



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

OUTLOOK ITALIA

Clima di fiducia e aspettative delle famiglie italiane 2022

(Rapporto di ricerca)

Roma, 27 aprile 2022

PREMESSA

Questo rapporto di ricerca viene redatto a partire dai dati rilevati attraverso una *survey* realizzata dal Censis nel mese di marzo 2022. Le interviste ai responsabili degli acquisti familiari sono state dunque condotte proprio durante le fasi iniziali del conflitto Russo-Ucraino, nel momento in cui le sanzioni economiche nei confronti della Russia erano state già decise e implementate e al progressivo allentamento delle restrizioni dovute alla pandemia. Il questionario di indagine contiene una batteria di domande che, come ogni anno, fa riferimento ai comportamenti dell'anno precedente (2021) mentre le domande contenute nella seconda parte della rilevazione si riferiscono al momento stesso dell'intervista. Questo comporta che tutte le opinioni, i comportamenti, le previsioni e le attese per il futuro, risultano condizionati sia dalla fine dello stato di emergenza e dal possibile ritorno alla "normalità" sia dal protrarsi o meno della guerra in Ucraina.

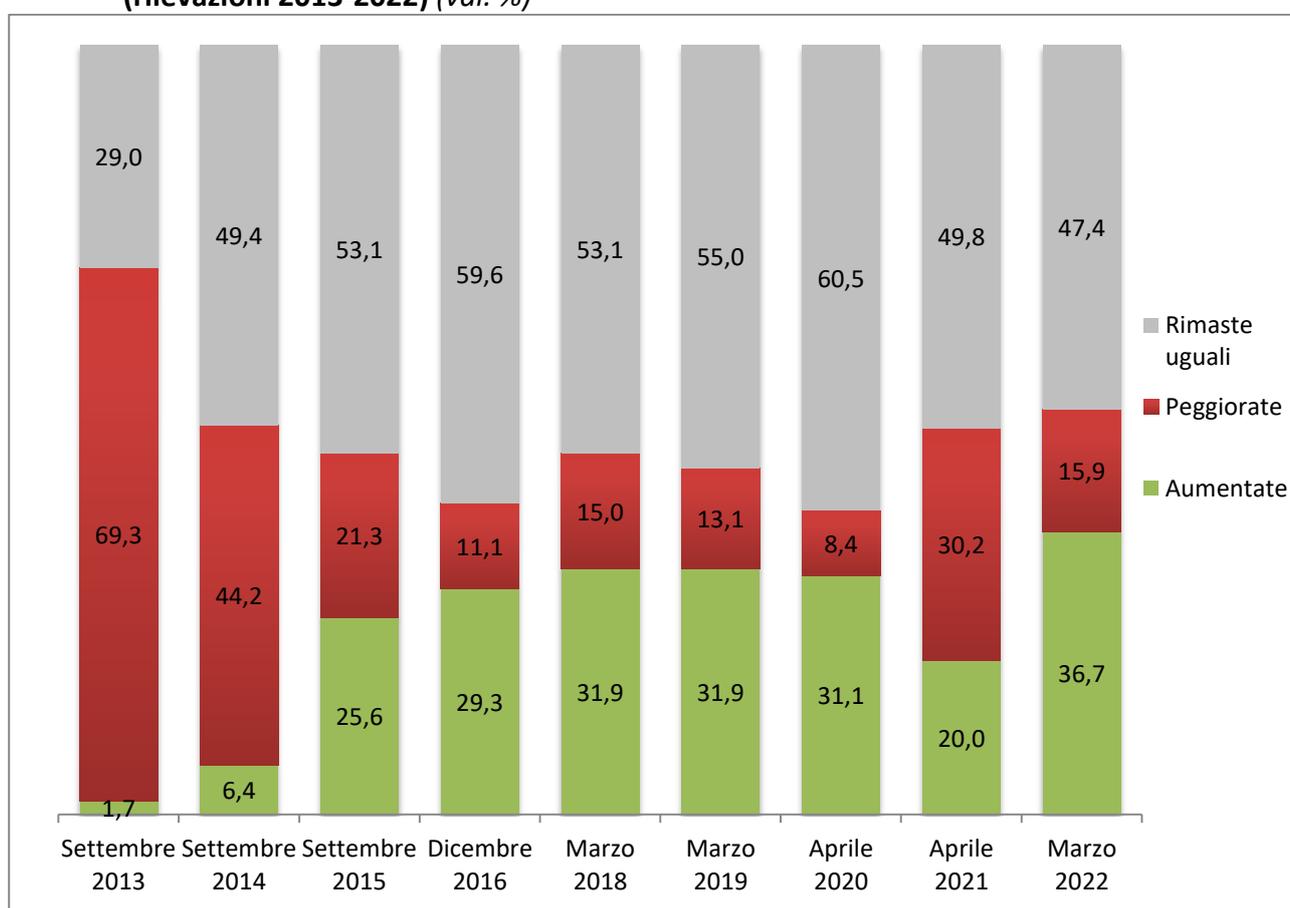
Il presente rapporto è stato realizzato da un gruppo di ricerca del Censis composto da Andrea Amico e Vittoria Coletta.

1. LA CONGIUNTURA RECENTE: REDDITO, CONSUMI, RISPARMIO

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. La situazione economica delle famiglie italiane non è totalmente tornata alla situazione pre-pandemia.

Il 15,9% delle famiglie italiane ritiene che rispetto all'anno precedente la loro capacità di spesa si sia ridotta. Se confrontato con il valore registrato ad aprile 2021 questa quota si è quasi dimezzata ma continua comunque ad essere molto più alta rispetto al quadriennio precedente (2016-2020). Per circa la metà dei nuclei la capacità di spesa si è invece mantenuta sostanzialmente invariata. Infine sale al 36,7% la quota di famiglie che riferiscono di un aumento nei consumi (fig. 1).

Fig. 1 - Andamento della capacità di spesa delle famiglie rispetto all'anno precedente (rilevazioni 2013-2022) (val. %)



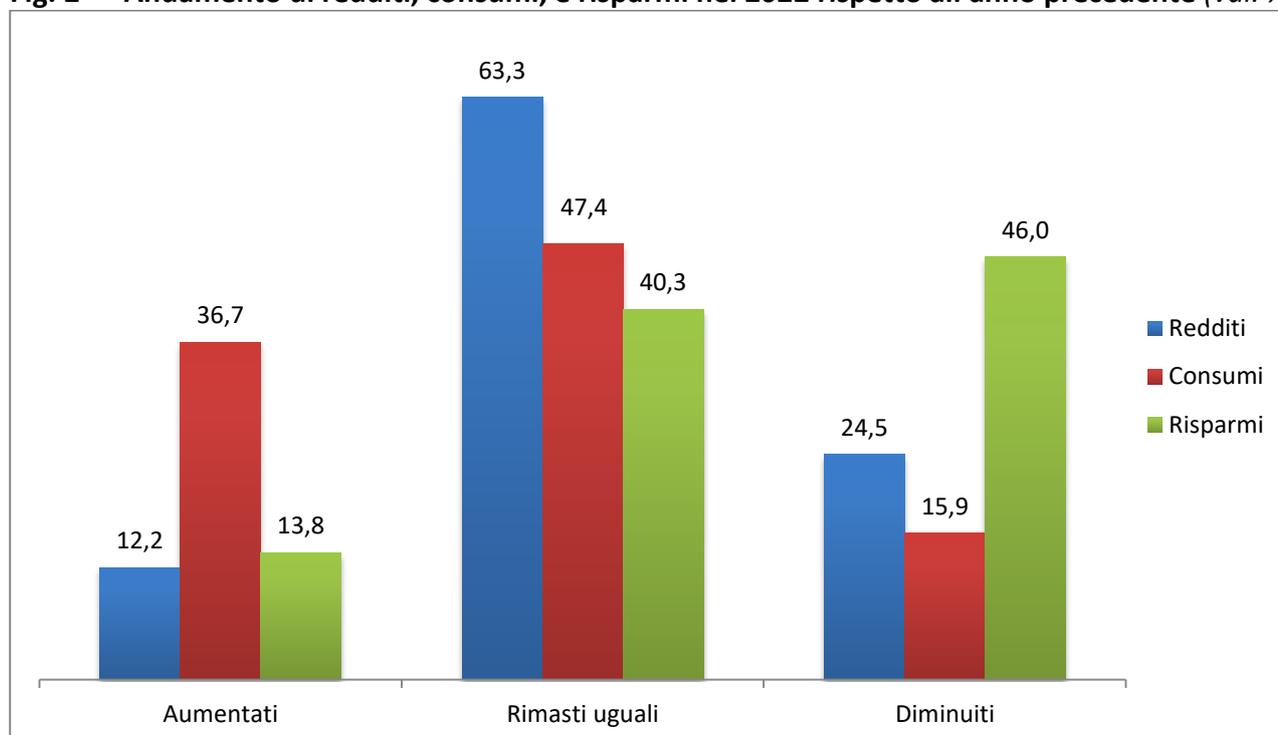
Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2013 – 2022

