

I'Osservatorio mensile

Clima di fiducia
e intenzioni di acquisto
degli italiani.

Indagine febbraio 2012

Dati rilevati nel mese di gennaio 2012



L' Osservatorio Mensile Findomestic si rinnova da questo mese

Indagine condotta in collaborazione con IPSOS

Nuovi contenuti:

Scenario economico (dati e tendenze)

La domanda del mese

(opinioni e tendenze dei consumatori su temi di attualità).

**Un italiano su cinque non chiede lo scontrino.
E uno su tre non se l'è visto rilasciare, negli ultimi 12 mesi.
E, ancora, il 26% degli intervistati dall'Osservatorio
Findomestic di febbraio ritiene che il fenomeno è destinato
inevitabilmente ad aumentare.
Un pessimismo che si riflette anche sulla percezione della
situazione economica e sociale del Paese:
il grado di soddisfazione è tornato ai minimi storici: 3,5 punti.
Anche per questo, forse, aumenta il risparmio.
A gennaio il 10% degli Italiani si dice pronta a incrementare la
propria quota, contro il 7 del dicembre scorso.**

L'Osservatorio Findomestic segnala che la fiducia del Paese nei confronti della situazione economica, politica e sociale torna ai minimi storici. Il dato rilevato in gennaio è pari a 3,5 punti, su una scala che va da 1 a 10 e che ha in 7 la soglia positiva minima. Il 70% degli intervistati si dichiara insoddisfatto della situazione generale. In particolare, a preoccupare più di tutto le famiglie italiane è il dato pesantissimo sulla disoccupazione giovanile, che tocca quota 31%. I più sfiduciati sono gli abitanti del Nord-Est. Sud e Isole e Centro, invece, riportano un sentiment meno negativo, anche se ben inferiore ai 4 punti. E l'approccio non cambia di fronte al tema che più di tutti in queste settimane ha tenuto banco: l'evasione fiscale. Nonostante

l'attenzione dell'opinione pubblica sia ai massimi livelli e nonostante tre italiani su quattro abbiano la consapevolezza che si tratta di un problema molto grave della nostra economia. Infatti, il 21% degli intervistati dichiara di non richiedere mai lo scontrino quando l'esercente non lo fornisce (con un dato che nella fascia compresa tra i 18 e i 34 anni tocca il 26%, e che nel Nordest e al Centro Italia raggiunge il 25%). E il 30% afferma che, negli ultimi 12 mesi, quando si è rivolto ad un professionista, non si è visto rilasciare la fattura (con un picco del 41% al Sud e nelle Isole).

Può essere dettato da tutte queste ragioni l'aumento della propensione al risparmio a 12 mesi. Il 10% degli intervistati si è detto pronto ad incrementare il denaro che vuole mettere da parte. A dicembre questo dato era inferiore di 3 punti percentuali.

In termini generali, i problemi occupazionali e la caduta del potere d'acquisto delle famiglie evidenziano che in Italia c'è anche un rilevante problema di domanda interna, senza la soluzione del quale è difficile ipotizzare una ripresa in tempi brevi.

Previsioni di acquisto a tre mesi

Da gennaio 2012 l'Osservatorio Findomestic è realizzato con la collaborazione di IPSOS. Si suggerisce di tenerne conto, nella lettura

dei trend di questo mese, dell'allargamento della fascia di età del campione (da 25-54 a 18-64 anni) e di un nuovo metodo di rilevazione (da telefonico a web) che influiscono sulla confrontabilità con i mesi precedenti.

Elettrodomestici: aumentano sia per i bruni che per i bianchi e i piccoli. E cresce anche l'importo medio.

Salgono al 19% quanti si dicono pronti, nei prossimi tre mesi, a comperare un piccolo elettrodomestico. E arrivano rispettivamente al 9 e al 10% del totale del campione coloro che si preparano ad acquistare un elettrodomestico bruno ed uno bianco. A dicembre, questi dati erano inferiori in media di un buon 20%. In termini di spesa media prevista, per i bruni la cifra di riferimento è di 730 €; 654 € e 175 €, invece, per i bianchi e per i piccoli. Non si tratta dei dati più elevati degli ultimi 12 mesi, l'inversione di tendenza rispetto a dicembre è netta.

Elettronica di consumo: propensione all'acquisto in crescita per tv, telefonini e articoli informatici.

Il 13% degli Italiani si dicono pronti, di qui a tre mesi, ad acquistare un prodotto elettronico, come una tv, un pc o uno smartphone. A dicembre, la quota di quanti si dichiaravano propensi ad un acquisto di questo genere era inferiore al 10%. Cresce pure la spesa media prevista. Per un computer si è passati dai 372 € medi preventivati alla fine del 2011 agli attuali 560.

Auto e moto: lieve miglioramento per il comparto, anche se le rilevazioni restano ai minimi.

Dopo aver toccato i livelli più bassi di sempre alla fine dello scorso anno, la propensione all'acquisto di auto e moto in gennaio sono risalite, seppure mantenendosi su riscontri molto bassi. Rispettivamente, ogni 100 consumatori, mediamente non più di 3, di 2 e di 1,5, si dicono interessati a comprare un'auto nuova, una usata o una moto\scooter.

Casa e arredamento: risalgono le previsioni per l'acquisto di mobili e complementi d'arredo.

Ma il mercato immobiliare resta stabile

Tra dicembre e gennaio passano dal 2,5 a più del 10% coloro i quali si dicono pronti, nel giro di tre mesi, a comprare mobili e complementi d'arredo. Le previsioni di acquisto di abitazioni nuove risalgono anch'esse, seppure non più del 5% degli Italiani si dicano intenzionati a fare un investimento del genere.

Tempo libero: cresce la voglia di vacanze. E aumentano anche gli acquisti di abbigliamento sportivo.

Risale oltre 20%, dopo la flessione dell'ultimo trimestre 2011, la quota di quanti sono pronti, nei prossimi tre mesi, a partire per una vacanza. Segno più anche per il numero di quanti si preparano a comprare abbigliamento od attrezzature sportive e prodotti per il fai-da-te.

Alcuni dati di scenario

approfondimenti a fine documento

Key points: lo Scenario

L'OCSE prevede che l'Italia nel 2012 andrà incontro a una **nuova recessione** (-0,5% sul 2011);

Anche la **produzione industriale** – volume fisico della produzione effettuata dall'industria in senso stretto (con esclusione delle costruzioni) – dopo la ripresa dell'inizio 2011, presenta dati negativi (sino a novembre 2011).

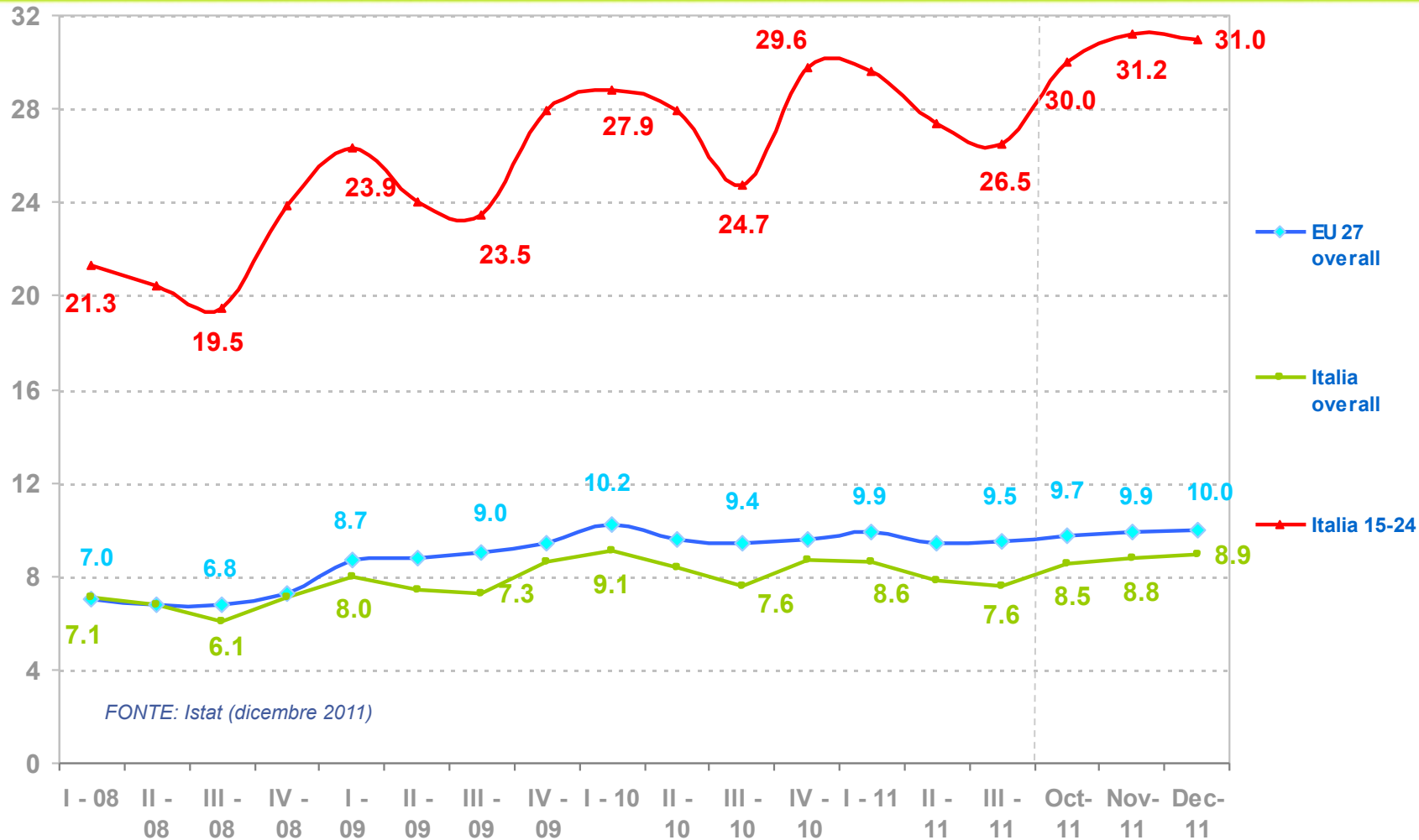
Cresce il **tasso di disoccupazione** della popolazione di 15 anni e più, arrivando all'8.9% nel mese di dicembre 2011;

Un altro elemento di grossa instabilità per imprese e famiglie è **l'inflazione**: in particolare, se consideriamo il periodo che va da dicembre del 2010 a dicembre del 2011, vediamo che l'inflazione è stata addirittura del 3.3%; se l'inflazione cresce più che proporzionalmente dei salari, ovviamente si contrae il potere d'acquisto delle famiglie: le retribuzioni contrattuali orarie a dicembre salgono appena dell'1,4% su base annua e restano ferme rispetto a novembre, intanto i prezzi si mantengono su livelli alti (come detto più 3,3%); ecco che la forbice tra stipendi e prezzi si allarga fino a raggiungere la distanza maggiore dall'agosto del 1995.

Anche il **risparmio** e la **domanda di prestiti** sono variabili che vengono intaccate dalla difficile congiuntura.

