparmio, mentre il 12,6% delle famiglie indica la costante incertezza sul futuro causata dai grandi eventi internazionali (come una possibile recrudescenza della pandemia e la guerra in corso in Ucraina). Infine, come ultimo fattore (6,5%), la paura di perdere o ridurre le fonti di reddito familiare.

Fig. 7 – Presenza di elementi di contesto generale che stanno determinando una maggiore moderazione dei consumi familiari (val%)

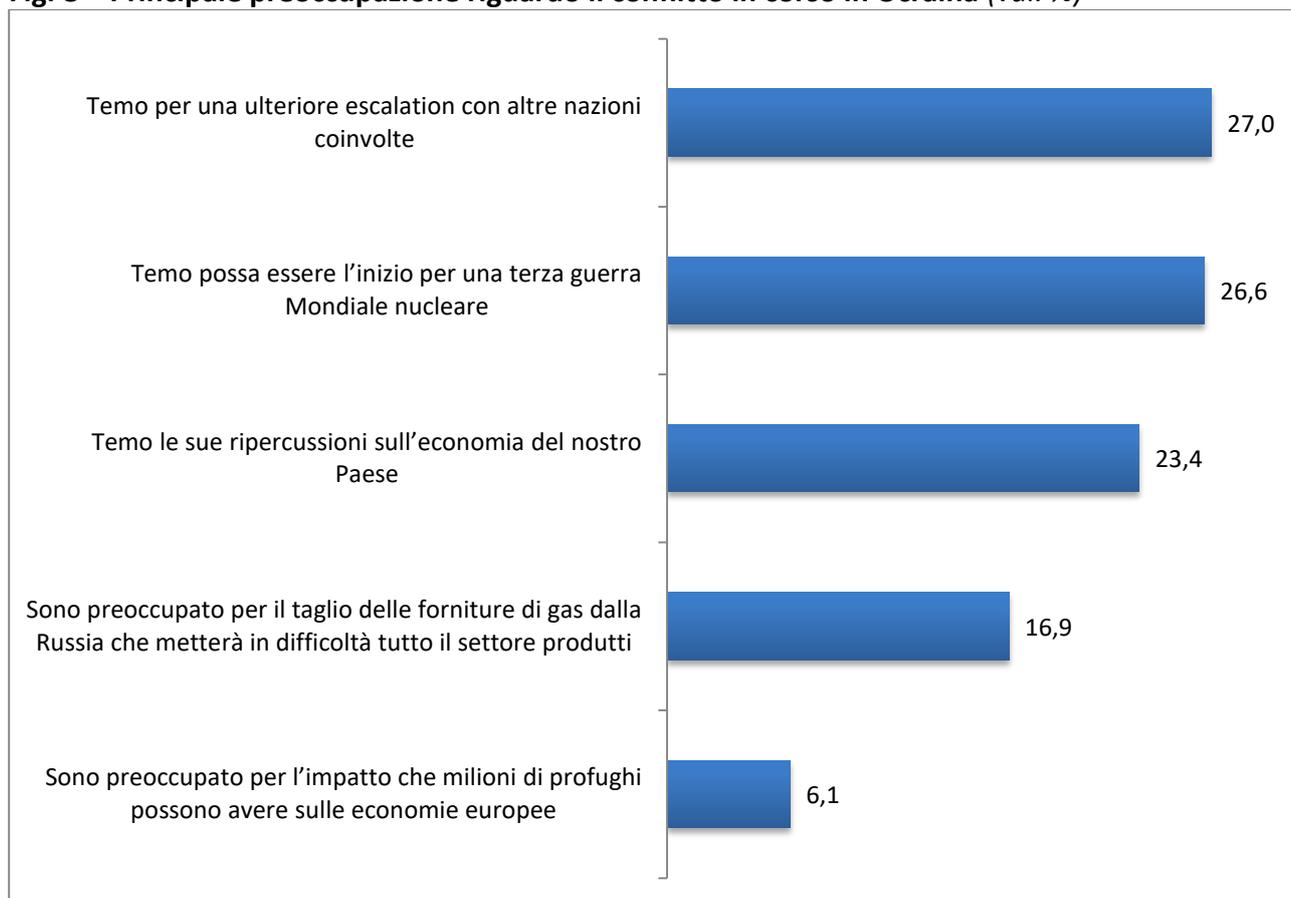


Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2022

Volgendo lo sguardo verso il conflitto in corso in Ucraina, poco più di un quarto delle famiglie (27%) teme un'ulteriore escalation del conflitto con il coinvolgimento attivo di altre nazioni oltre Russia e Ucraina (fig. 8). Una percentuale simile (26,6%) ha paura che l'espansione del conflitto, coinvolgendo direttamente uno dei paesi della NATO, possa trasformarsi in una guerra mondiale in cui possano essere utilizzate persino le armi nucleari.

Di poco inferiore la porzione di famiglie che indicano come principale preoccupazione le ripercussioni economiche che il conflitto avrà sull'economia del nostro Paese (23,4%). Uno degli effetti possibili e temuti è il taglio delle forniture di gas da parte della Russia come risposta alle crescenti sanzioni e al supporto delle nazioni europee allo sforzo bellico ucraino. Per il 16,9% delle famiglie questo è il principale problema. Un taglio netto delle forniture di gas metterebbe in difficoltà tutti i settori produttivi imponendo razionamenti e chiusure. L'impatto economico che avrà l'emergenza umanitaria determinata da milioni di profughi ucraini in arrivo in Europa è indicata da una quota esigua (6,1%).

Fig. 8 – Principale preoccupazione riguardo il conflitto in corso in Ucraina (val. %)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2022

Nota metodologica: L'indagine è stata effettuata su un campione di 1.000 famiglie stratificate per macro-area di residenza, per ampiezza demografica del comune di residenza, per età del capofamiglia e tipologia familiare. Le interviste sono state dal 23 al 31 marzo 2022 attraverso la somministrazione di un questionario a risposte chiuse con tecnica mista CATI (75%) e CAWI (25%).