Con riferimento al reddito familiare complessivo, circa un quarto delle famiglie intervistate ne dichiara una riduzione (24,5%). Per contro, solo il 12,2% dei nuclei ha visto il reddito familiare aumentare (fig.2).

La quota delle famiglie che dichiarano di aver diminuito i risparmi è consistente ed è relativa a quasi una famiglia su due (46%). Soltanto il 13,8% delle famiglie è riuscita ad aumentare i risparmi

rispetto all'anno precedente. Questo è principalmente dovuto da un lato alla stabilità dei redditi e dall'altro all'aumento dei consumi che hanno limitato la quota di reddito destinabile al risparmio e, in qualche caso, anche intaccato il monte dei risparmi accumulati negli anni.

Fig. 2 - Andamento di redditi, consumi, e risparmi nel 2022 rispetto all'anno precedente (val. %)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2022

L'analisi della serie storica dell'andamento di redditi, consumi e risparmi al netto della quota di famiglie che non dichiarano variazioni, evidenzia con chiarezza le anomalie del 2020 (rilevazione aprile 2021) e un ritorno verso la normalità nel 2021 (rilevazione marzo 2022) (fig. 3). Dopo lo shock generato dall'evento pandemico tutte le curve stanno tornando verso valori simili al pre-pandemia.

A variare di meno sono i redditi che aumentano per il 12,2% delle famiglie mentre diminuiscono per circa un quarto di esse. Valori in linea con quelli registrati nel biennio 2018-2019.

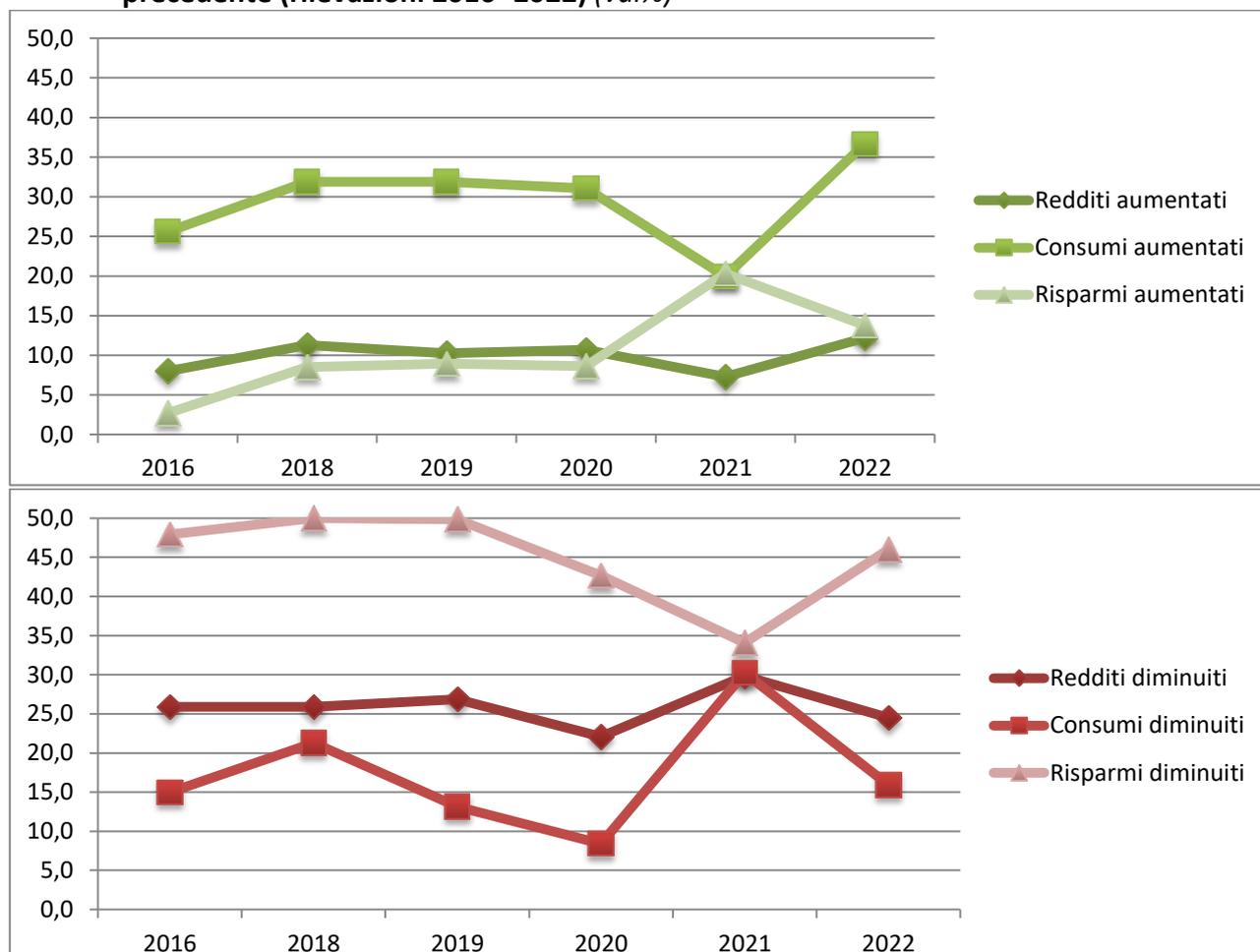
Per i consumi, invece, si registra un rimbalzo rispetto all'anno precedente. Il 36,7% delle famiglie li ha aumentati dopo il crollo del 2020, registrato nella rilevazione di aprile 2021. Una quota comunque consistente delle famiglie (15,9%) ha continuato a diminuire i consumi anche nella seconda metà del 2021 e nel corso dei primi mesi del 2022.

Il risparmio segue un andamento esattamente in contro fase rispetto sia al reddito che ai consumi. Meno famiglie hanno aumentato il risparmio rispetto all'anno precedente (13,8% della rilevazione del 2022 contro il 20,3% di quella del 2021) e stanno tornando a livelli pre-pandemia quelle che invece lo hanno ridotto. Il 46% delle famiglie ha diminuito i risparmi nel corso del 2021 (rilevazione 2022) mentre erano il 34,1% e il 42,7% nelle rilevazioni rispettivamente del 2021 e nel 2020.