*I problemi occupazionali e la caduta del **potere d'acquisto** delle famiglie evidenziano che in Italia c'è anche un rilevante problema di domanda interna, senza la soluzione del quale è **difficile** ipotizzare una **ripresa in tempi brevi**.*

Disoccupazione in crescita, drammatica quella giovanile

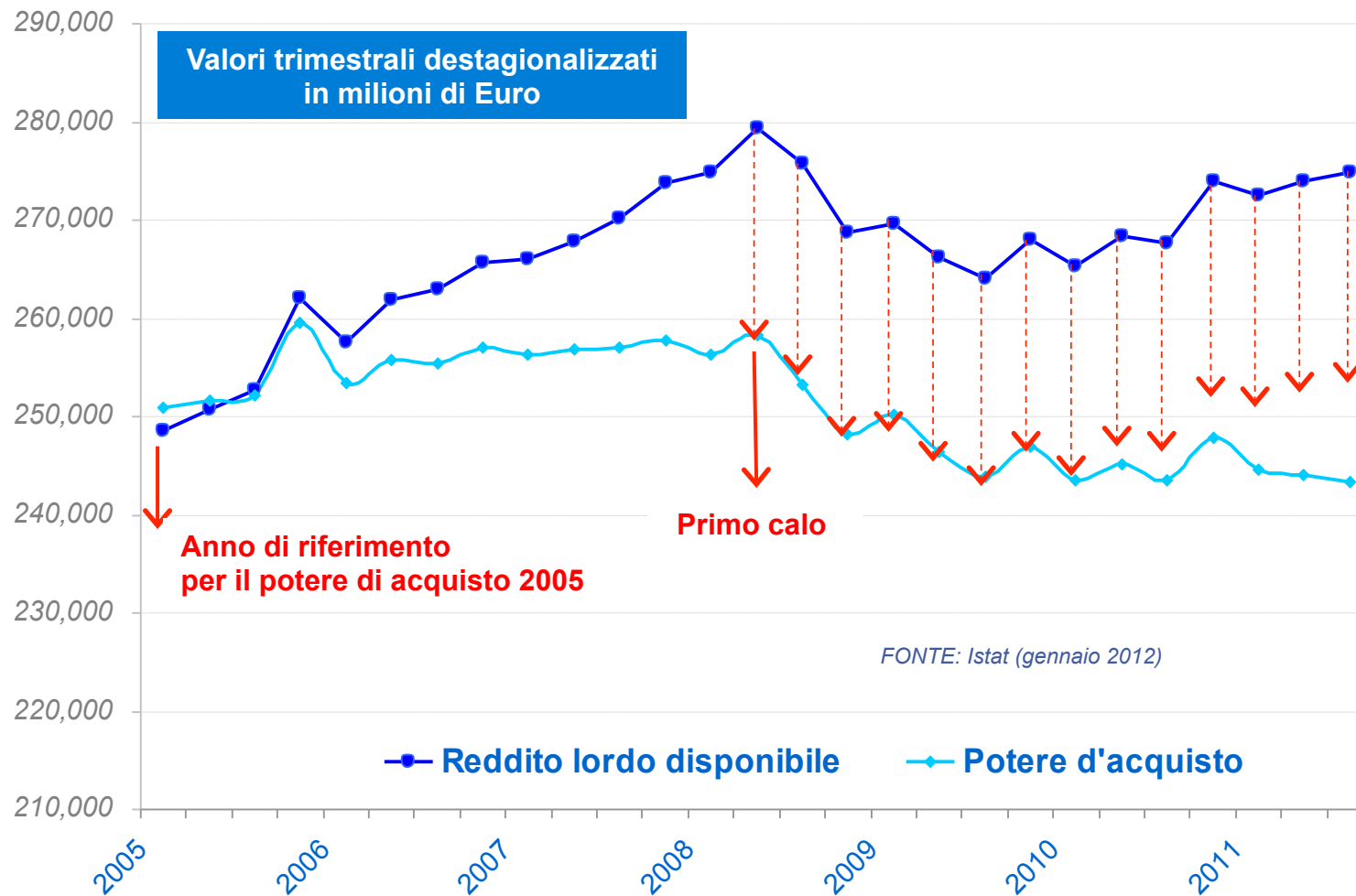


✓ *Andamento del tasso di disoccupazione trimestrale + ultimi dati mensili (da ottobre 2011)*

✓ *Rapporto tra persone in cerca di occupazione e il totale di persone occupate e in cerca di occupazione*

✓ *Campione: popolazione 15 anni e più*

La contrazione del potere d'acquisto delle famiglie, pur con reddito lordo in ripresa



* Il potere di acquisto è il reddito lordo disponibile delle famiglie in termini reali, ottenuto utilizzando il deflatore della spesa per consumi finali (valori concatenati con anno di riferimento 2005)

Il sentiment

Key Points: il Sentiment

La situazione economica, politica e sociale italiana continua a preoccupare i cittadini: dopo la leggera ripresa del livello di soddisfazione coincidente con la nomina del governo Monti registrata tra novembre e la prima parte di dicembre, il trend a gennaio 2012 sembra avere invertito nuovamente la propria direzione (voto medio: 3.5): appaiono evidenti le ripercussioni che la manovra “salva Italia” ha avuto sul sentiment della popolazione; il rigore imposto è compreso e quindi in generale accettato, ma al contempo preoccupa i cittadini contraendo ulteriormente le aspettative personali; non si registrano ancora effetti positivi sull’opinione pubblica delle prime azioni di politica economica a favore della crescita, la benevolenza è ancora astratta e legata al prestigio del governo; ad oggi gli insoddisfatti sulla situazione italiana – ossia coloro che hanno dato un voto compreso tra 1 e 4 – sono ben il 70% degli intervistati.

Considerando i dati medi su base annua del livello di soddisfazione, emerge con chiarezza il trend negativo di tale indice sintetico, che si è evoluto parallelamente all’evolversi dei fatti economici e al precipitare della crisi.

L’analisi puntuale per area geografica e per titolo di studio della soddisfazione dei 18-64enni italiani sembra mostrare che nell’ultimo periodo il malumore sia relativo più di tutti ai residenti nel Nord Est (in cui la crisi ha colpito il tessuto produttivo fatto di imprese medio-piccole) e a coloro che hanno un titolo di studio basso e quindi con minori protezioni davanti alla recessione in atto.

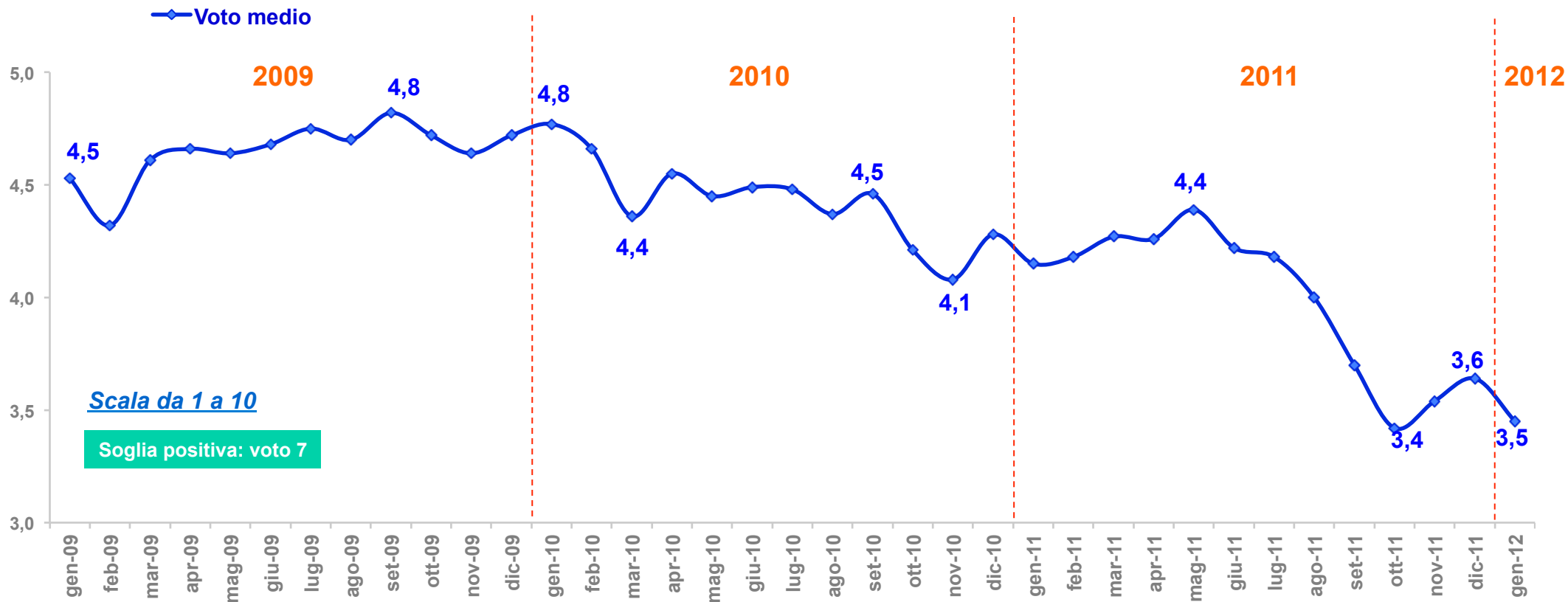
Le previsioni circa il futuro prossimo della situazione italiana mostrano la nuova caduta degli ottimisti – ossia di coloro che pensano che la congiuntura migliorerà nei prossimi 12 mesi – dopo l’iniziale ripresa sollecitata dal cambio della classe dirigente e dalla fine di un’epoca politica: anche in questo caso sono evidenti le conseguenze delle manovre economico-finanziarie su stato d’animo e aspettative.

Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana

In che misura lei è soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica e sociale)?

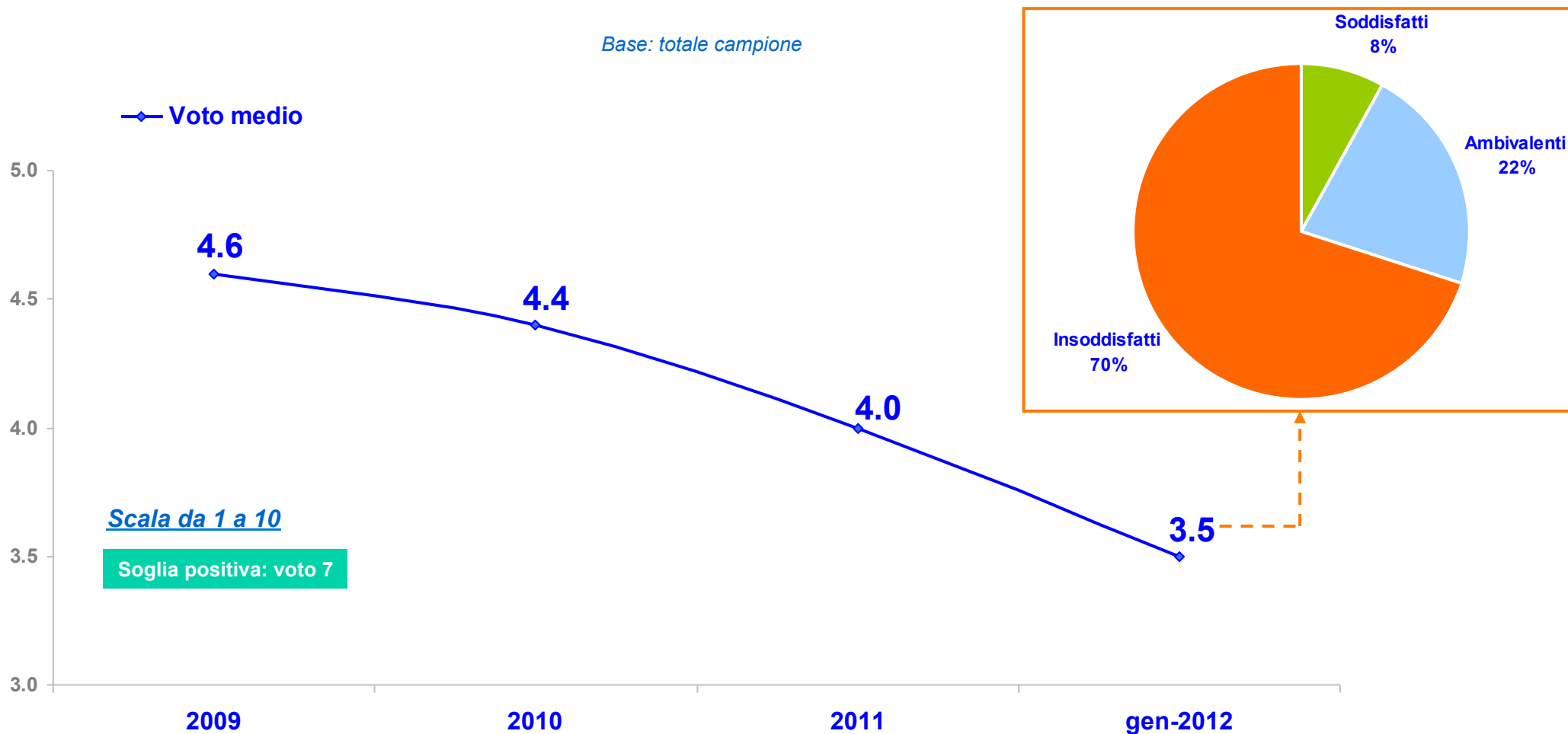
La Fiducia

Base: totale campione (500)



Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana

In che misura lei è soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica e sociale)?

