



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

CONFCOMMERCIO-CENSIS OUTLOOK ITALIA 2021

L'Italia convalescente

UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

17 maggio 2021



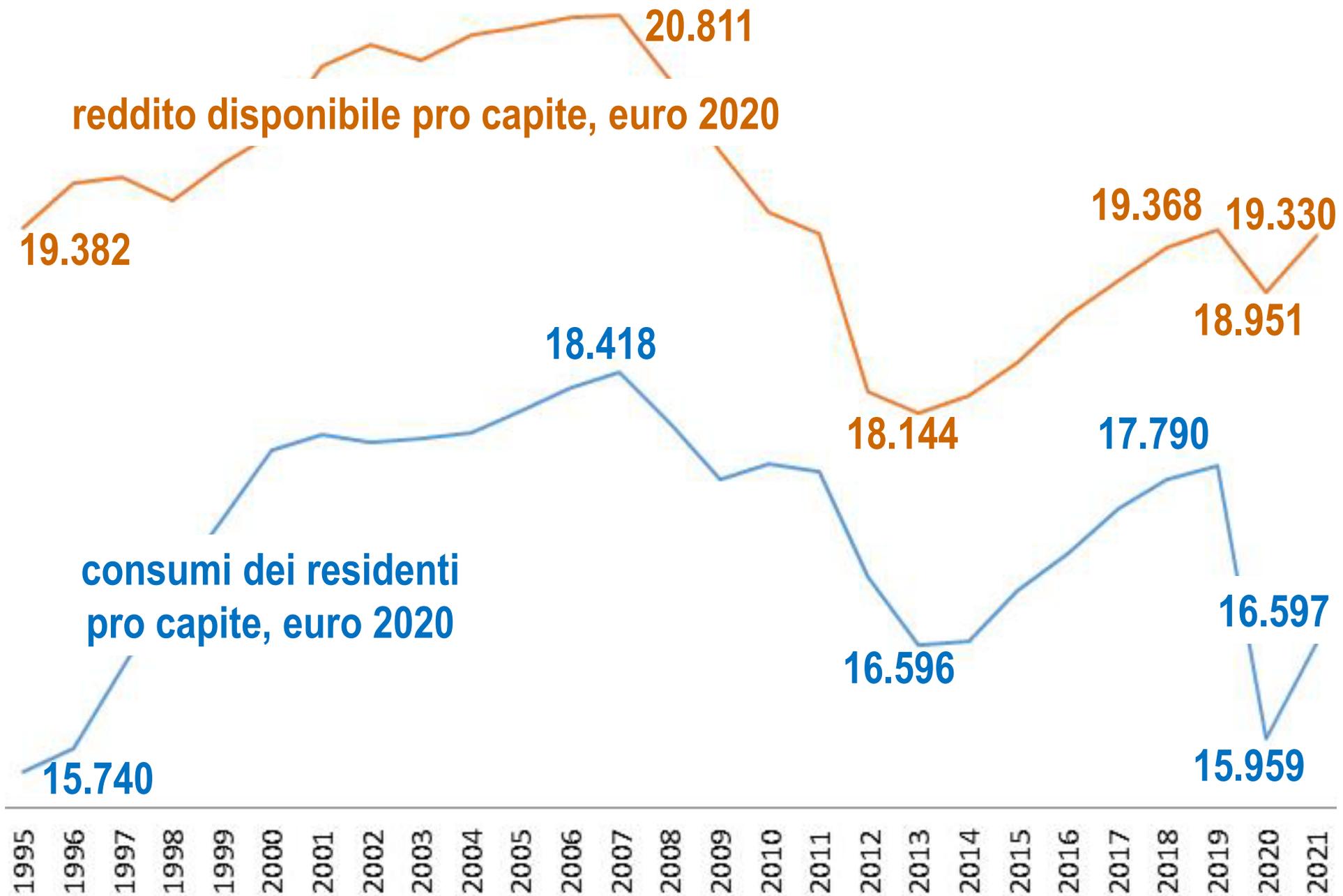
clima di fiducia, aspettative e consumi delle famiglie- indagine Censis-Confcommercio

Il campione è composto da 1.000 famiglie e stratificato per area geografica di residenza, per ampiezza demografica del Comune di residenza, per età del capofamiglia intervistato e per livello socio-economico familiare. Periodo interviste: seconda metà del mese di aprile 2021, in concomitanza con le parziali riaperture del 26 aprile (precedente: 15-30 aprile 2020, dopo poco più di un mese dal lockdown e a pochi giorni dalla sua proroga fino al 4 maggio per persone e attività produttive).