Le dinamiche straordinarie messe in atto dalle famiglie italiane durante la pandemia di un maggior accantonamento di risorse e di un taglio netto dei consumi non fondamentali stanno lentamente rientrando. Rimane comunque alta la propensione al risparmio e in una situazione di redditi

sostanzialmente ancora fermi, ma per effetto dei consumi rimandati nell'anno di inizio pandemia, aumenta la quota di famiglie che dichiarano di aver accresciuto i consumi nel corso del 2021.

Fig. 3 – Quota di famiglie che hanno modificato redditi, consumi e risparmi rispetto all'anno precedente (rilevazioni 2016 -2022) (val%)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2016, 2018, 2019, 2020, 2021, 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 divenuto talmente insostenibile da costringere il Governo ad una serie di interventi normativi necessari per calmierare i prezzi di gas, luce e carburanti. Come conseguenza diretta dell'aumento del prezzo dell'energia si registra un rialzo generalizzato dei prezzi di molti beni anche di prima necessità. Alcune delle fabbriche più energivore, inoltre, sono state costrette persino a interrompere momentaneamente la produzione a causa dell'aumento dei costi non direttamente e totalmente riversabili sul prezzo dei beni finiti che hanno reso antieconomico produrre.

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.

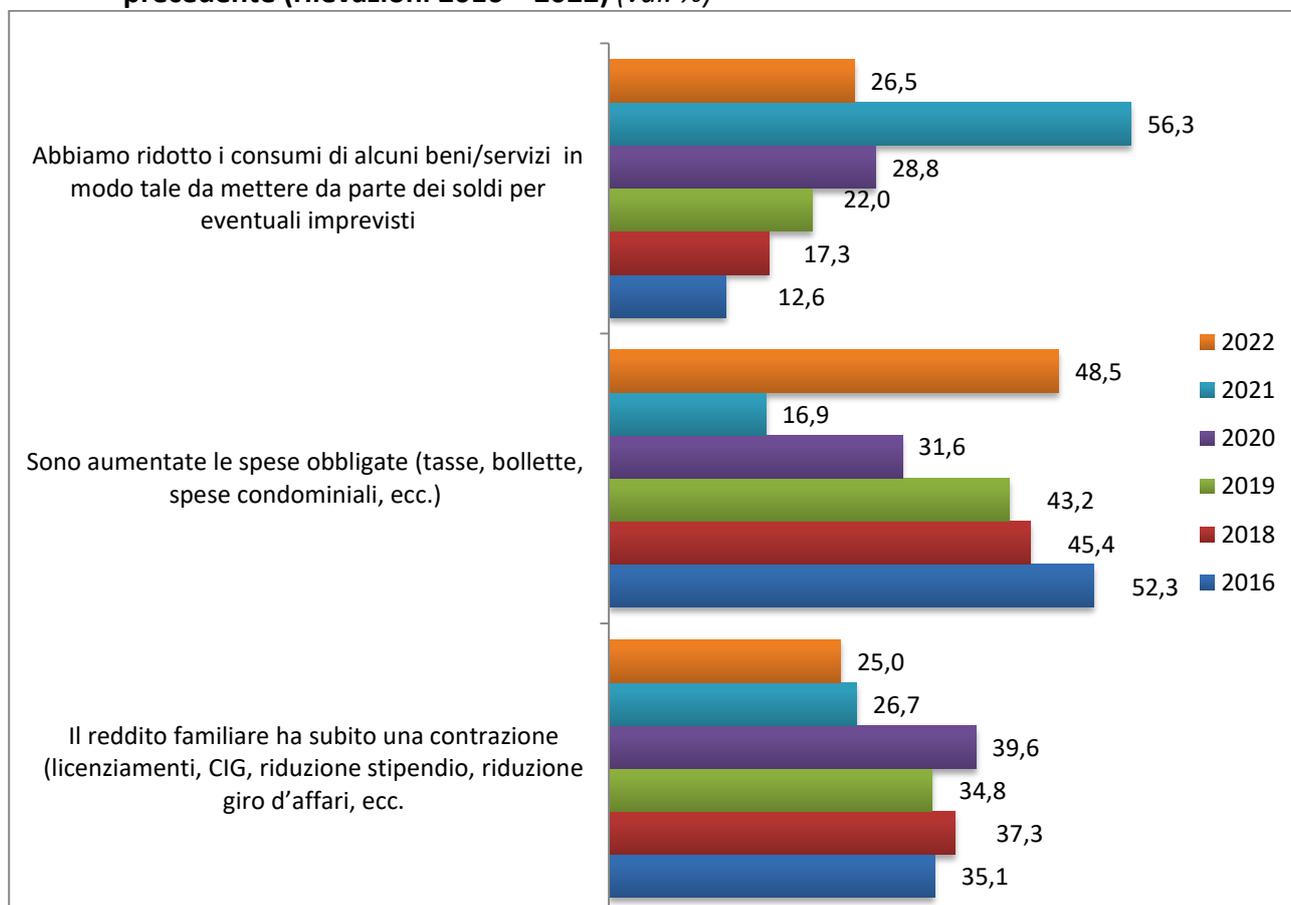
A causa delle sanzioni imposte a Mosca si è interrotto sia l'import di materie prime e di prodotti energetici che l'export di prodotti elettronici e apparecchiature verso la Russia. Nel 2021 l'Italia ha importato principalmente gas, petrolio e acciaio per circa 14 miliardi di euro, mentre l'export ha riguardato principalmente prodotti agro-alimentari oltre che macchinari e apparecchiature per un controvalore di poco inferiore ai 7,7 miliardi di euro.

Il conflitto ha inoltre interrotto la produzione ucraina di grano, olio di semi di girasole e acciaio di fermando 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 ha indicato nella maggioranza dei casi come motivazione l'aumento delle spese obbligate (48,5%). L'aumento delle bollette energetiche ha inciso in modo significativo sull'aumento generalizzato delle spese incompressibili (fig. 4).

Le difficoltà lavorative permangono comunque come motivazione principale per un quarto delle famiglie che hanno ridotto i consumi. Per il restante 26,5% delle famiglie la riduzione dei consumi è avvenuta limitando l'acquisto di alcuni beni e servizi in modo da destinare quelle somme a risparmi utili a far fronte ad eventuali imprevisti. Quota molto più alta rispetto al triennio 2016-2019, in linea con la tendenza emersa nel 2020 ma nettamente inferiore rispetto all'anno centrale della pandemia (2021) in cui il risparmio è stato indicato come motivazione principale dal 56,3% delle famiglie che hanno ridotto i consumi.