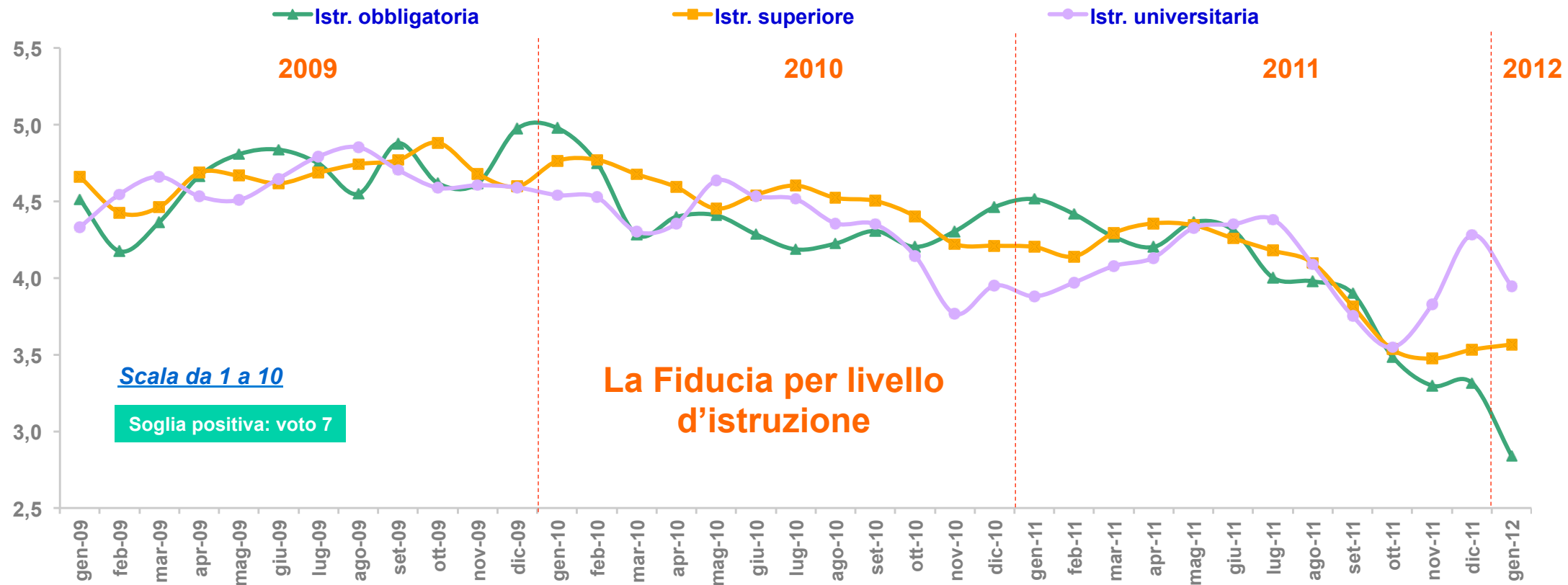


Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana

Analisi per livelli di istruzione (voti medi)

Base: totale campione

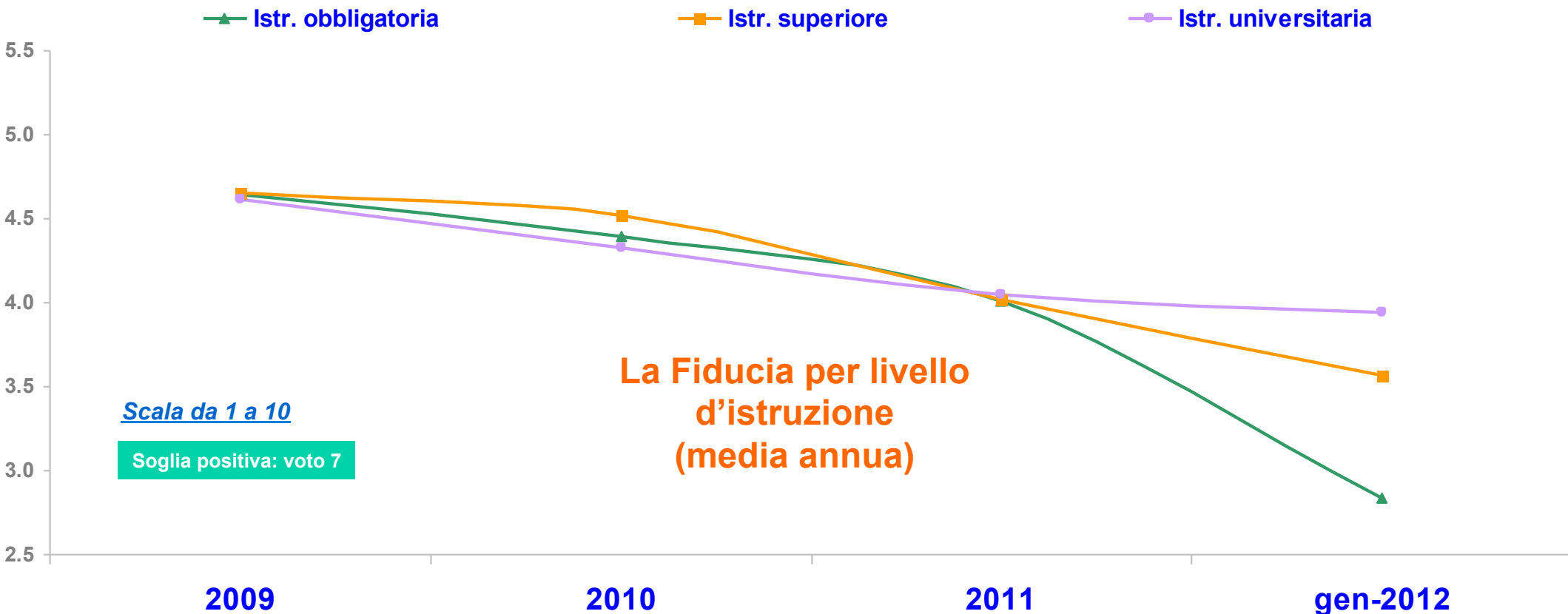
Dato rolling



Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana

Analisi per livelli di istruzione (voti medi)

Base: totale campione

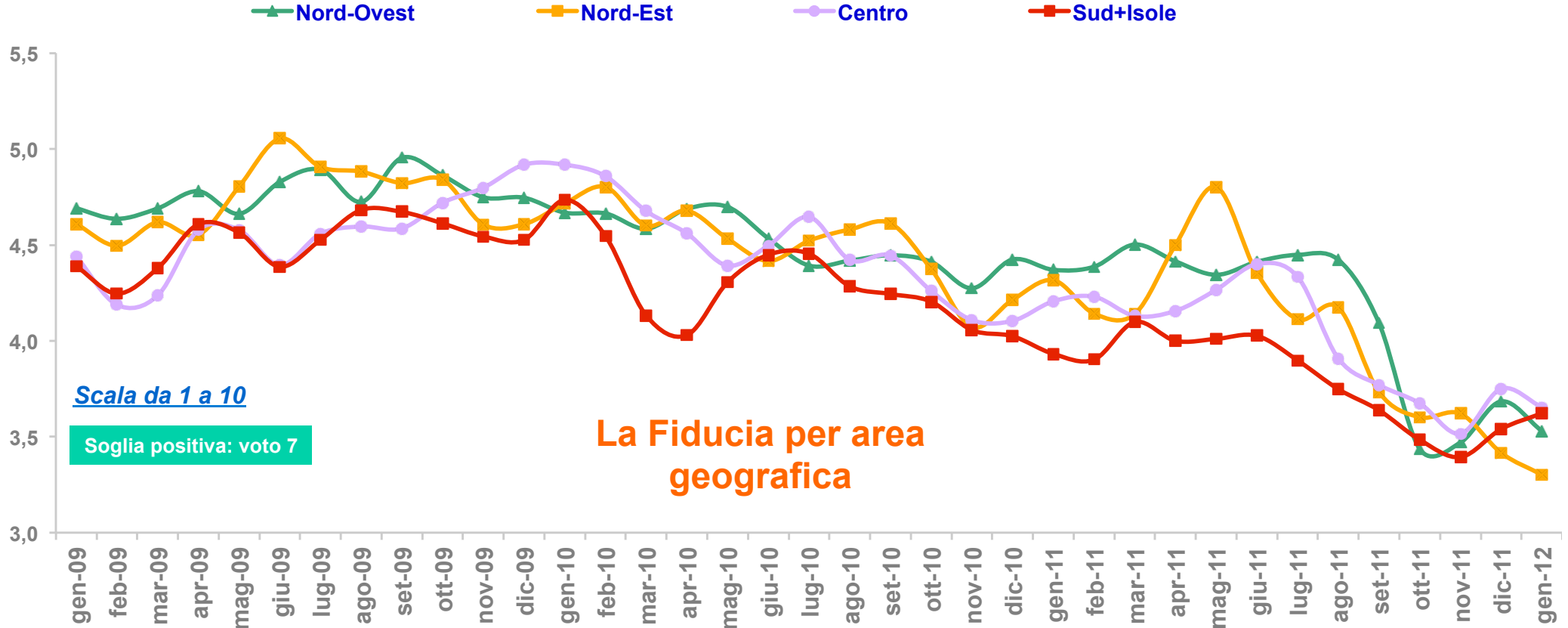


Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana

Analisi per area geografica (voti medi)

Base: totale campione

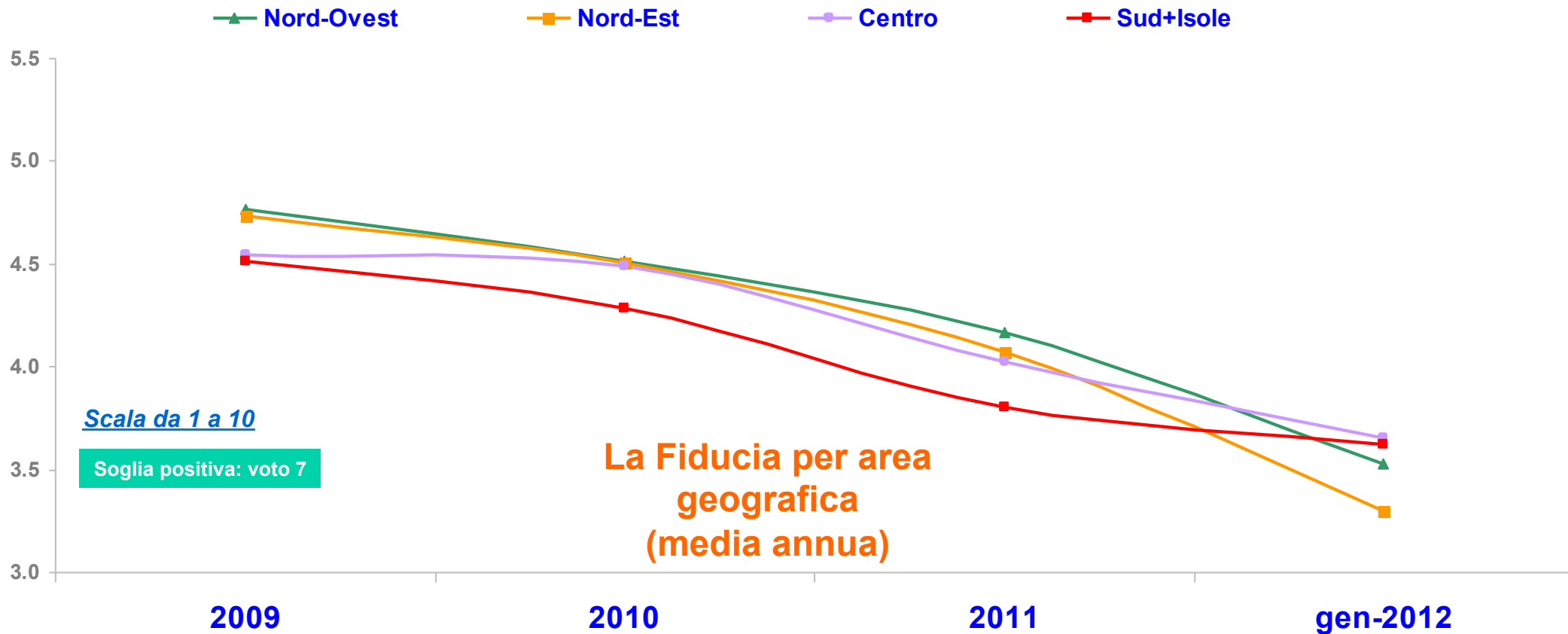
Dato rolling



Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana

Analisi per area geografica (voti medi)