Somministrazione di un questionario a risposte chiuse per via telefonica con metodo CATI (75%) - CAWI (25%).

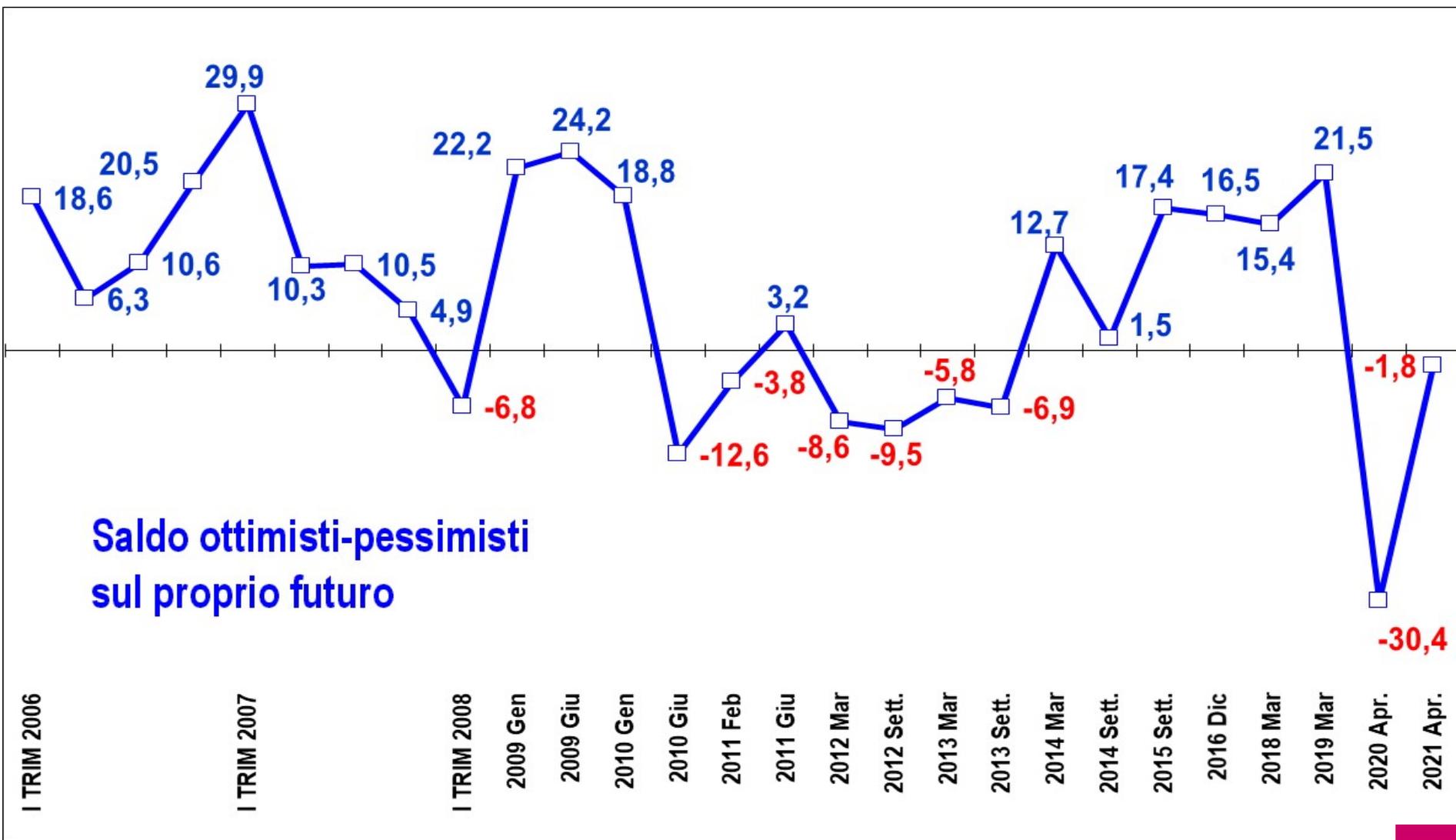
2020: riduzione dei redditi, crollo dei consumi

2



fiducia delle famiglie Confcommercio-Censis

immaginando che a breve il Paese venga finalmente riaperto, come vede il futuro immediato (la seconda metà del 2021) per la sua famiglia?