Fig. 4 – 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

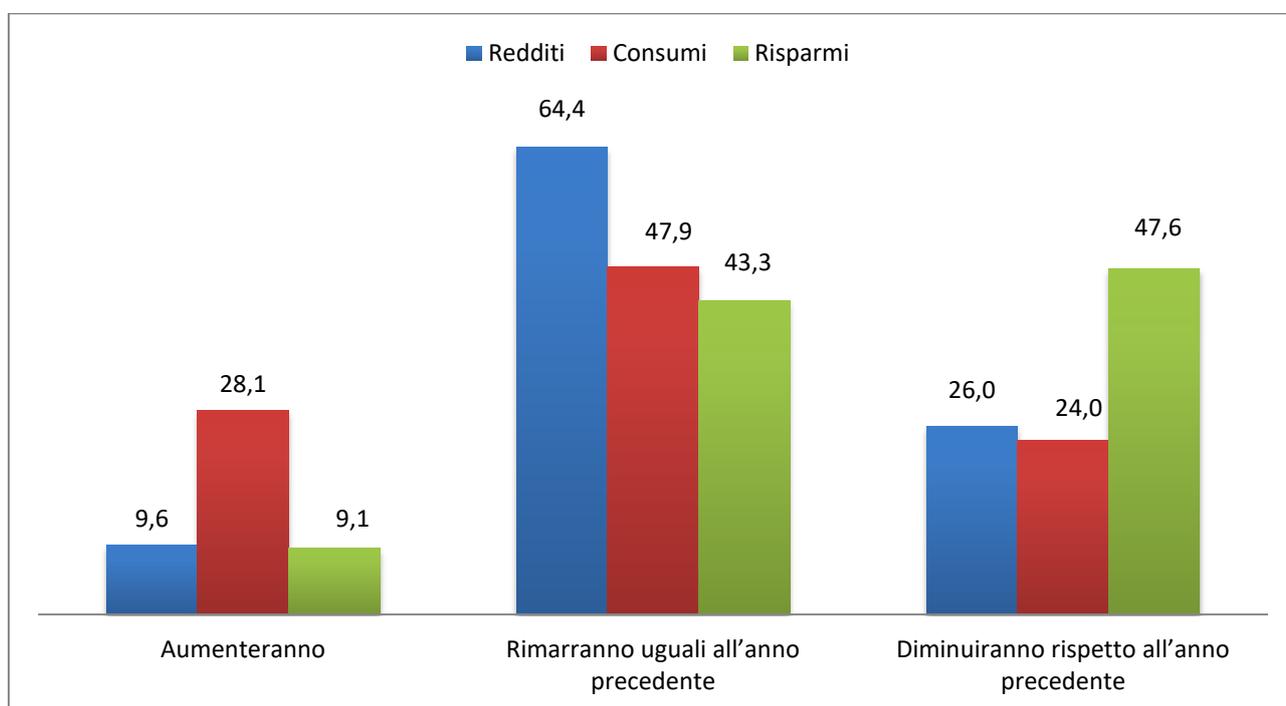
2. ORIENTAMENTI, ATTESE E RISCHI PER IL FUTURO

Fino a questo momento abbiamo restituito i dati relativi al “consuntivo 2021”, che derivano dunque dall’aver sollecitato gli intervistati a ragionare sul pregresso. Da questo momento i dati che si riportano 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. 5).

Circa 2/3 delle famiglie prevedono che 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. 5 - Previsioni sull'andamento di redditi, consumi e risparmi delle famiglie nella seconda parte del 2022 (val%)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2022

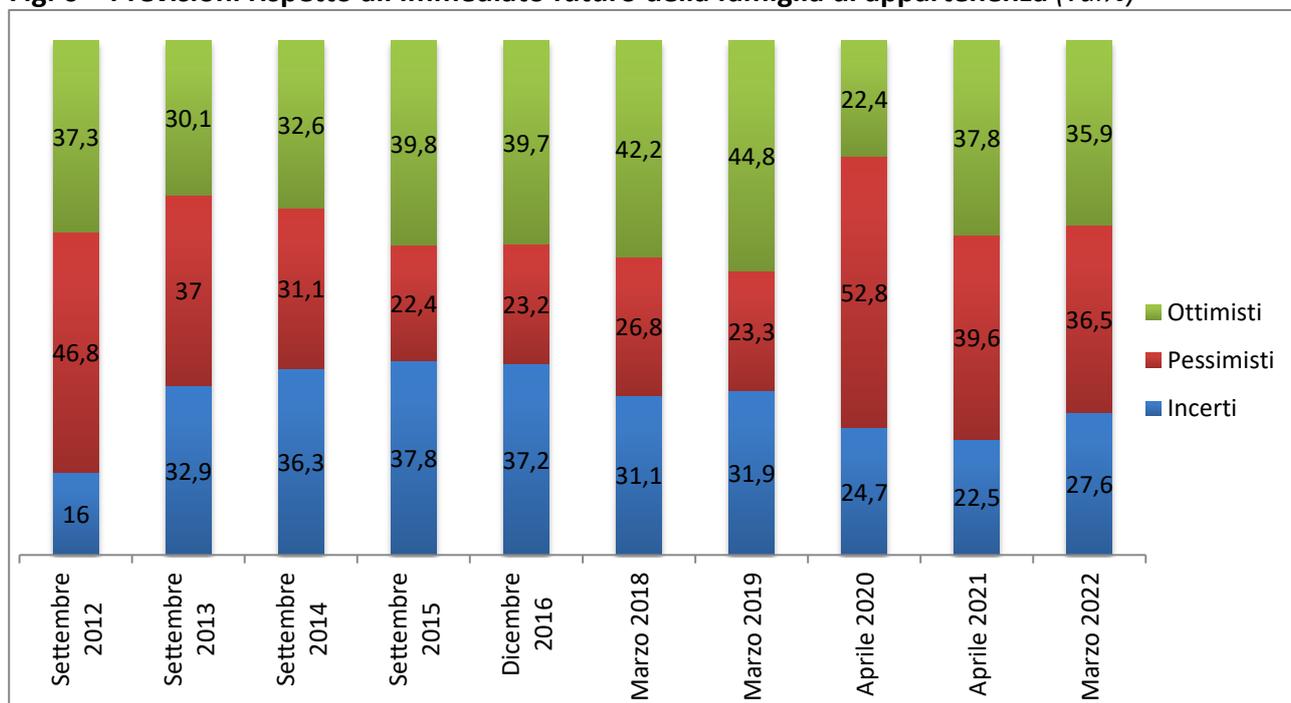
Il clima di fiducia delle famiglie verso il proprio futuro immediato si sta, almeno parzialmente, ristabilendo dopo lo shock rilevato nel 2020 e l’inizio di ritorno alla normalità registrato nel 2021.

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.

I "pessimisti", che nell'aprile del 2020 avevano raggiunto il 52,8% del totale, scendono ora al 36,5%, solo 3 punti percentuali inferiori al 2021. Per contro, gli "ottimisti", pur risalendo dal 22,4% del 2020 al 35,9% del 2022 (fig. 6) non si discostano molto da quelli registrati nel 2021 (37,8%). Si tratta comunque di valori che rimangono ancora molto lontani rispetto a quelli pre-Covid 19.

La crisi internazionale scatenata dagli avvenimenti bellici in Ucraina incide soprattutto nel far aumentare la quota dell'incertezza con il 27,6% delle famiglie che si dichiarano insicure su quello che li aspetta nell'immediato futuro.

Fig. 6 – Previsioni rispetto all'immediato futuro della famiglia di appartenenza (val%)