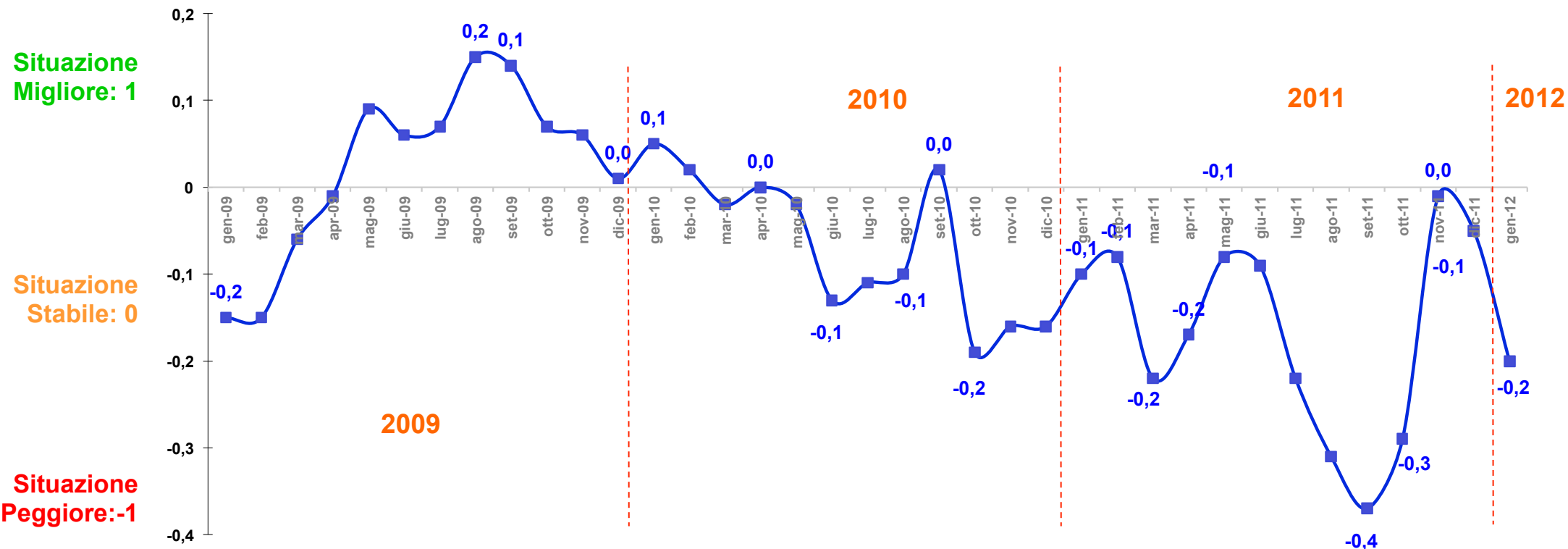
Base: totale campione



Le previsioni sulla situazione italiana a 12 mesi

Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi, la situazione italiana, nel suo complesso sarà migliore o peggiore?

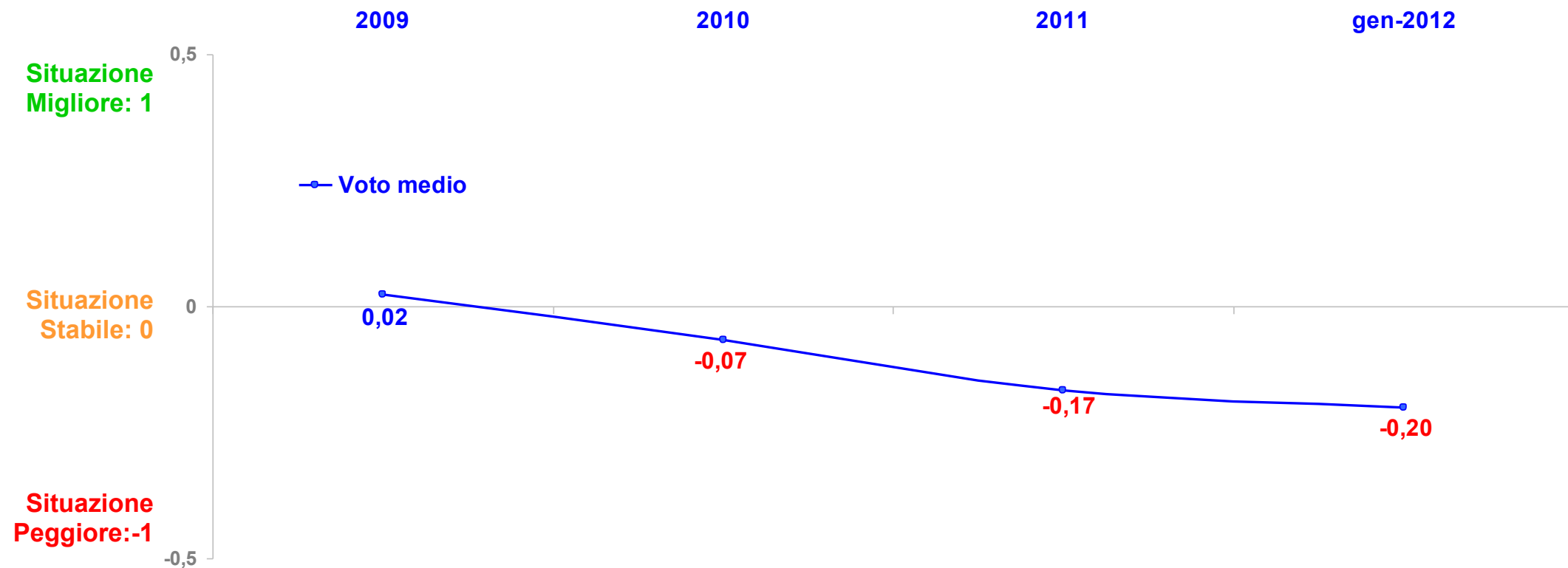
Base: totale campione (500)



Le previsioni sulla situazione italiana a 12 mesi

Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi, la situazione italiana, nel suo complesso sarà migliore o peggiore?

Base: totale campione

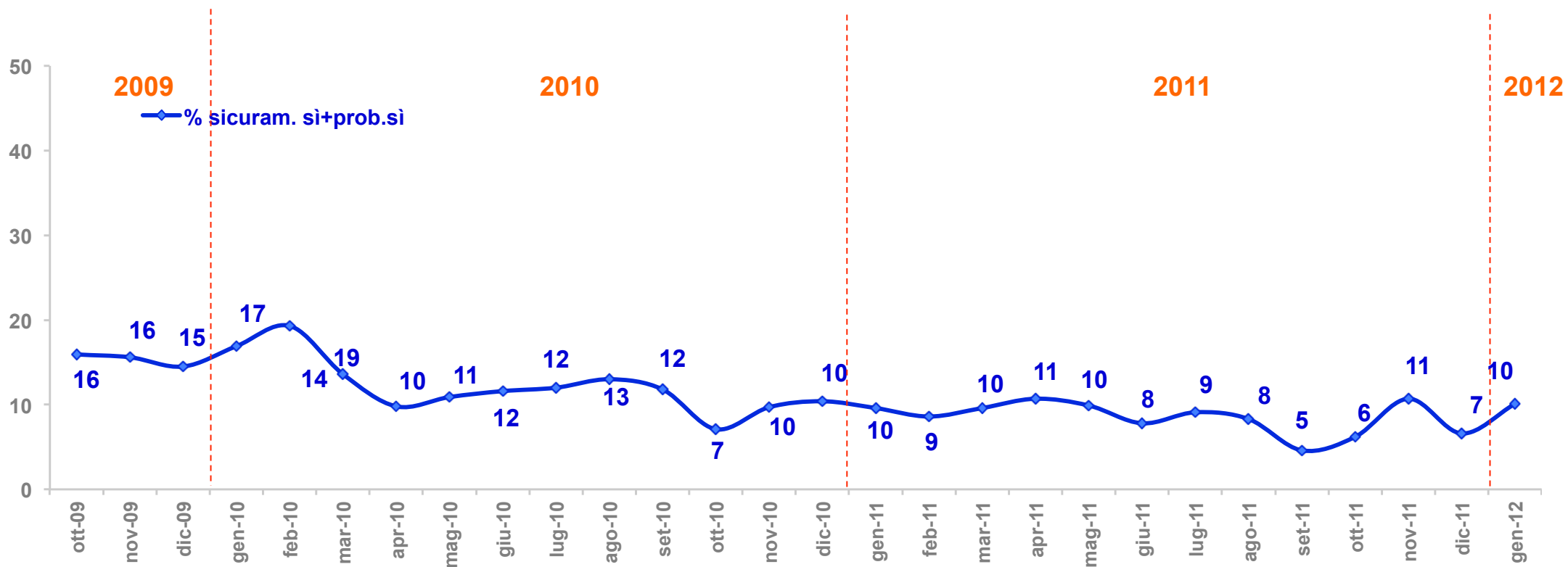


La propensione personale all'aumento del risparmio a 12 mesi

Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi lei aumenterà l'importo di denaro che riesce a mettere da parte personalmente come risparmio? (da ottobre 2009)

Valori %

Base: totale campione (500)



Il tempo libero

Key Points: il Tempo Libero

Una prima analisi delle intenzioni di acquisto a 3 mesi di viaggi e vacanze e di altri beni per il tempo libero - attrezzature e abbigliamento sportivi e fai da te - sembra evidenziare un fenomeno nuovo:

- Se nel 2009 e nel 2010, coloro che prevedevano di sostenere delle spese per il proprio piacere iniziavano a crescere nei mesi antecedenti il Natale e le altre feste invernali, tra la fine del 2011 e l'inizio del 2012 il trend sembra slittare in avanti di alcuni giorni, a conferma del pessimo andamento dei consumi registrato nel dicembre del 2011 e della 'necessità' di effettuare molti degli acquisti in periodo di saldi, in particolare per i viaggi e le vacanze
- Il "picco" registrato nel gennaio 2012 in ogni caso è inferiore a quello registrato nel dicembre 2010 e nel dicembre 2009, a testimonianza che se uno spostamento c'è stato da dicembre a gennaio, questo ha contenuto – ma non compensato – la riduzione.
- Attrezzature e articoli sportivi appaiono più statici, sia nella contrazione natalizia, sia nel recupero successivo
- Tale tendenza dovrà essere confermata nei mesi a venire, verificando nello specifico i comportanti nei singoli mesi.