Campione: 1.000 famiglie

auto-valutazione sulle risorse economiche della famiglia

al momento attuale, rispetto all'aprile del 2020, le risorse economiche di cui dispone la sua famiglia sono (risposte in %):

maggiori	11,3
minori	27,2
uguali	61,4

<i>colpiti e non colpiti dalle conseguenze economiche della pandemia (milioni)</i>	individui totali per categoria	% garantiti o non colpiti	numero garantiti o non colpiti
pensionati	16,1	90,0	14,5
dipendenti pubblici	3,1	95,0	3,0
dipendenti privati	16,0	55,0	8,8
indipendenti	5,8	20,0	1,2
disoccupati	2,3	95,0	2,2
totale	43,4	68,3	29,7



intenzioni di acquisto per il 2021, ovvero da dove può partire la ripresa (oltre che dai servizi) nel corso di quest'anno (2021) prevede di effettuare i seguenti acquisti? (sì-no)

% di Sì - prevedo di effettuare nuovi acquisti/spese	mar. 2019	apr. 2020	apr. 2021
prodotti tecnologici	29,9	30,9	32,9
elettrodomestici / mobili per la casa	29,6	24,5	31,0
ristrutturazione abitazione	26,5	19,5	28,2
autovettura	16,5	12,1	15,9
abitazione	6,4	4,9	7,4

effetti della pandemia su alcuni comportamenti di spesa

quale delle seguenti azioni il suo nucleo familiare ha dovuto intraprendere da quanto si è verificata l'emergenza Covid 19

Ricorso ad un prestito	7,1
Sospensione pagamento tasse/bollette	4,7
Sospensione pagamento di un mutuo	3,5
Sospensione/riduzione pagamento affitto	3,2
Acquisto e allestimento di dispositivi hardware	22,8
Sostituzione connessione internet più veloce	18,7
Abbonamento Pay TV (Sky, Netflix, ecc.)	18,8
Acquisto di una connessione internet	11,8

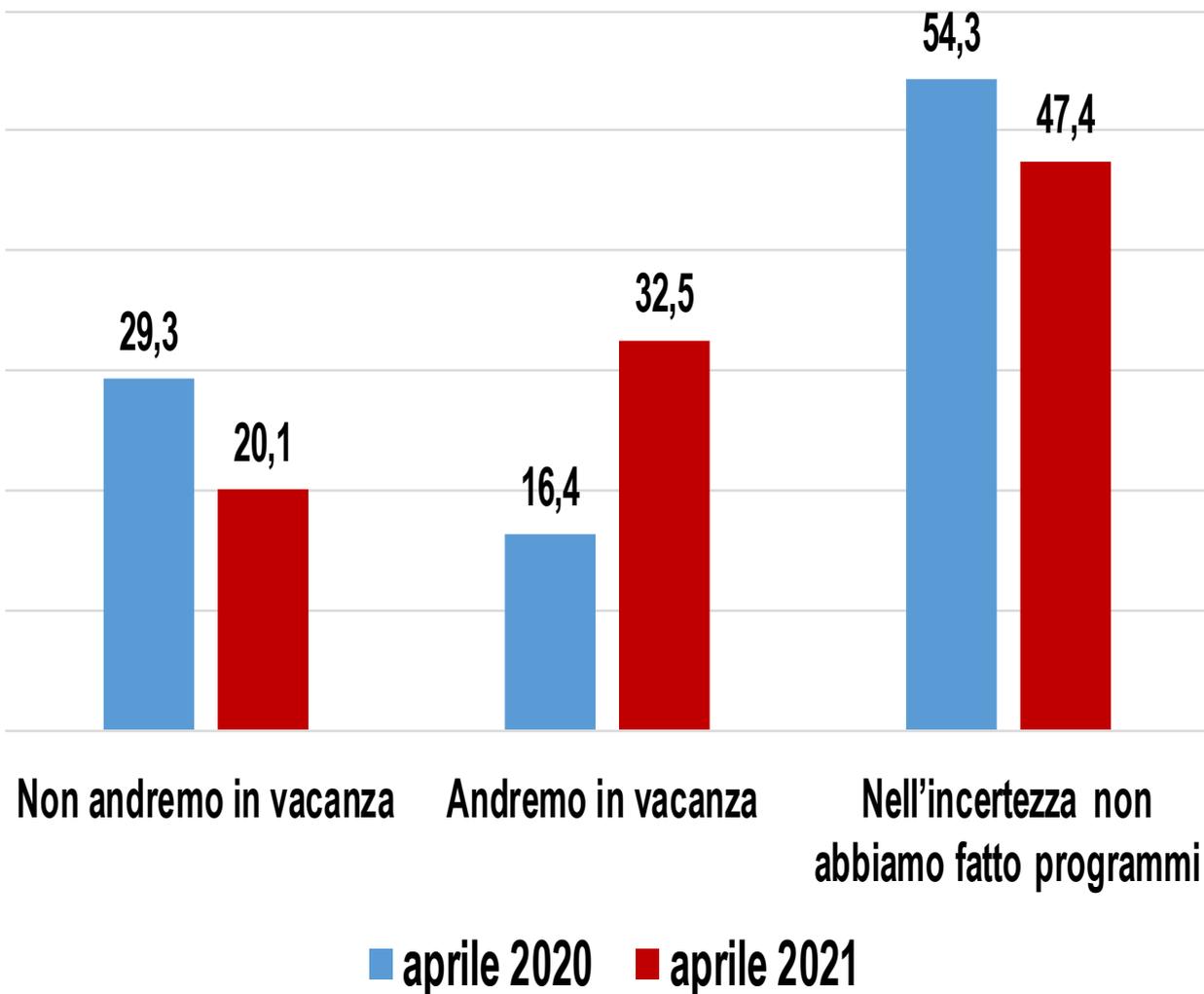
modifiche delle abitudini alimentari rispetto al periodo pre-Covid

