

Osservatorio GFK Eurisko – ING DIRECT

Famiglie e Risparmio: nel 2011 si consumerà meno e si risparmierà di più per proteggersi dagli imprevisti

- **Benessere finanziario delle famiglie: gli italiani si confermano timidamente ottimisti per il 2011.**
- **Attesa stabilità per le finanze personali, con un incremento, seppur lieve, della capacità di risparmio (+6%).**
- **Il consumo perde ulteriore *appeal* (-7%) rispetto al risparmio, che resta la parola d'ordine per 6 italiani su 10.**
- **Si risparmiano in media 170 € al mese. Il 7% degli italiani accantona più di 500 € al mese.**
- **Il Capodanno 2011 sarà *low cost*: la spesa media per le festività sarà di 330 €**
- **Commissioni bancarie: crescono consapevolezza e mobilità**

Milano, 3 gennaio 2011 – Un'Italia timidamente ottimista verso il proprio futuro finanziario e molto appagata dalla propria sfera personale. Un Paese nel quale risparmiare è importante, ma anche difficile, dove non ci si perde d'animo e ci si ingegna per accumulare il denaro necessario alle spese irrinunciabili. Un Paese che si prepara ad affrontare il nuovo anno con più cautela nei consumi e costruendosi un salvagente per le emergenze e per gli imprevisti. Un attento e intelligente equilibrio tra risparmio e qualità della vita che non risparmia coloro che il denaro lo devono gestire: le Banche.

E' quello che emerge dall'edizione invernale dell'Osservatorio su Risparmio e Famiglie di **ING DIRECT**, commissionato a GFK Eurisko, e condotta su un campione di 1.000 individui rappresentativi della popolazione italiana.

Dopo un 2010 che si chiuderà con una generale contrazione delle spese per i tradizionali regali di Natale, **il 2011 sarà ancora più del 2010 dedicato al risparmio**, che potrebbe guadagnare ulteriore *appeal* rispetto al consumo.

In presenza di aspettative stabili riguardo alle proprie finanze personali, **cresce ulteriormente l'attenzione alla "spesa intelligente"** (come risparmiare su elettricità e spesa, cambiare fornitori e *provider*, evitare le commissioni bancarie), la riduzione delle spese superflue e la disponibilità a effettuare piccole rinunce. Le prospettive sul 2011 ci dicono quindi che gli italiani consumeranno di meno e si tuteleranno ancora di più che in passato verso gli imprevisti e le spese inattese dell'anno nuovo.

FESTIVITÀ LOW COST: PER LE SPESE SI ATTINGE AL REDDITO, MENO AL RISPARMIO, SCARSO IL RICORSO ALL'INDEBITAMENTO (2%). – Per le festività si spende in media 330€ a

testa. La maggioranza degli italiani (i redditi bassi e quelli medi) spenderà in media 250€ e solo una piccola fetta di Italia (i redditi alti) spenderà 500€ e oltre. Rispetto allo scorso anno si registra qualche sforbiciata alle spese natalizie, che interessano *in primis* i regali (si riducono in numero e in importo in 8 casi su 10), seguiti dai cenoni (4 su 10 li limiteranno), dagli addobbi (tagliati in 3 casi su 10) e dalle vacanze, che sembrano resistere all'effetto crisi con tagli solo nel 20% dei casi.

Buona parte degli italiani (il 71%) pensa di fronteggiare le spese di questo periodo attingendo unicamente al proprio reddito. Mentre il 26% degli intervistati utilizzerà i risparmi accumulati nel corso dell'anno. Solo il 2% ricorrerà alla richiesta di prestiti e di finanziamenti.

2011: ATTESA STABILITA' PER LE CONDIZIONI ECONOMICHE DELLE FAMIGLIE – Nel 2011 le famiglie si aspettano stabilità per le proprie condizioni economiche e finanziarie, con un leggero ottimismo verso l'anno nuovo e verso la capacità di risparmio. **La maggioranza delle famiglie italiane non vede quindi un peggioramento economico, sia guardando all'anno appena trascorso, sia pensando al 2011.** Sono 6 su 10 infatti le famiglie che dicono di vivere una situazione uguale o anche migliore rispetto a un anno fa e 7 su 10 si aspettano condizioni stabili o migliori nell'arco del 2011. Soddisfazione per la situazione attuale e ottimismo per il futuro dipendono fortemente dalla condizione reddituale.