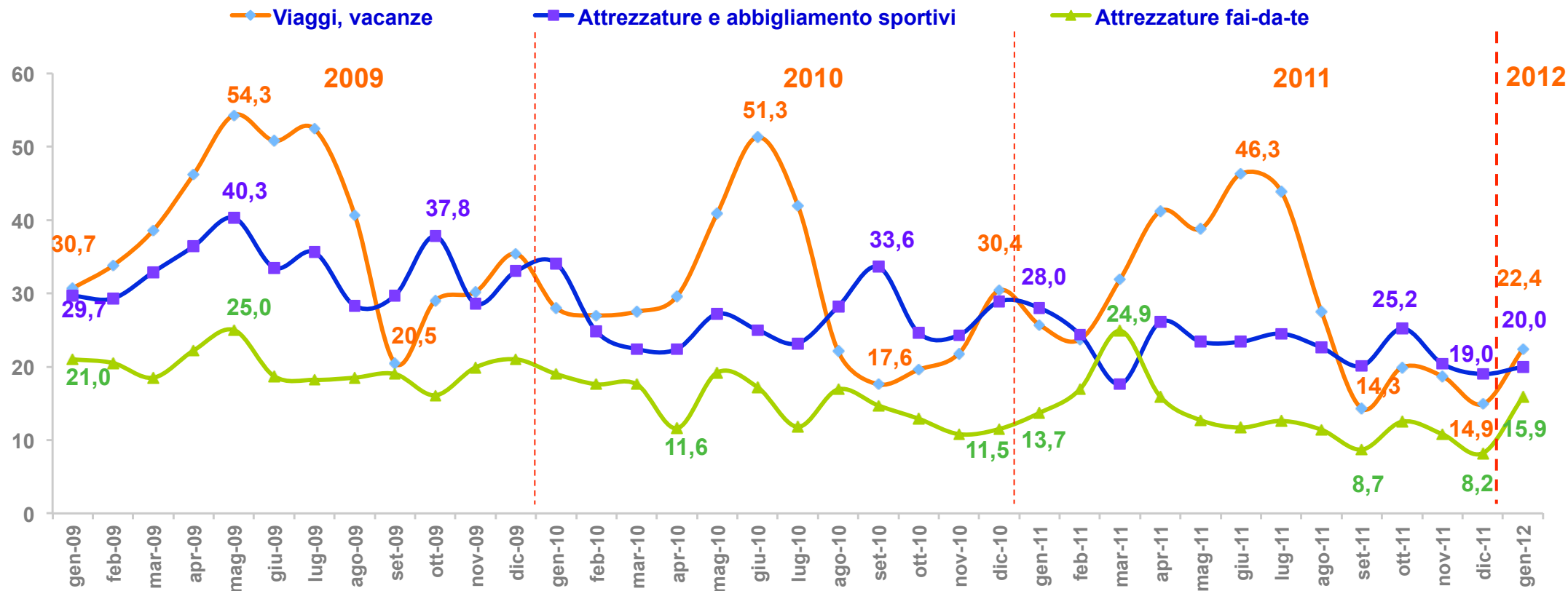
Quanti prevedono di sostenere delle spese per il TEMPO LIBERO nei prossimi tre mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto
"sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione
Gennaio 2012: dato rolling



Gli elettrodomestici

Key Points: gli Elettrodomestici

Per quanto riguarda gli acquisti di elettrodomestici effettuati il mese precedente - ossia a dicembre 2011 (le interviste di questa wave sono state realizzate a gennaio 2012) - la crescita dei trend è collegata al Natale recentemente trascorso:

- in primis sono stati acquistati piccoli elettrodomestici, che paiono esser riusciti ad entrare negli acquisti di un buon numero di Italiani, forse a compensare la riduzione di spese più impegnative; al tempo spesso testimonia il trend di maggiore focalizzazione delle famiglie italiane sulla casa e sul domestico come luogo centrale della propria vita (con la conseguente contrazione del “fuori casa”)
- sono cresciuti gli elettrodomestici bruni quali TV e Hi-Fi, ma con un risultato al di sotto di quello registrato nel 2010
- infine elettrodomestici bianchi denotano un andamento meno elastico e maggiormente coerente con quello del 2010 e del 2009
- in generale i suddetti incrementi seguono gli andamenti già registrati in altri anni nello stesso periodo; non si ipotizza un forte decremento degli acquisti nei prossimi mesi

I saldi di gennaio paiono aver impattato in modo abbastanza evidente sui prezzi dei bianchi, marginalmente su quelli degli altri prodotti (ove magari hanno consentito di comprare un prodotto di gamma più alta, mantenendo la spesa al livello previsto).

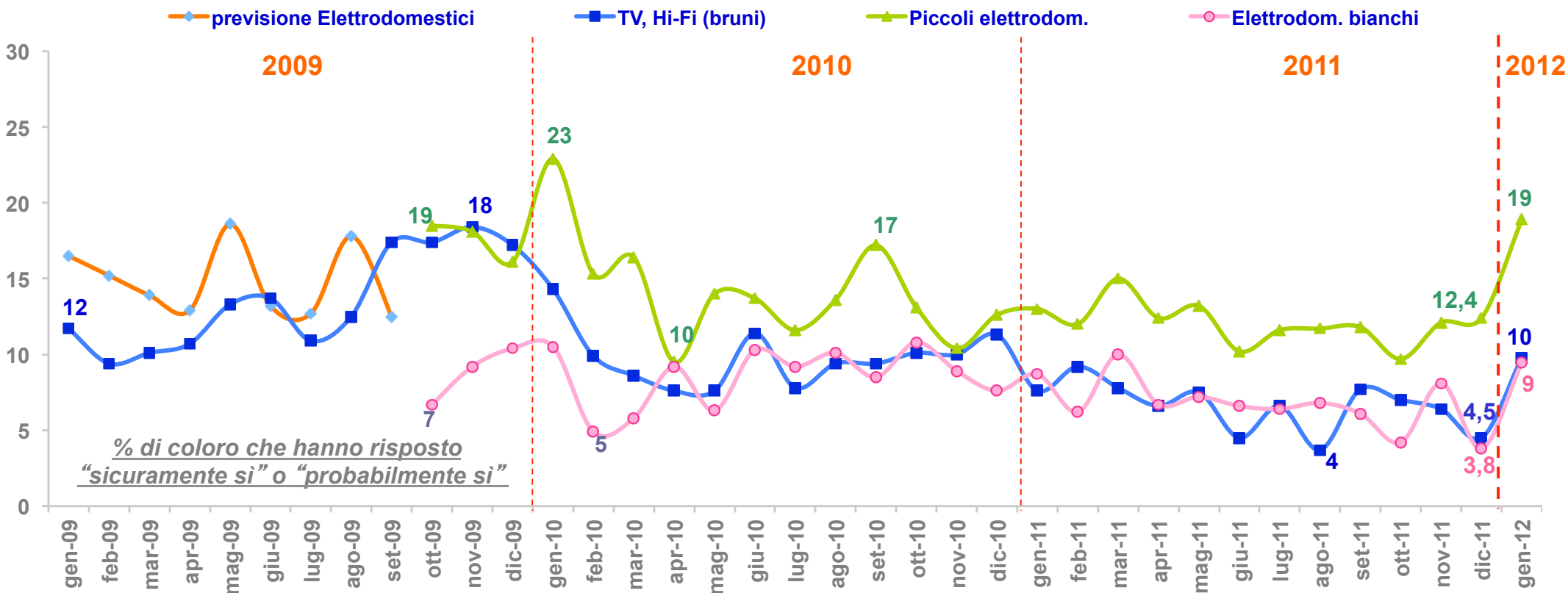
La principale ragione per cui si è deciso di effettuare l'acquisto di una o più delle tipologie di elettrodomestici è la rottura di quelli già posseduti: tale motivazione è relativa in particolare agli elettrodomestici bianchi e a quelli piccoli, mentre per quanto riguarda quelli bruni (TV, Hi-Fi), si rilevano anche ragioni attinenti all'obsolescenza del bene (che può prescindere dall'impossibilità di un suo utilizzo).

Quanti prevedono di acquistare ELETTRODOMESTICI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

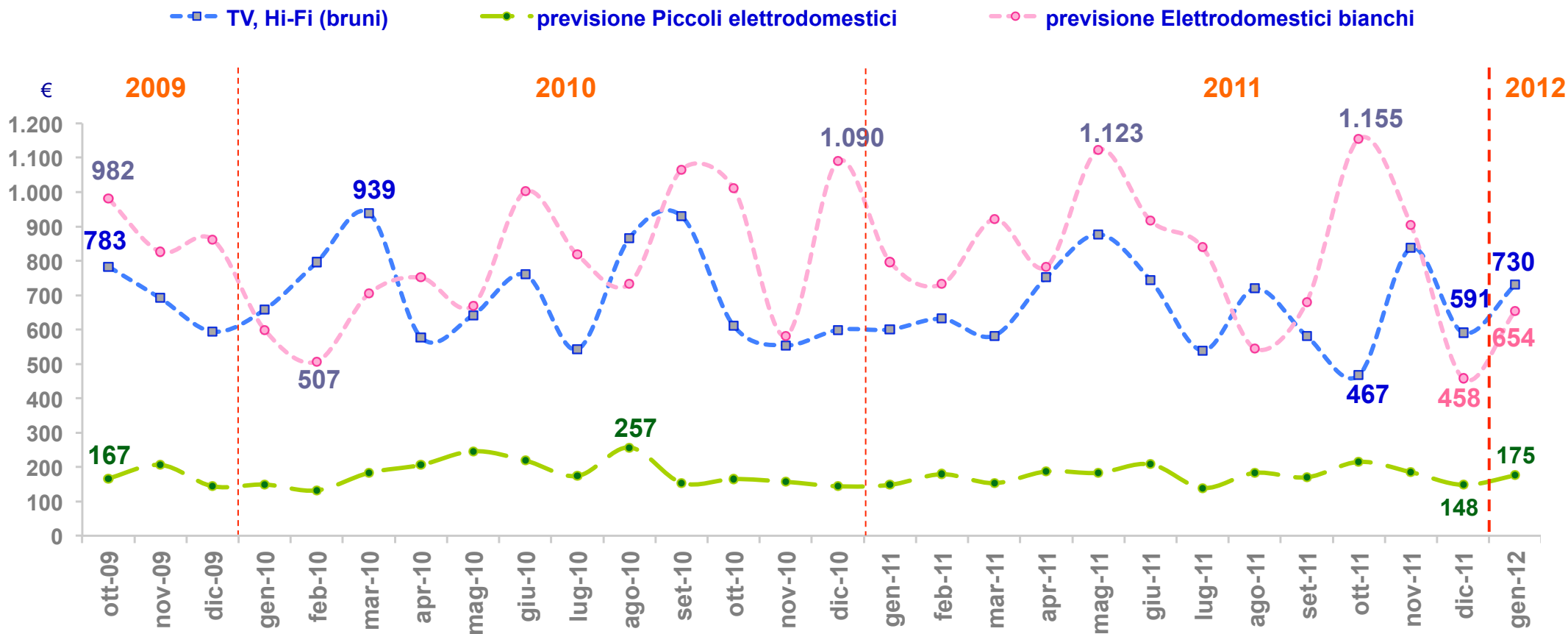
Base: totale campione
Gennaio 2012: dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per gli ELETTRODOMESTICI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene
Gennaio 2012: dato rolling



L' elettronica

Key Points: I' Elettronica

Per quanto riguarda gli acquisti di elettronica effettuati il mese precedente – ossia a dicembre 2011 (le interviste di questa wave sono state realizzate a gennaio 2012) – la crescita dei trend molto forte è collegata al Natale recentemente trascorso.

In primis è stata acquistata telefonia, quindi pc e altri accessori; i suddetti incrementi seguono gli andamenti già registrati in altri anni nello stesso arco temporale, anche se dobbiamo distinguere due situazioni:

- nel corso dei tre anni, tutti i prodotti hanno mediamente perso
- c'è un recupero nel Natale di PC e accessori ma, nonostante l'effetto tablet, questo mercato registra “picchi” in contrazione, e la spesa è altamente variabile
- la telefonia, pur subendo un *plafonamento* lungo il corso dei 3 anni, presenta dei “picchi” sostanzialmente stabili nella magnitudine, e con spese relativamente allineate

Le principali ragioni per cui si è deciso di effettuare l'acquisto di uno o più strumento di elettronica è la rottura di quelli già posseduti, quindi la volontà di fare un regalo e infine l'obsolescenza del bene posseduto.

I pc e gli accessori vengono acquistati per colmare una mancanza e soddisfare un bisogno emergente.