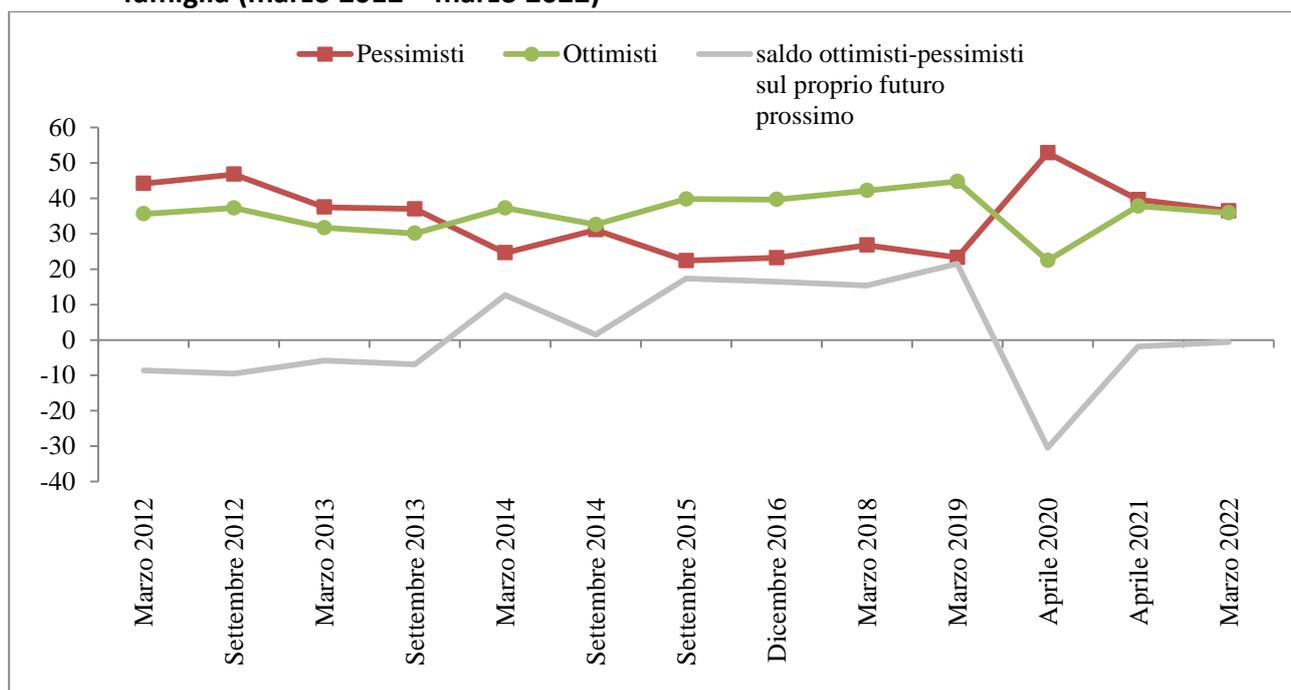


Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2012 - 2022

Nella serie storica riportata nella figura 7 è possibile apprezzare come rispetto al futuro della propria famiglia la crisi ucraina e l'incertezza per il futuro pesino a tal punto da continuare a tenere negativo (-0,6) il saldo tra ottimisti e pessimisti, pur in una fase di superamento della pandemia che aveva fatto toccare il minimo storico nell'aprile del 2020 (-30,4).

Confrontando, come di consueto per il rapporto Outlook Italia, l'orientamento verso il futuro articolandolo in termini di "destino familiare" e di previsioni sul Paese nel suo complesso è possibile notare che l'ondata di incertezza connessa all'emergenza bellica e alle sue conseguenze sul piano economico generale sembrano aver riportato ad un differenziale tra le prospettive della famiglia di appartenenza (tendenzialmente improntate ad un maggior ottimismo) da quelle più generali sul futuro dell'Italia (fig. 8). La quota di pessimisti, che nel 2021 per la prima volta era stata più ampia guardando ai destini familiari rispetto a quelli del Paese, è tornata a registrare una maggiore preoccupazione per i destini nazionali rispetto a quelli personali e familiari. I rischi internazionali sia economici che militari, insieme ad una parziale ripresa nella vivacità del mercato del lavoro, hanno sicuramente inciso in questo ritorno alla "normalità".

Fig. 7 – Serie storica delle percentuali di “ottimisti” e “pessimisti” rispetto al futuro della propria famiglia (marzo 2012 – marzo 2022)

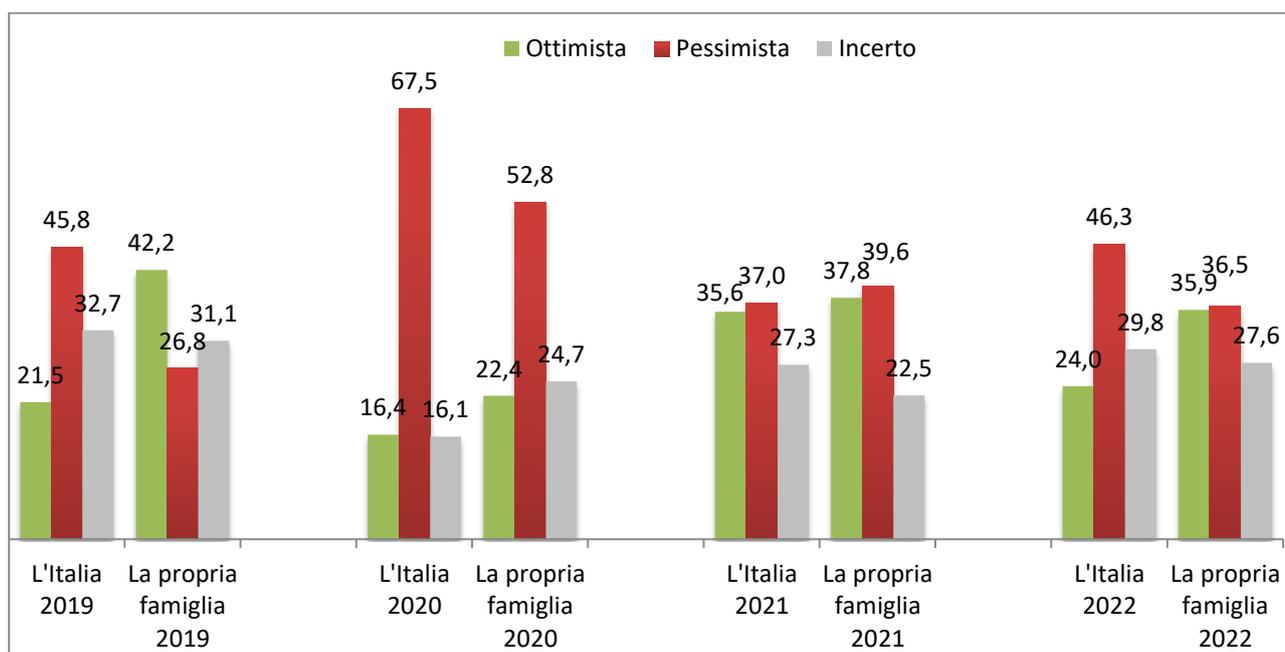


Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2012 - 2022

In generale, gli ottimisti sul futuro del Paese sono il 24% (erano il 35,6% nel 2021) mentre i pessimisti sono aumentati rispetto al 2021 fino al 46,3% del totale delle famiglie.

Come comun denominatore rimane una incertezza diffusa che coinvolge poco meno del 30% delle famiglie sia in relazione al proprio futuro sia a quello dell'Italia.

Fig. 8 – Orientamento rispetto all'immediato futuro della propria famiglia e del Paese 2019, 2020, 2022 (val%)