Situazione economica attuale		Situazione economica futura	
Meglio	4%	Meglio	8%
Uguale	57%	Uguale	59%
Peggio	39%	Peggio	33%

RISPARMIO: NEL 2011 ATTESA UNA CRESCITA DEL 6% – Crescono coloro che si aspettano di risparmiare di più nel 2011, passando dal 3% del periodo estivo al 9% di quello pre-natalizio. Cala invece, seppur minimamente, la difficoltà a risparmiare: difficile per 9 italiani su 10 a giugno, oggi lo è per 8 su 10.

	Giugno 2010	Dicembre 2010
Risparmierà di più	3%	9%
Risparmierà in ugual misura	63%	55%
Risparmierà di meno	34%	36%

SODDISFAZIONE PERSONALE: STABILE LA SFERA PERSONALE, SEGNI DI CEDIMENTI NELL'AREA ECONOMICA – Se la soddisfazione per la sfera personale si rivela stabile rispetto all'estate, con la grande maggioranza degli italiani appagati della famiglia, delle amicizie, del tempo libero e della sfera lavorativa, **crece leggermente l'insoddisfazione per i consumi, il reddito e la capacità di risparmio**. Complice probabilmente la stagionalità, fisiologicamente caratterizzata dalle maggiori spese natalizie, solo il 36% delle famiglie italiane è pienamente soddisfatto della propria capacità di consumo (rispetto al 40% dell'estate), il 30% lo è del proprio reddito (confrontato con il 34%) e il 23% dei propri risparmi (27% a giugno).

	Giugno 2010	Dicembre 2010
Soddisfazione sfera consumi	40%	36%
Soddisfazione sfera reddituale	34%	30%
Soddisfazione risparmi	27%	23%

CAPACITA' DI RISPARMIO: 6 FAMIGLIE SU 10 RIESCONO A RISPARMIARE IN MEDIA 170 € AL MESE. LA SPESA PERDE *APPEAL* – Risparmiare si conferma, nella percezione degli italiani, nel complesso difficile (per 8 su 10 è così), con maggiori difficoltà per i *target* con reddito contenuto. 6 italiani su 10 dichiarano di riuscire a risparmiare mensilmente accantonando piccoli importi, per una media complessiva di circa 170€. Solo il 7% risparmia più di 500 euro al mese, il 42% risparmia meno di 200 €.

In maniera ancora più marcata rispetto al recente passato, negli ultimi mesi dell'anno **lo spendere perde ulteriore *appeal* rispetto al risparmio (-7%)**. In un'Italia spaccata tra grandi risparmiatori e voglia di godersi la vita, il 60% ritiene fondamentale accantonare denaro e solo il 24% preferisce godere del denaro invece che risparmiare (il 7% in meno rispetto all'estate).

OBIETTIVI DI RISPARMIO: SICUREZZA, VACANZE, ISTRUZIONE DEI FIGLI, CASA – Se il **74% risparmia per il futuro e per proteggersi dagli imprevisti**, una buona parte di intervistati lo fa anche con l'obiettivo di godersi quel denaro attraverso l'impiego in progetti concreti e in particolare per vacanze, istruzione dei figli e per acquistare beni importanti come l'auto e gli elettrodomestici.

Risparmio per il futuro	74%
In caso di emergenza	57%
Avere una riserva di sicurezza	28%
Aiutare i familiari	10%

Avere una pensione	7%
Risparmio per “consumare”	49%
Vacanze	17%
Istruzione dei figli	13%
Acquistare beni importanti	8%
Pagare debiti	7%
Acquistare/ristrutturare casa	7%

STRATEGIE DI RISPARMIO – Cresce dunque la propensione al risparmio e per farlo si adottano strategie *contenitive* dei consumi, riducendo gli acquisti e le spese che non vengono considerate necessarie. Il 53% degli intervistati dichiara infatti di ridurre gli acquisti non necessari e quelli superflui. Si aspettano i saldi per fare acquisti nel 33% dei casi oppure si cerca di **risparmiare su energia elettrica e acqua (23%)**, prestando maggiore attenzione allo spegnimento delle luci, all’abbassamento della temperatura del riscaldamento, all’uso eccessivo dei condizionatori e dell’impianto idraulico. Il 18% degli intervistati è disposto a **tagliare su viaggi e vacanze**, mentre il 16% degli italiani riduce le spese per i regali.