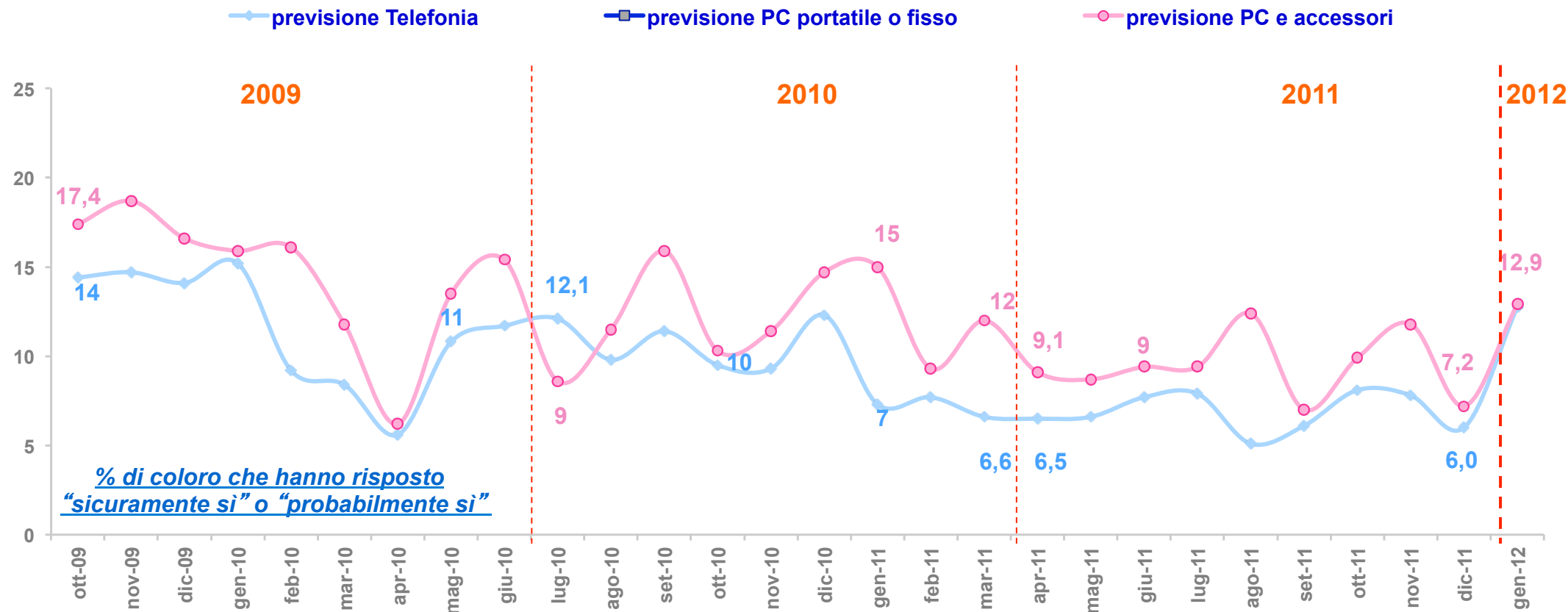
In ogni caso le prospettive per i prossimi 3 mesi sono moderatamente incoraggianti.

Quanti prevedono di acquistare un bene di ELETRONICA nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

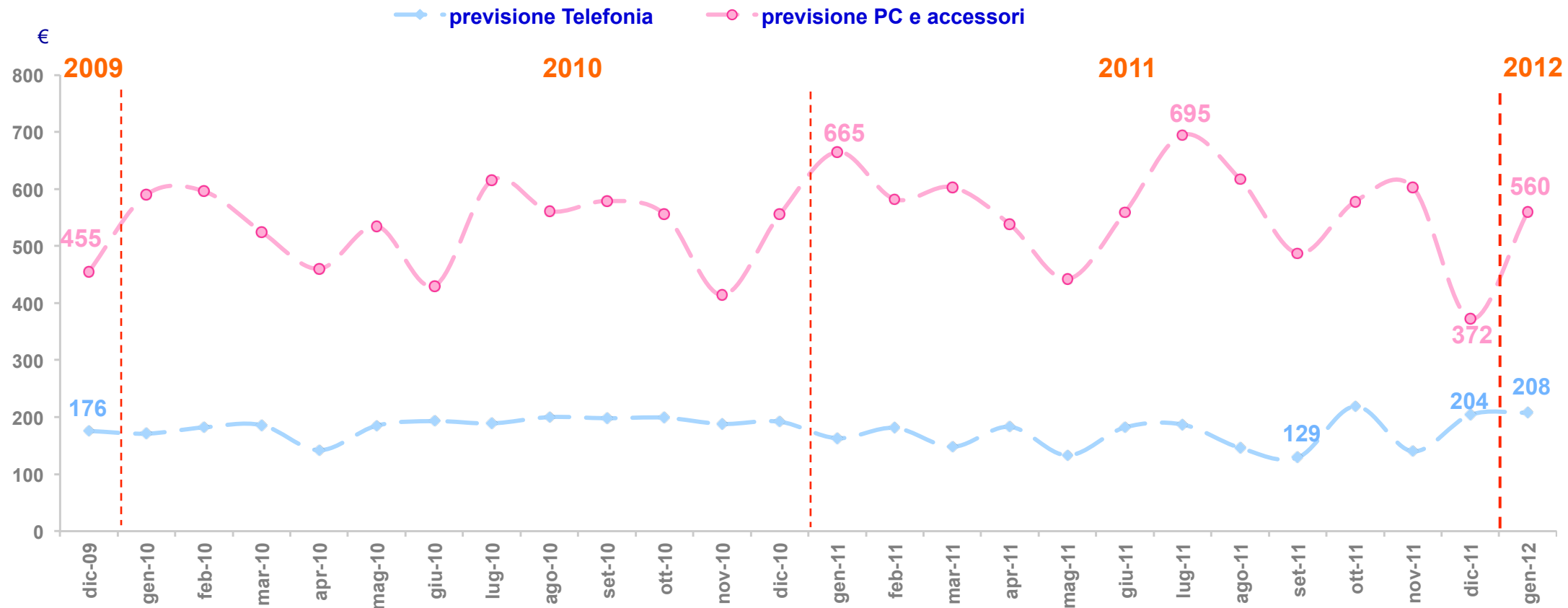
Base: totale campione
Gennaio 2012: dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per l'ELETRONICA a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene
Gennaio 2012: dato rolling



I veicoli

Key Points: i Veicoli

Il trend degli intenzionati ad acquistare entro tre mesi un' automobile nuova, un' automobile usata e uno scooter, a gennaio 2012 e per tutte e tre le categorie di beni, registra livelli simili a quelli rilevati tra il gennaio e febbraio del 2010, attestandosi rispettivamente al 3%, al 2% e all' 1.5% del campione di intervistati.

- la ripresa sembra essere trainata più dal “nuovo” che dall' usato, confermando un trend già emerso a dicembre

È interessante segnalare che, dopo anni di stasi del comparto, gli italiani sembrano prestare una maggiore attenzione all' acquisto, sia pur orientandosi su modelli meno cari.

È da verificare nei prossimi mesi se tale maggiore propensione si tradurrà in acquisti, potendo contare su “guerre dei prezzi” tra i produttori, ed una maggiore propensione (sia nei numeri, sia nei tassi) da parte dei finanziatori.

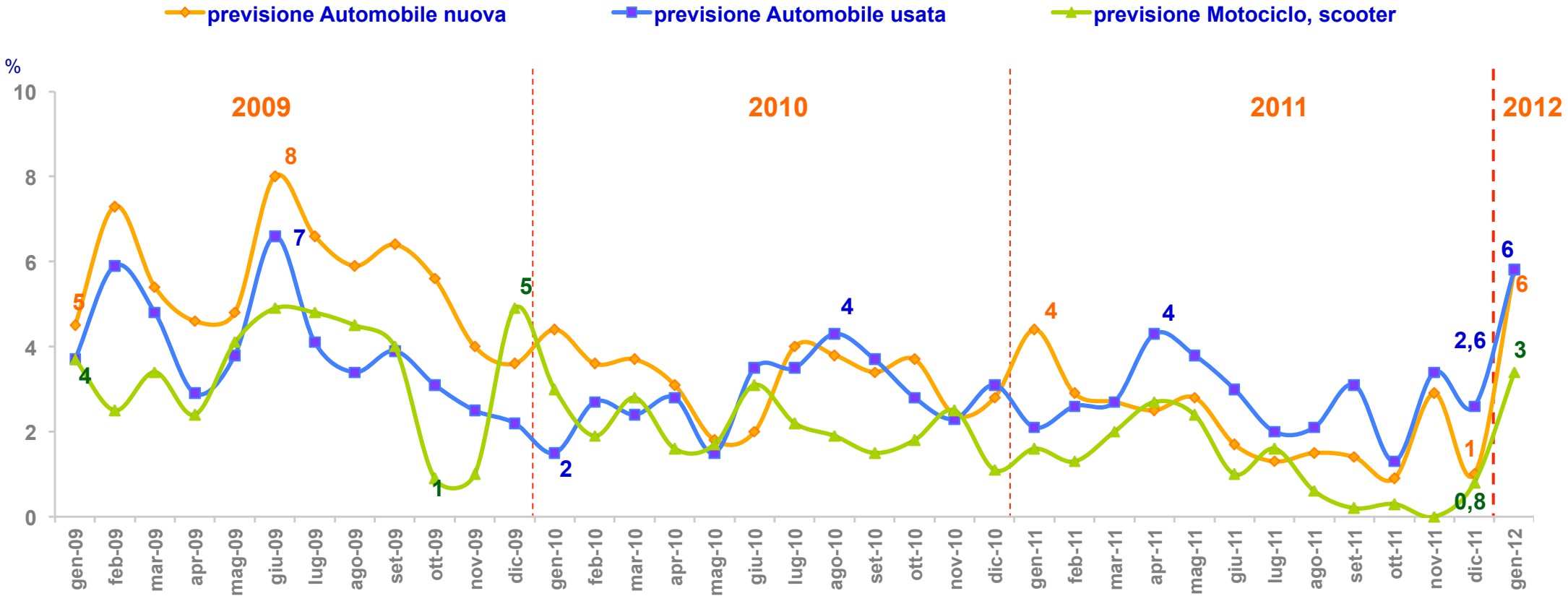
Quanti prevedono di acquistare VEICOLI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

*% di coloro che hanno risposto
"sicuramente sì" o "probabilmente sì"*

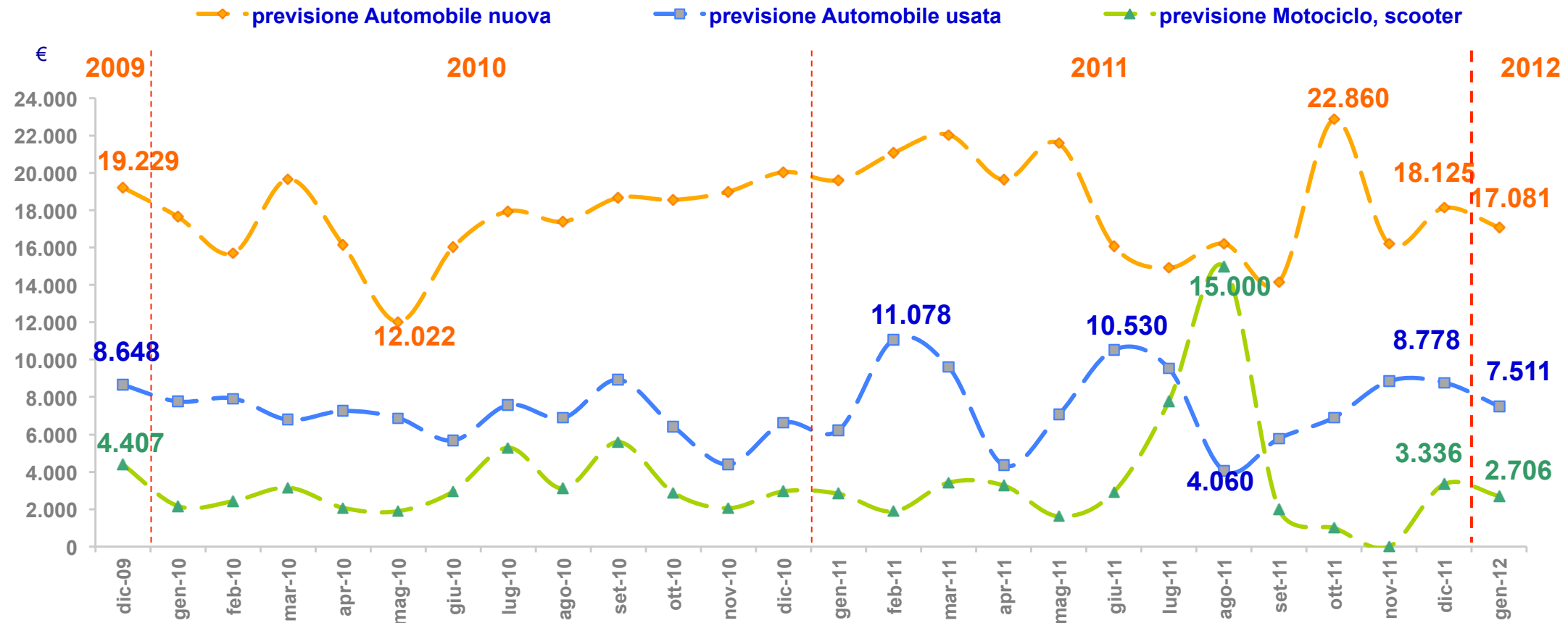
Base: totale campione
Gennaio 2012: dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per i VEICOLI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene
Gennaio 2012: dato rolling



La casa

Key Points: La casa

“Se non vedi la fine del tunnel, inizia ad arredarlo”: è una massima che pare abbia contagiato diversi italiani.