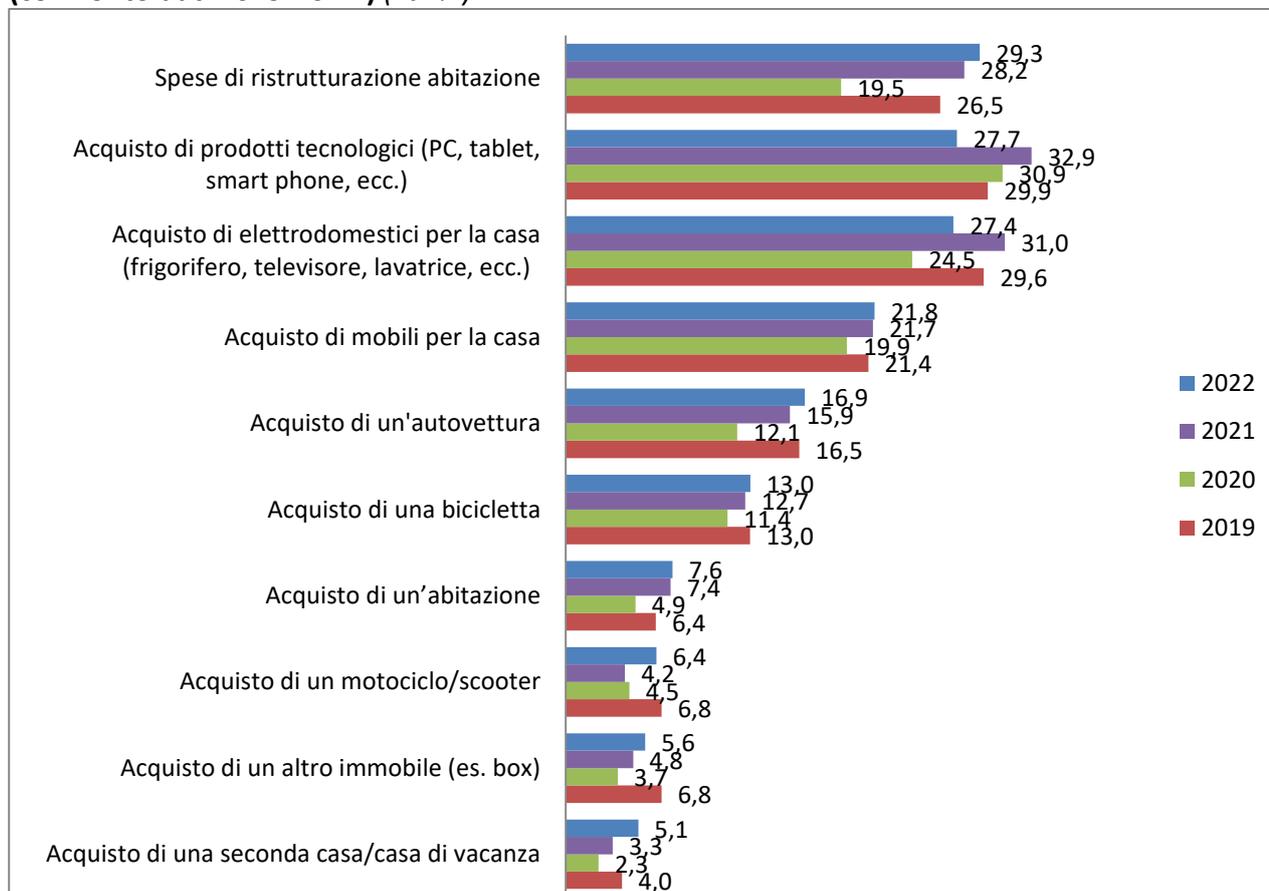
Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2019, 2020, 2021, 2022

Per quanto concerne le previsioni di acquisto per la seconda metà dell'anno in corso, due sono i fenomeni che meritano attenzione (fig. 9): 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.

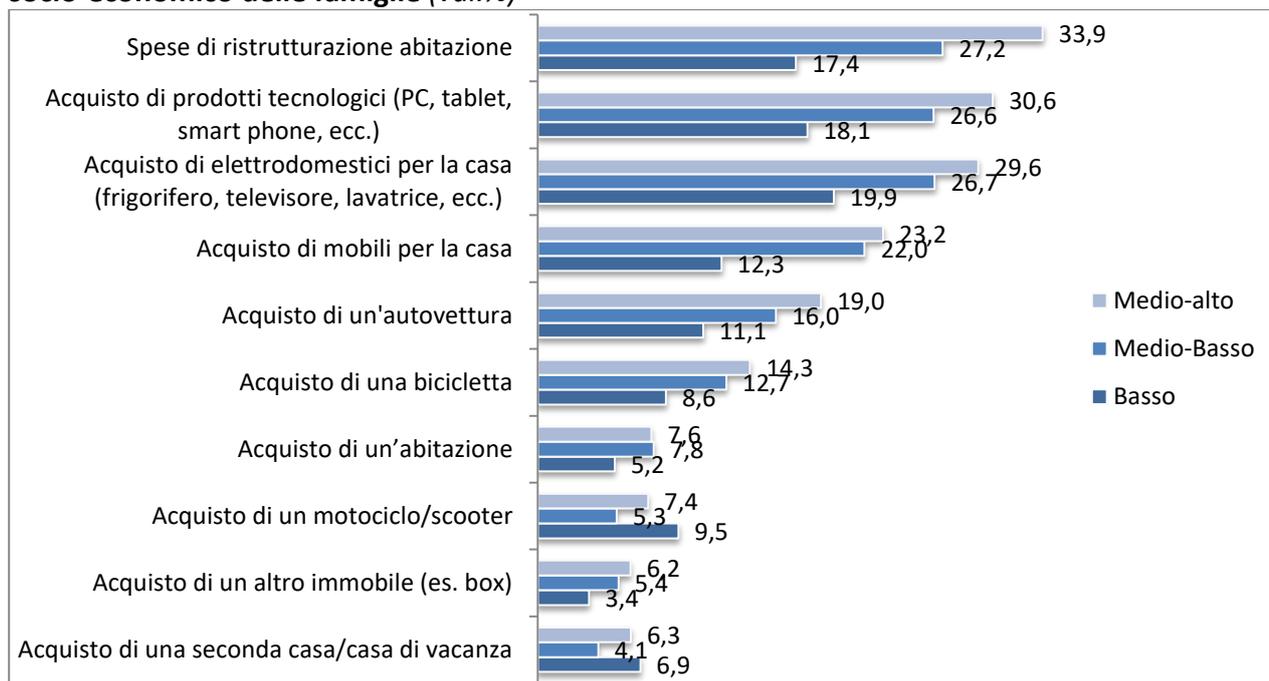
In termini di propensione all'acquisto emergono consistenti differenze sulla base dello status socio-economico delle famiglie (auto-percepito e dichiarato durante l'intervista). Le distanze tra chi si colloca nel segmento "medio-alto" e "medio-basso" non sono elevatissime ma comunque sempre presenti in ogni categoria. Una frattura profonda riguarda le famiglie di status "basso" (il 6,5% del nostro campione): quelle che manifestano intenzioni di acquisto sono infatti meno della metà rispetto a quelle dei nuclei che si collocano nel segmento più elevato. Fanno eccezione gli acquisti di moto e scooter visti come mezzo di mobilità alternativo sia ad una più costosa autovettura che al trasporto pubblico, poco efficiente e non in grado di garantire un distanziamento sociale adeguato, sia l'acquisto di seconde case di vacanza, rivalutate in un contesto di viaggi completamente stravolto dalla pandemia (fig. 9).

Fig. 9. - 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

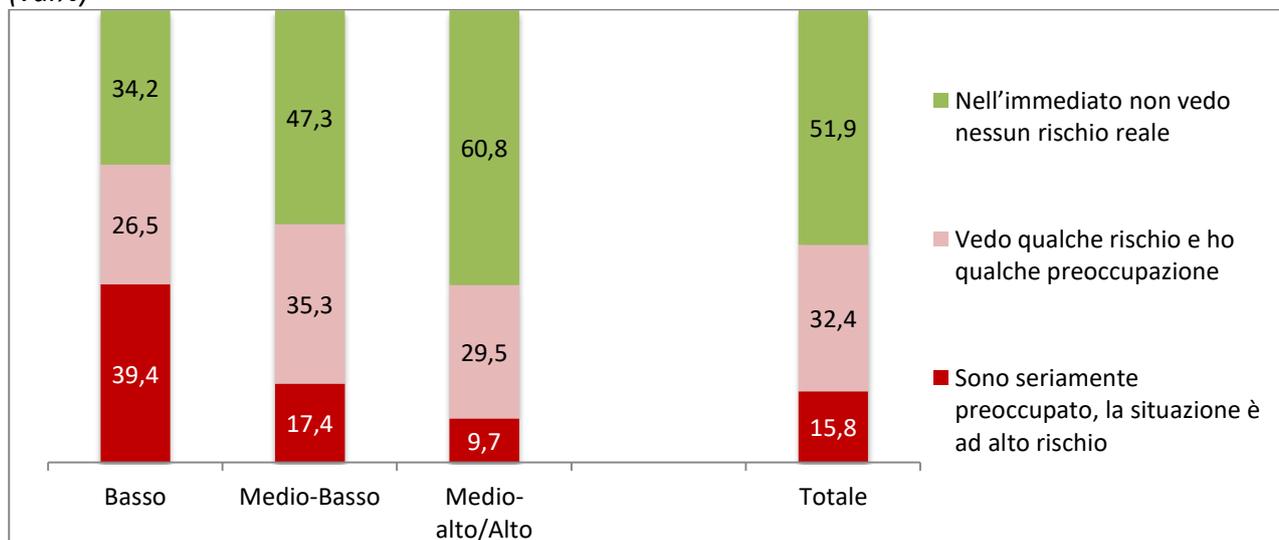
Fig. 10 - Previsioni familiari di acquisto di determinati beni durevoli nel corso del 2021 per status socio-economico delle famiglie (val.%)