per quanto concerne la spesa alimentare, rispetto al periodo pre-Covid la Sua famiglia ha modificato almeno in parte le proprie abitudini?

Sì, ricercando prodotti di maggiore qualità	17,6
Sì, ricercando prodotti più economici	17,1
No, non è cambiato nulla	65,3
Totale	100,0

vacanze estive: ancora troppa incertezza

se sarà possibile spostarsi liberamente, come si comporterà in relazione alle ferie estive del 2021?



campione: 1.000 famiglie

in un anno di «ripresa» come il 2010, il 42% dichiarava «andrò in vacanza»

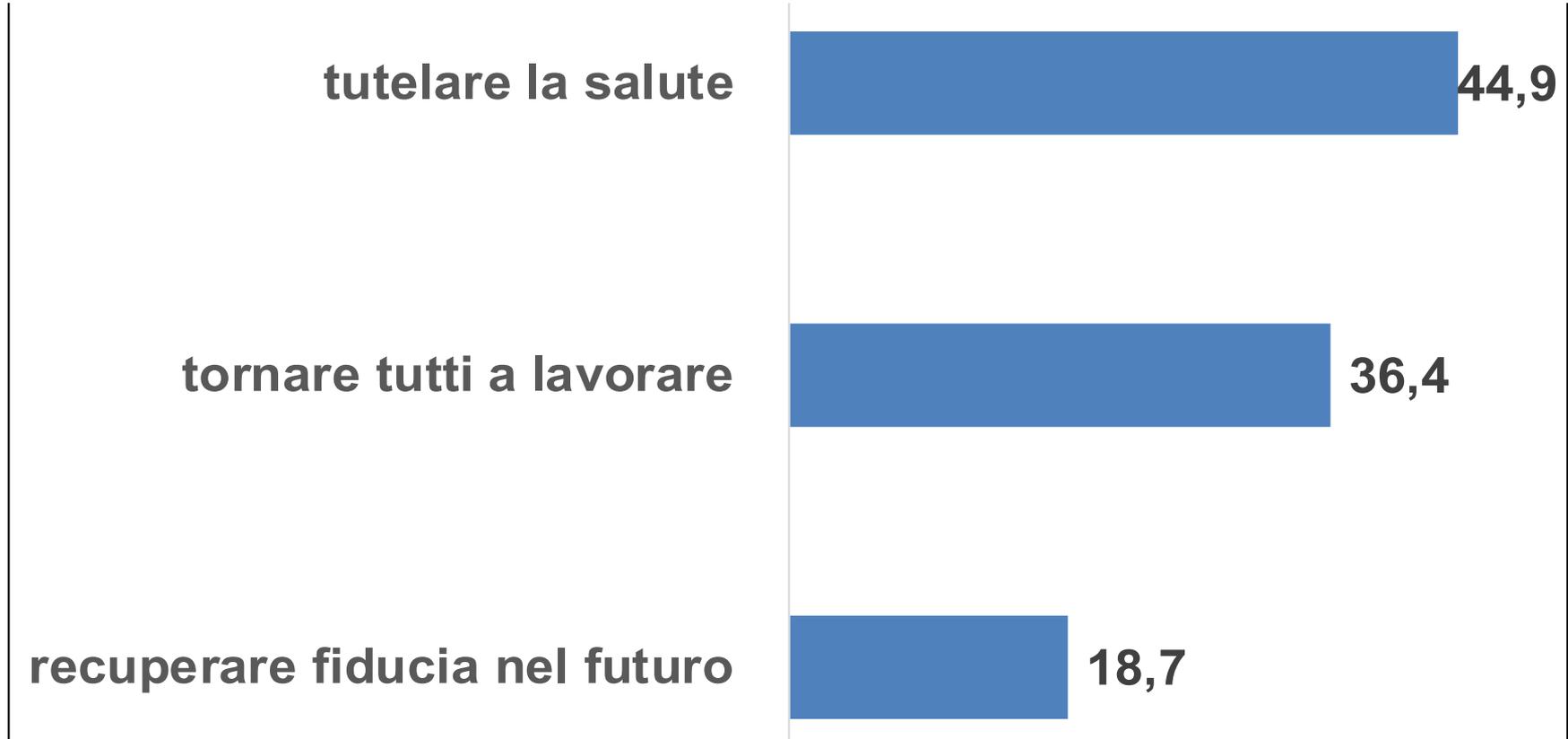
motivazioni di chi NON andrà in vacanza

Per mancanza di risorse economiche	45,5
Per paura di contagi	21,9
Altro	32,7

campione: 201 famiglie

le priorità nell'attuale fase di transizione

nella fase attuale di cosa c'è bisogno soprattutto in Italia?



Campione: 1.000 famiglie

cosa è mancato di più alle famiglie durante la pandemia

in generale, dall'inizio delle misure di distanziamento sociale, quale tra le seguenti cose le è mancata di più (media dei punteggi da 1 a 10, 1 minima mancanza, 10 max mancanza)

campione: 1.000 famiglie	classe di età			
	totale	18-44	45-64	65 e +
Incontrare amici/parenti	8,2	8,1	8,7	7,8
Viaggiare	7,3	7,9	7,7	6,3
Le gite e i week-end fuori porta	6,9	8,0	7,5	5,4
Passeggiate in centro e/o nei parchi urbani	6,6	7,5	6,9	5,7
Le cene (ristoranti/pizzerie) e gli aperitivi	6,3	7,4	6,6	5,1
Visitare musei/mostre/luoghi di cultura	6,2	6,5	6,6	5,6
Frequentare cinema, teatro, concerti	6,0	6,7	6,4	4,9