Come abbiamo già detto, la casa diventa nella attuale situazione di ripiegamento difensivo il fulcro non solo della vita domestica e familiare, ma anche della vita sociale.

Resta il grande desiderio di ogni famiglia italiana, che è stato compresso negli ultimi anni da due fenomeni quali la bolla immobiliare e le incertezze economiche, che hanno indotto a rimandare l'acquisto (si veda l'Osservatorio Annuale Findomestic 2012). Altre nubi si stagliano però all'orizzonte: l'incertezza sui tassi, legata sia a possibili aumenti dei tassi di interesse, sia al tasso effettivo di finanziamento del sistema bancario, e le imposte “patrimoniali”, che hanno messo nel mirino - tramite IMU e rivalutazioni catastali - questa tipologia di ricchezza.

Non sorprende quindi che il comparto ove si muove maggiormente l'interesse sia quello dei mobili: “*se non posso cambiare casa, la miglioro!*”. Il picco post natalizio è lievemente superiore a quello del 2010, anche se rimane inferiore a quello del 2009 (tradizionalmente è un mercato attivo più dopo il Natale che prima). È un mercato per lo più fatto da acquisti di modeste dimensioni, ossia volto a completare l'arredamento: non si sostituiscono i mobili, ma tendenzialmente si acquistano mobili di cui si ha bisogno, perché non li si aveva prima.

Anche nel prossimo futuro questo comparto dovrebbe avere una piccola ripresa, come pure l'interesse per l'acquisto di un nuovo immobile e di altre eventuali ristrutturazioni.

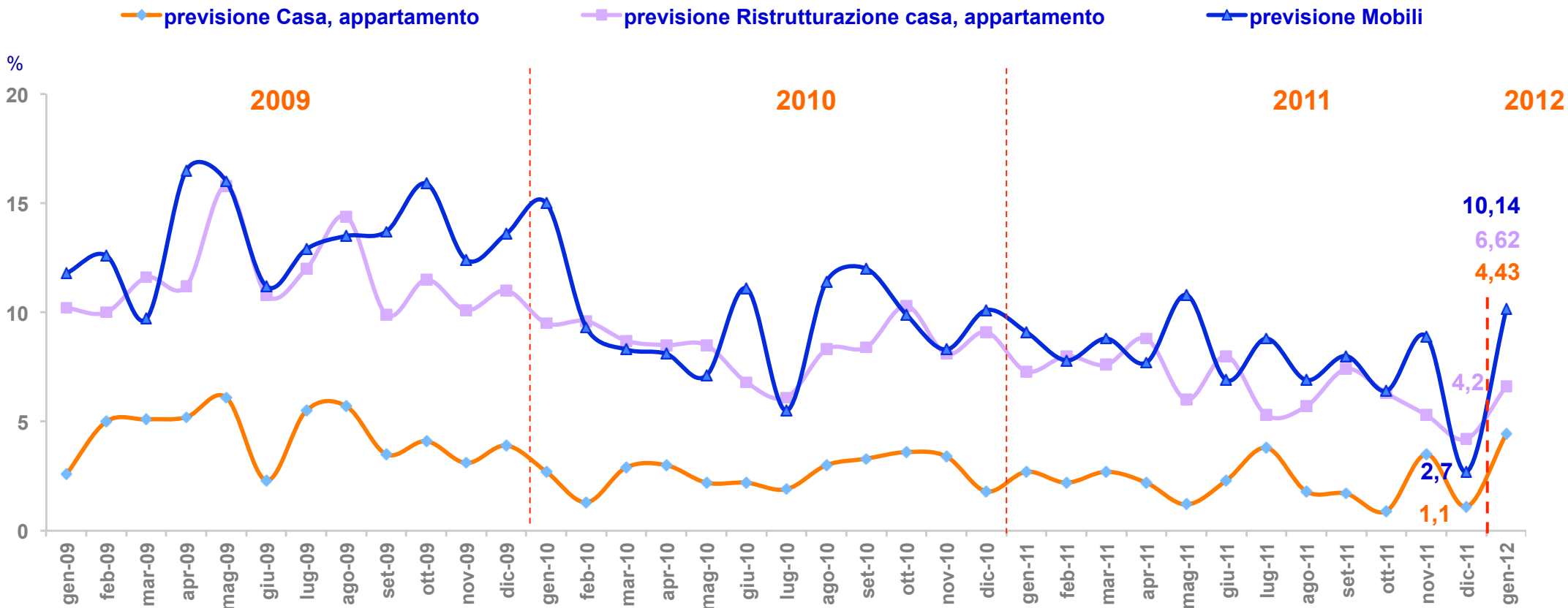
Quanti prevedono di acquistare mobili, casa o ristrutturarla

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto
“sicuramente sì” o “probabilmente sì”

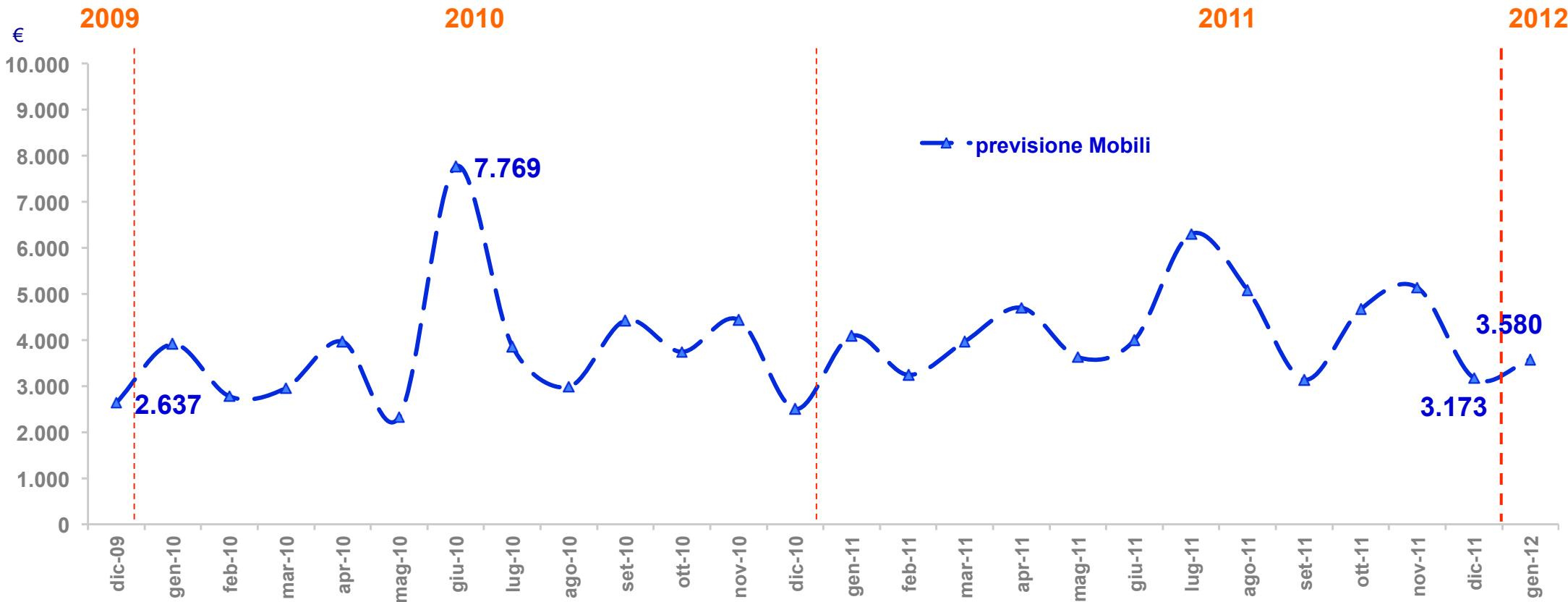
Base: totale campione
Gennaio 2012: dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per i MOBILI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene
Gennaio 2012: dato rolling



L'argomento del mese: l'evasione fiscale

Argomento del mese: l' evasione fiscale

Il tema del mese è un argomento di attualità politica ed economica: taxa dopo taxa viene a mancare sempre più la distaccata comprensione (se non l' invidia) per coloro che riescono a pagarne di meno.

È un fenomeno che è maturato negli ultimi anni: già nel 2010 era emerso che uno dei principali elementi che dovevano essere risolti in Italia era l' evasione fiscale (con un consenso molto elevato nel Nord Est – dati ACRI), ma un impulso lo ha dato in modo forte il governo attuale, con dichiarazioni (*“chi mette le mani nelle tasche degli italiani è l' evasore fiscale”* di Monti) e blitz spettacolarizzati, come a Cortina o anche nei bar della movida milanese.

L' evasione è un problema grave, senza grandi giustificazioni; si annida soprattutto nella relazione con i professionisti (solo il 61% dichiara di ricevere la regolare fattura), anche se un numero non trascurabile di italiani ritiene che gli esercenti facciano fatica a rilasciare lo scontrino (10% nel Sud).

È anche vero che si ritiene difficile rifiutare l' offerta di uno sconto a fronte di una minore fatturazione, cosa che indubbiamente la avvantaggia: inoltre pochi denuncerebbero il caso (e lo vediamo anche con i cosiddetti *“affitti in nero”*, che sopravvivono nonostante una legislazione estremamente favorevole all' inquilino).

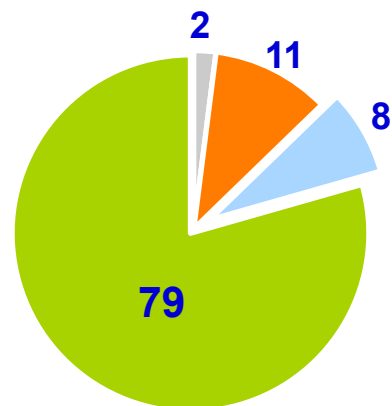
Tutto ciò genera un dubbio circa la possibilità che l' evasione venga colpita: certo da una parte il problema c' è e si sente, ma dall' altra lo si ritiene eccessivamente connaturato al *“genius loci”*.

L' evasione fiscale e l' opinione pubblica

Secondo Lei l' evasione fiscale...

Base: totale campione
(500)

Valori %



▪ non sa/non indica

▪ è giustificata, data l'alta pressione fiscale

▪ non è un fatto rilevante per il nostro Paese

▪ è un problema molto grave dell'economia italiana

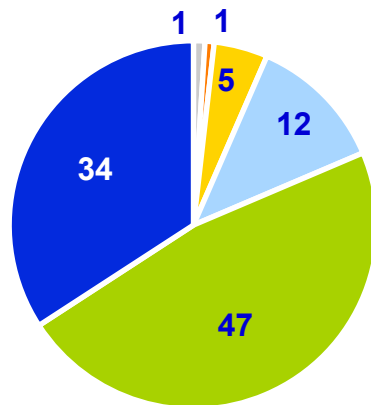
	18-34	35-44	45-64	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Laurea	Diploma	Scuola d'obbligo
Base	120	143	237	149	111	104	135	93	346	60
È un problema molto grave dell'economia italiana	75	73	85	79	77	78	82	81	80	70
Non è un fatto rilevante per il nostro Paese, i problemi sono altri	11	8	7	7	9	9	7	7	8	11
È giustificata, data l'alta pressione fiscale	11	16	7	13	13	9	8	10	10	15
Non sa/non indica	3	3	1	1	1	4	3	2	2	4

La frequenza di emissione dello scontrino

Negli ultimi 12 mesi, nella sua città quante volte le viene dato spontaneamente lo scontrino in bar, ristoranti e negozi di alimentari (esclusi i supermercati)?