Fonte: Outlook Italia Confcommercio-Censis, 2022

Sempre sul fronte delle attese e delle previsioni, è stato valutato il livello di “rischio-lavoro” a cui si ritiene sia oggi esposto il principale percettore di reddito delle famiglie intervistate. A livello aggregato il 15,8% delle famiglie denuncia un “rischio grave” (si consideri che nella rilevazione del 2021 questo dato si attestava al 12,4%). Analizzando i dati per condizione socio-economica si registra un rischio dell’9,7% per le famiglie di status medio-alto, dell’17,4% per quelle di status medio-basso (in cui si riscontra una variazione più consistente rispetto al 2021). Preoccupante il dato delle famiglie di status basso, dove si paventa il rischio-lavoro per il 39,4% dei principali percettori di reddito (fig.11).

Fig. 11 - 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 (fig. 12). Prima tra tutti 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 delle famiglie. Oltre un terzo del campione ha indicato questa come principale preoccupazione per il futuro familiare.

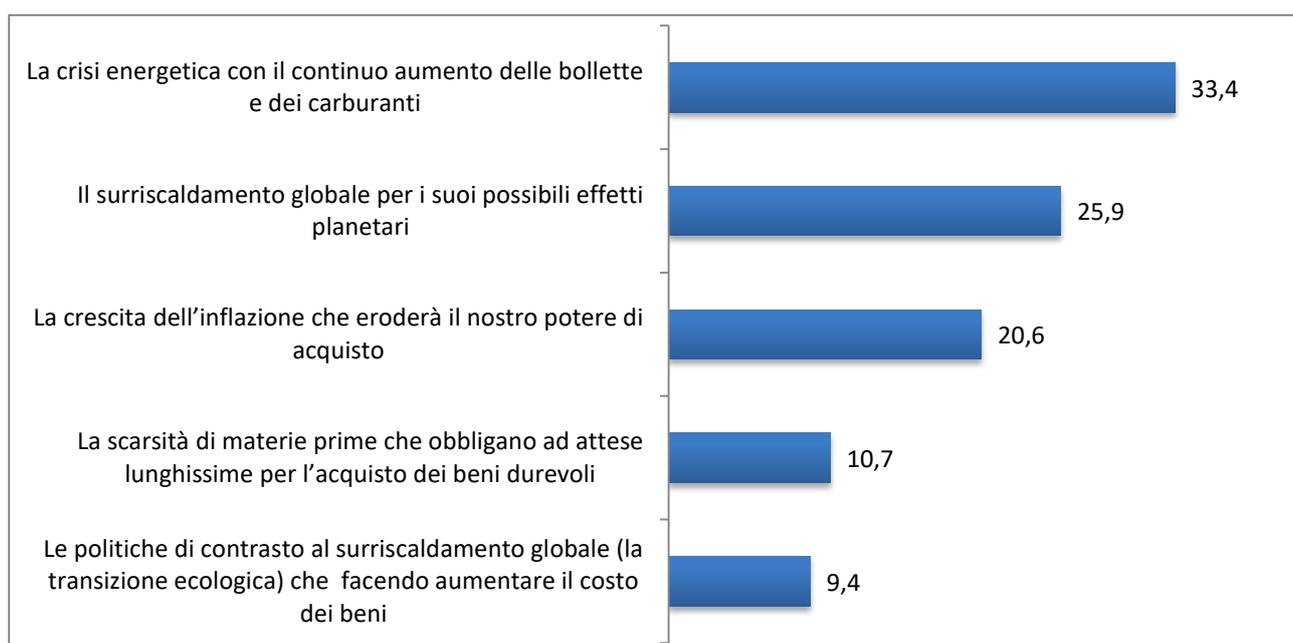
Un problema che sta diventando sempre più cogente anche se con impatti sul medio e lungo termine è invece il riscaldamento globale e i suoi effetti planetari. Se circa un quarto delle famiglie ha indicato questa come principale preoccupazione è chiaro come la consapevolezza dell'importanza delle tematiche ambientali si stia diffondendo tra la popolazione. Anche queste sfide che possono, ad una frettolosa analisi, essere considerate come lontane nel tempo e nello spazio, sono ritenute da una parte significativa della società italiana importanti e degne di un'azione immediata in modo da scongiurare l'aggravarsi della situazione fino a raggiungere il punto di non ritorno.

La terza preoccupazione indicata dalle famiglie italiane 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.

Indicate da circa il 10% delle famiglie vi sono altre due problematiche che incidono sui tempi di consegna e sui costi dei beni. Da un lato la scarsità di materie prime in una catena globale di valore che è in difficoltà a causa prima degli effetti della pandemia ed ora di quelli del conflitto russo-ucraino e delle relative sanzioni internazionali.

Per il 9,4% delle famiglie sono proprio le politiche di contrasto al surriscaldamento globale a imporre degli aumenti nel costo dei beni che finiranno con il danneggiare le famiglie. Si tratta sicuramente del rovescio della medaglia, del costo da pagare per una transizione ecologica non fatta nel modo corretto,