Parrucchiere/estetista/barbiere	5,6	6,1	5,7	5,2
L'attività sportiva	5,4	6,1	5,9	4,2
Lo shopping (negozi, centri commerciali)	5,3	6,0	5,4	4,7
La partecipazione a cerimonie e riti religiosi	4,9	4,7	5,0	4,8
La colazione al bar	4,6	5,7	4,7	3,7
Eventi sportivi (calcio e altri sport)	3,9	4,8	4,2	2,9
Recarmi fisicamente al lavoro	3,2	4,6	3,6	1,7
I locali notturni, le discoteche	2,7	4,2	2,7	1,5

percezione dei cittadini più penalizzati per fasce d'età

secondo lei, nel complesso, quali sono le classi d'età maggiormente penalizzate dalla situazione emergenziale che stiamo vivendo

	%	classe di età		
		18-44	45-64	65 e +
giovani	45,8	40,6	54,4	39,7
popolazione in età lavorativa	41,4	48,1	33,8	45,3
anziani	12,8	11,3	11,8	15,0
totale	100,0	100,0	100,0	100,0

campione: 1.000 famiglie

fonti

chart 1: nota metodologica Outlook Italia, maggio 2021.

chart 2: elaborazioni e stime Ufficio Studi Confcommercio (USC) su dati Istat.

chart 3: elaborazioni (USC) su dati Osservatorio Confcommercio-Censis (Outlook Italia, maggio 2021).

chart 4: elaborazioni e stime (USC) su dati Istat, Inps, Osservatorio Confcommercio-Censis (Outlook Italia, maggio 2021).

chart 5-11: elaborazioni (USC) su dati Osservatorio Confcommercio-Censis (Outlook Italia, maggio 2021).

la presentazione è stata redatta con le informazioni disponibili al 13 maggio 2020.



CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA

CONFCOMMERCIO-CENSIS OUTLOOK ITALIA 2021

L'Italia convalescente

UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

17 maggio 2021