Le strategie per riuscire a risparmiare?

Taglio delle spese superflue	53%
Acquistare durante i saldi	33%
Risparmiare energia elettrica e acqua	23%
Evitare cene al ristorante	23%
Passare il tempo libero in famiglia	21%
Non andare in vacanza/viaggiare di meno	18%
Acquistare nei punti vendita più economici	18%
Ridurre le spese per i regali	16%
Riparare i guasti domestici in autonomia	12%
Coltivare frutta e verdura	9%

Preparare a casa il pranzo da portare in ufficio

7%

CIBO, FIGLI E VACANZE LE SPESE IRRINUNCIABILI – Nella *top 10* delle spese irrinunciabili svettano al primo posto gli acquisti di **alimentari** di marca, di prodotti culinari di qualità o di semplici sfizi per il palato (nel 20% dei casi), seguiti dalle **spese per i figli** che includono non solo gli indispensabili asili nido o *baby-sitter*, ma anche abbigliamento e accessori (per il 16% degli intervistati), dalle **vacanze** e dalle ormai onnipresenti **cure-termali e di estetica** (14%).

Non rinuncerei mai a...

Cibo di marca e sfizi culinari	20%
Spese per i figli	16%
Piccoli lussi	14%
Viaggi e vacanze	14%
Moda/abbigliamento	12%
Cene al ristorante e feste	11%
Auto/moto	8%

L'ALLOCAZIONE DEL RISPARMIO – In questo particolare momento dell'anno il 71% degli italiani preferisce lasciare i risparmi sul conto corrente. In lieve contrazione rispetto all'estate la propensione a spostarli su prodotti di gestione del risparmio (dal 28% al 21%).

BANCHE: PIU' CONSAPEVOLEZZA SU COSTI E COMMISSIONI – In un'Italia sempre più oculata nella spesa crescono seppur lievemente l'attenzione e la consapevolezza riguardo alle spese e alle commissioni bancarie. Guadagna infatti terreno la conoscenza dell'ISC, l'Indicatore Sintetico di Costo voluto da Banca d'Italia per confrontare su base omogenea i conti correnti bancari. Tale notorietà è prevalentemente frutto di autoinformazione, anche se qualche lieve segnale di *education* si intravede sul fronte delle banche. Il 39% degli intervistati dichiara infatti di essere venuto a conoscenza dell'Indice Sintetico di Costo del conto corrente attraverso la propria banca, il 19% grazie a parenti e amici, il 17% ne ha letto sui giornali e il 3% su *internet*.

E chi trova poco conveniente la banca sotto casa non esita a dichiararsi pronto a cambiare istituto: circa 1.200.000 italiani si dichiarano intenzionati a cambiare la propria banca nel prossimo anno. Di questi 300.000 opereranno per le offerte *online*.

*NOTA METODOLOGICA - La ricerca ha la seguente struttura metodologica. **Universo:** bancarizzati over 18 anni. **Campione intervistato:** 1.003 interviste rappresentative della popolazione italiana bancarizzata (pari a circa 39 milioni di individui). **Periodo di rilevazione:** dal 22 al 30 novembre 2010. **Lo strumento di rilevazione** utilizzato è stato un questionario prevalentemente strutturato messo a punto con la collaborazione del committente e somministrato con interviste personali e domiciliari (**CAPI**) utilizzando il **servizio SinOmnibus**, l'omnibus CAPI di GfK Eurisko. **In fase di elaborazione** i dati della ricerca sono stati bilanciati al fine di renderli rappresentativi dell'universo studiato; l'elaborazione dei dati è stata eseguita interamente dall'EDP di **GfK Eurisko**, utilizzando tecniche statistiche di tipo bivariato (tavole a doppia entrata) e analisi multivariate (indicizzazione e cluster analysis). **L'errore statistico:** sul totale intervistati - 1.003 casi campionati - con affidabilità al 95% (calcolata su una percentuale del 50) è pari a +/- 3%.*

Esclusivamente per informazioni stampa:

Silvia Colombo, Head of Pr & Communication ING DIRECT Italia, tel. 02552261 silvia.colombo@ingdirect.it

Sara Cassina, Pr & Communication Specialist ING DIRECT Italia, tel. 02552261 sara.cassina@ingdirect.it

Elisa Pavan, Pr & Communication Specialist ING DIRECT Italia, tel. 02552261 elisa.pavan@ingdirect.it