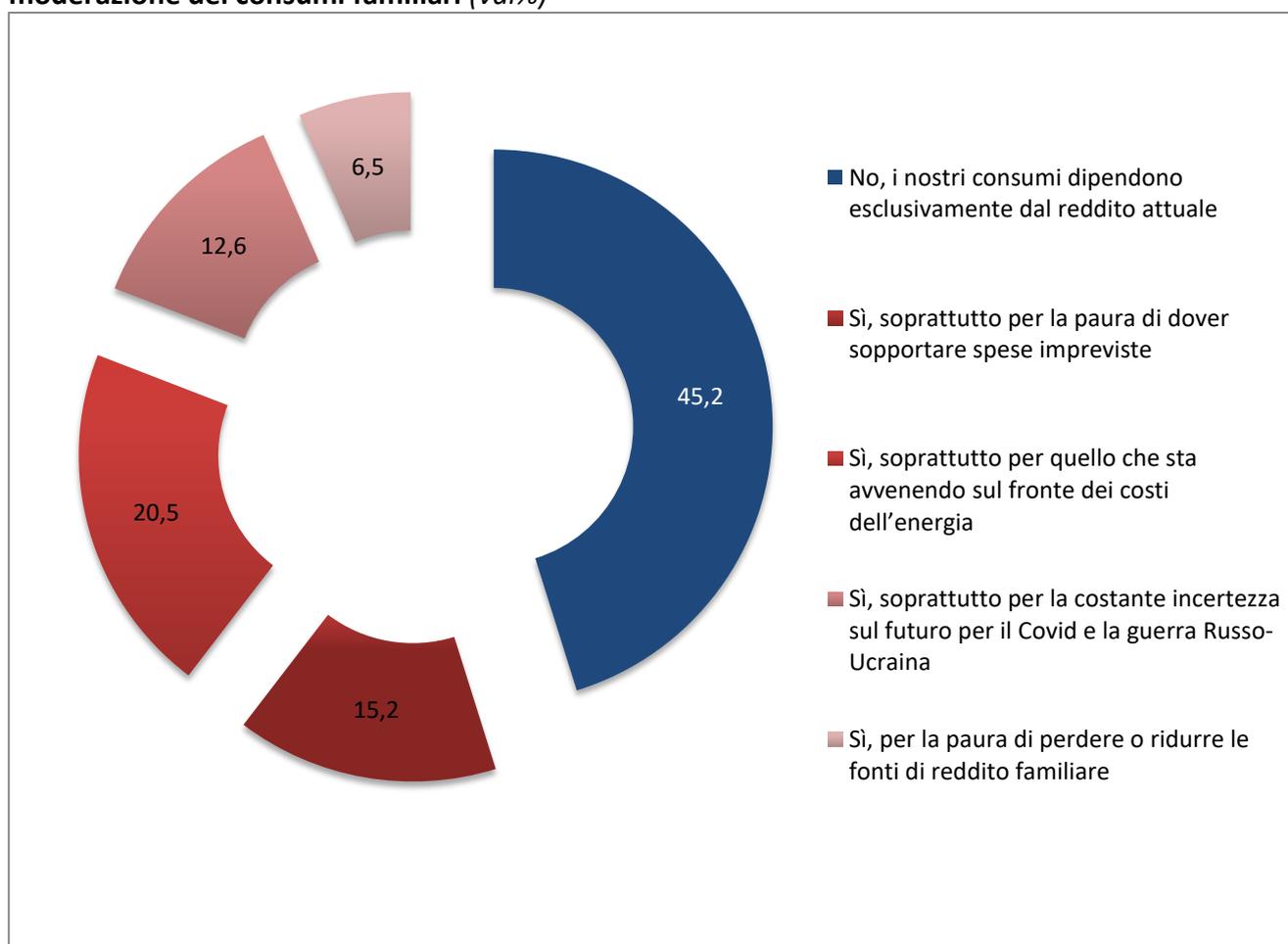
Fig. 12 – Principale preoccupazione per il futuro familiare e personale (val%)



Per poco meno della metà delle famiglie (45,2%) i consumi sono influenzati direttamente soltanto dalla situazione reddituale attuale (fig. 13).

Per la restante quota vi sono effettivamente 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. Per il 15,2% delle famiglie è la paura di dover sopportare imminenti spese impreviste a far diminuire la propensione al consumo e a far aumentare quella al risparmio. Il 12,6% delle famiglie indica come fattore in grado di determinare una diminuzione dei consumi la costante incertezza sul futuro causata dai grandi eventi internazionali, come una possibile recrudescenza della pandemia e la guerra in corso in Ucraina. Ultimo fattore, indicato dal 6,5% delle famiglie, è la paura di perdere o ridurre le fonti di reddito familiare.

Fig. 13 – 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%) temono un'ulteriore escalation del conflitto con il coinvolgimento attivo di altre nazioni oltre Russia e Ucraina (fig. 14). 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.

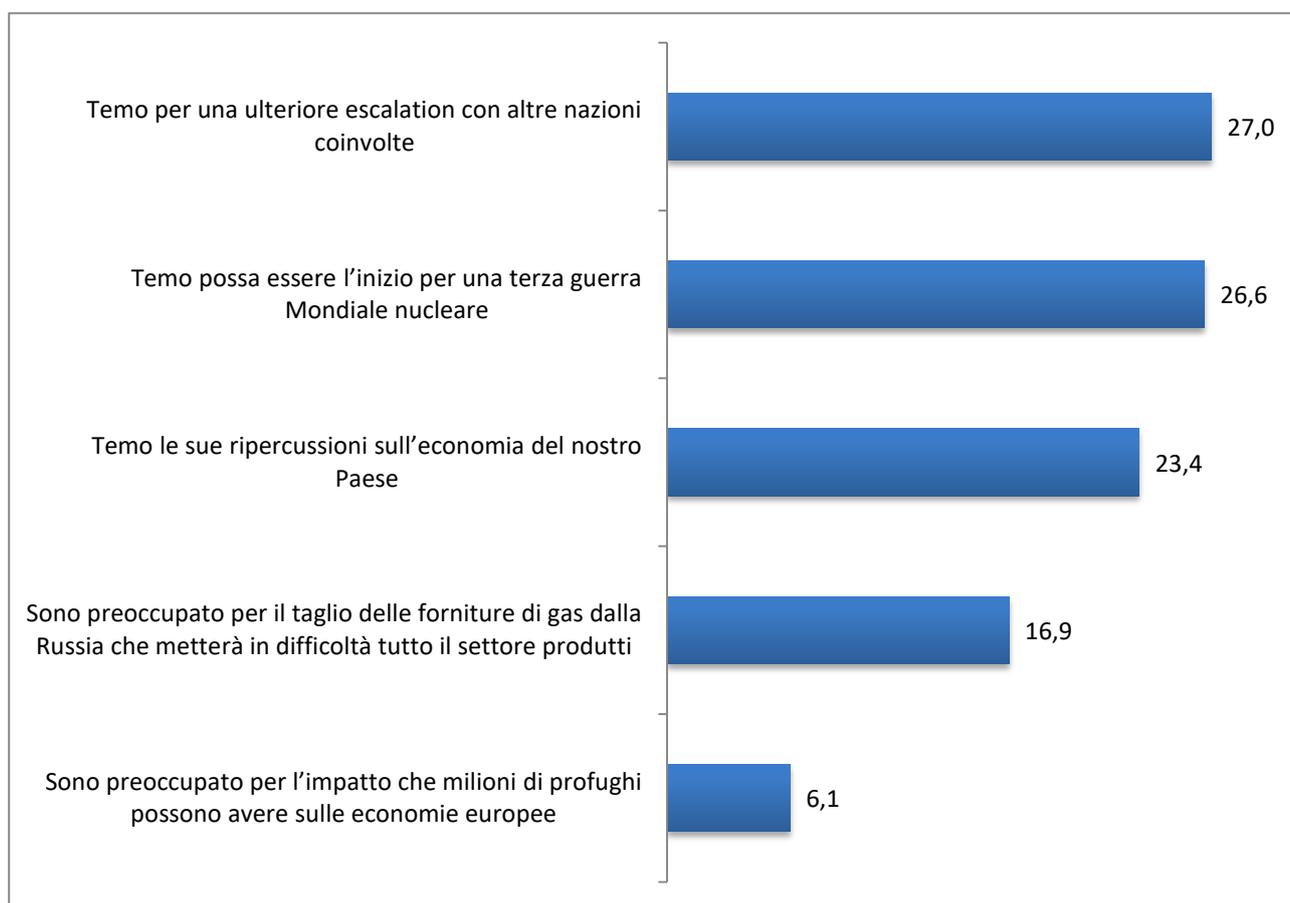
Di poco inferiore la porzione di famiglie che indicano come principale preoccupazione le ripercussioni economiche che il conflitto avrà sull'economia del nostro Paese (23,4%).

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%).

Anche in questo caso l'incertezza assoluta che domina queste prime fasi del conflitto fa convergere le preoccupazioni su possibili evoluzioni verso un allargamento ulteriore del conflitto.

Fig. 14 – 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%).