Base: totale campione
(500)

Valori %



- non sa/non indica
- Mai
- Quasi mai
- Ogni tanto
- Spesso
- Sempre

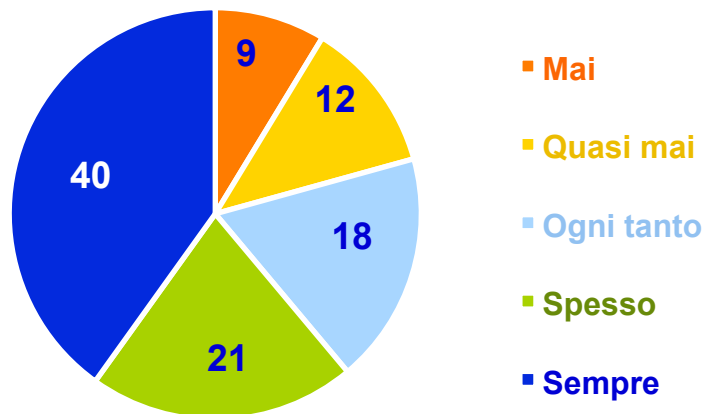
	TOT	18-34	35-44	45-64	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Laurea	Diploma	Scuola d'obbligo
Base	500	120	143	237	149	111	104	135	93	346	60
Spesso + Sempre	81	76	80	86	86	84	81	77	77	83	84
Ogni tanto	12	17	11	10	12	11	12	13	15	11	13
Mai + Quasi mai	6	5	9	4	2	4	6	10	8	5	3
Non sa/non indica	1	2	-	-	-	1	1	-	-	1	-

La richiesta dello scontrino

Quando non le viene dato lo scontrino, Lei normalmente lo chiede?

Base: totale campione
(500)

Valori %



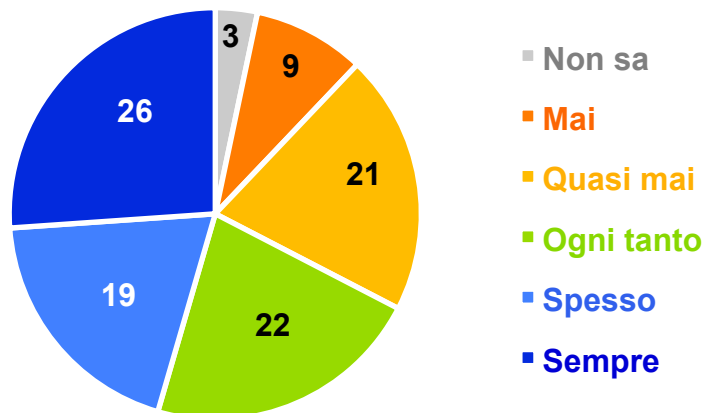
	TOT	18-34	35-44	45-64	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Laurea	Diploma	Scuola d'obbligo
Base	500	120	143	237	149	111	104	135	93	346	60
Spesso + Sempre	61	55	58	66	59	64	56	66	61	60	64
Ogni tanto	18	19	22	15	20	11	19	21	23	18	15
Mai + Quasi mai	21	26	20	19	21	25	25	13	16	22	21

La frequenza di emissione della fattura

Pensi invece a professionisti: quando ha dovuto ricorrervi negli ultimi 12 mesi, le hanno sempre rilasciato regolare fattura?

Base: totale campione
(500)

Valori %



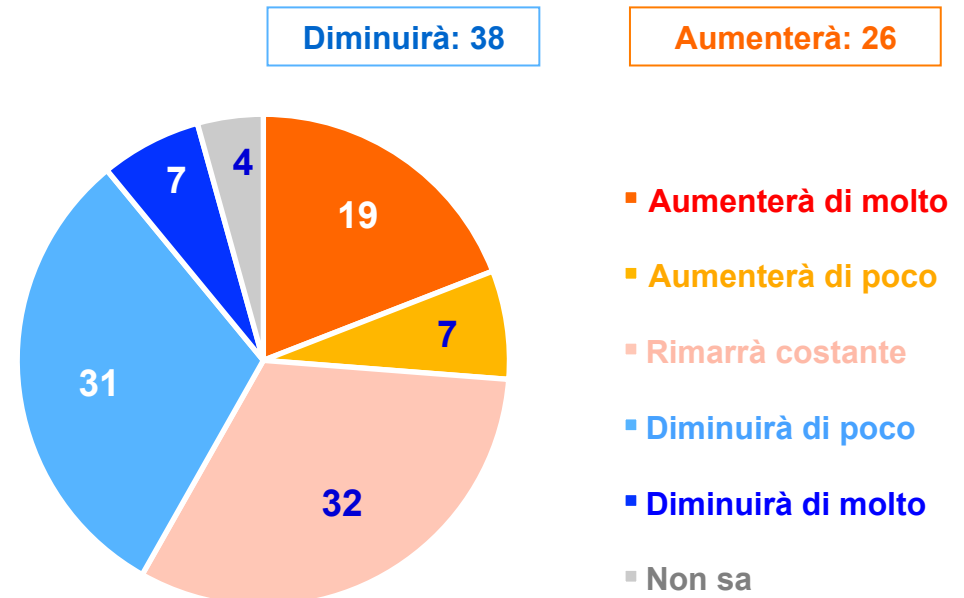
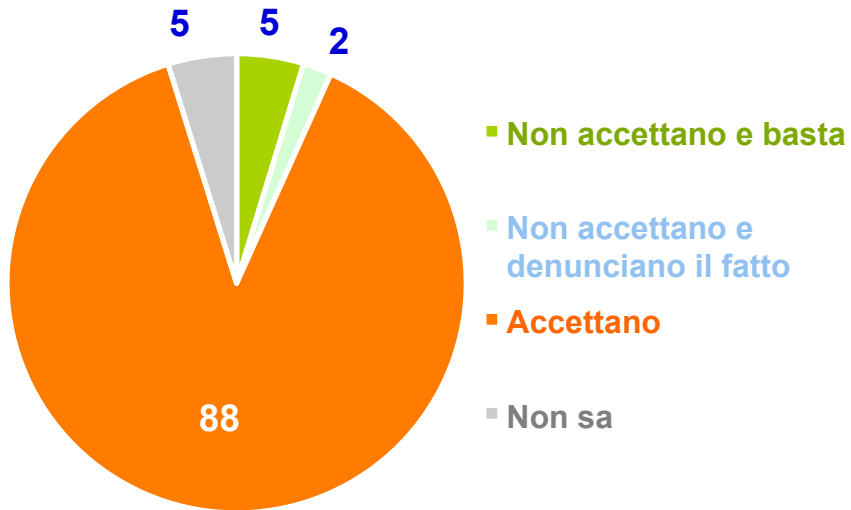
	TOT	18-34	35-44	45-64	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Laurea	Diploma	Scuola d'obbligo
Base	500	120	143	237	149	111	104	135	93	346	60
Spesso + Sempre	45	48	43	46	51	48	44	38	53	44	41
Ogni tanto	22	22	25	20	25	20	23	19	18	23	21
Mai + Quasi mai	30	24	29	32	22	26	29	41	27	30	30
Non sa/non indica	3	6	3	2	2	6	4	2	2	3	8

L'atteggiamento degli italiani verso l'evasione fiscale e le percezioni circa il futuro

Valori %

Pensi ora più in generale agli italiani. Di fronte alla proposta di uno sconto a fronte di un pagamento in nero, qual è la reazione prevalente degli italiani secondo Lei?

Se pensa ai prossimi anni, Lei ritiene che l'evasione fiscale...



Base: totale campione (500)

Dati di scenario

approfondimenti

Key points: lo Scenario

L'OCSE prevede che l'Italia nel 2012 andrà incontro a una nuova recessione (-0,5% sul 2011); un primo elemento da tenere in considerazione è il significato tecnico di recessione, la quale non indica solo una contrazione del PIL, ma è una condizione macroeconomica caratterizzata da livelli di attività produttiva più bassi di quelli che si potrebbero ottenere utilizzando completamente e in maniera efficiente tutti i fattori produttivi a disposizione (in altre parole, le aziende producono meno perché hanno paura che la merce resti invenduta nei magazzini).

Anche la produzione industriale – volume fisico della produzione effettuata dall'industria in senso stretto (con esclusione delle costruzioni) – dopo la ripresa dell'inizio 2011, presenta dati negativi (sino a novembre 2011). Il crollo di PIL e produzione industriale significano fallimenti delle imprese, i quali nel 2011 sono aumentati del 7.4% rispetto al 2010; tali fallimenti sono costati negli ultimi 3 anni oltre 300mila posti di lavoro.

Cresce il tasso di disoccupazione della popolazione di 15 anni e più, arrivando all'8.9% nel mese di dicembre 2011; nemmeno il dramma della disoccupazione giovanile (ossia dei 15-24enni) sembra attenuarsi, dal momento che la percentuale di dicembre 2011 è pari al 31.0%; appare utile ricordare che il tasso di disoccupazione (rapporto tra le persone in cerca di occupazione e il totale di persone occupate più le persone in cerca di occupazione) non comprende né gli inattivi, ossia coloro che sono sì disoccupati ma che non cercano lavoro perché magari sfiduciati, né i cassaintegrati, i quali non sempre recuperano integralmente reddito e lavoro.

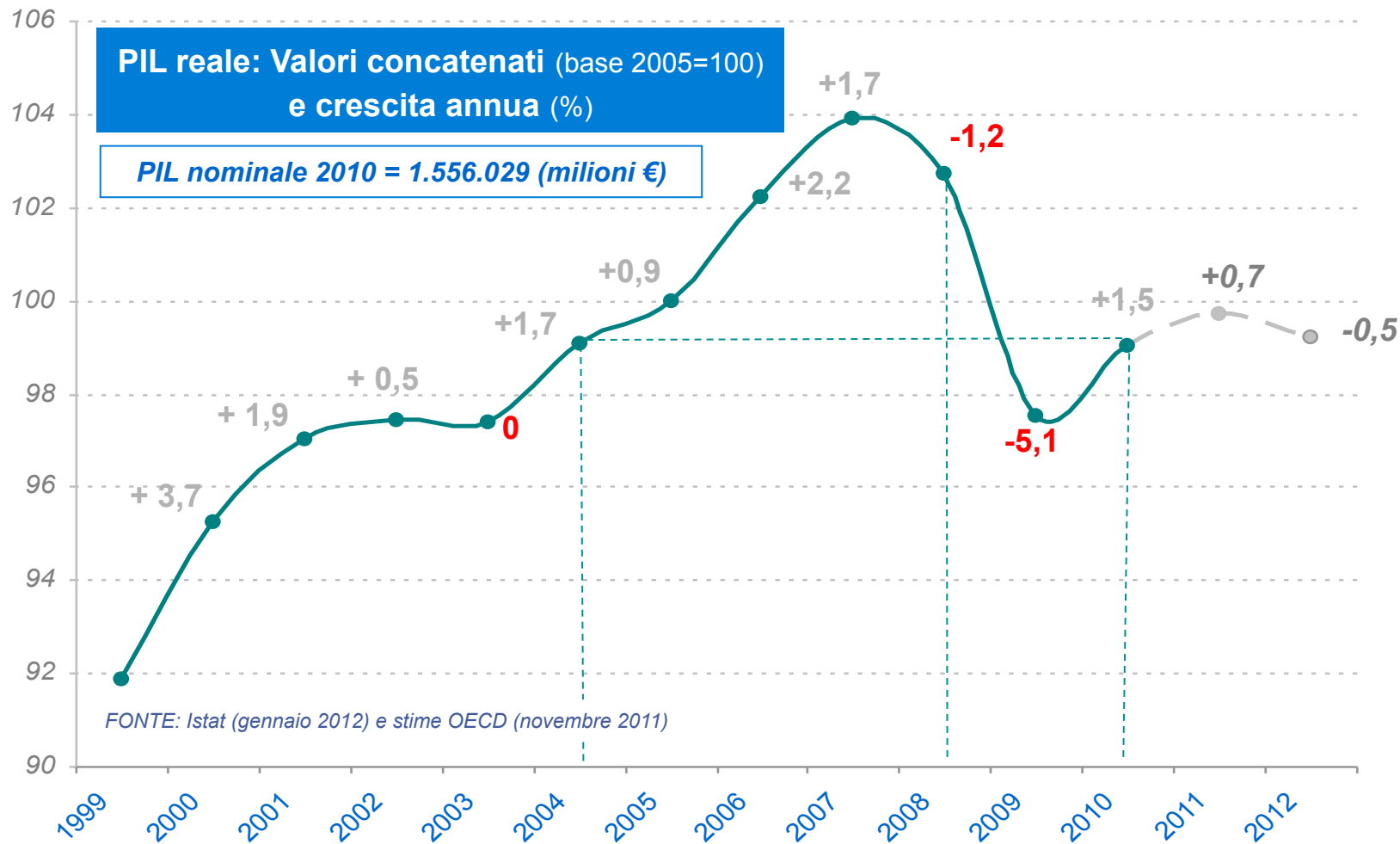
Key points: lo Scenario

Un altro elemento di grossa instabilità per imprese e famiglie è l'inflazione: in particolare, se consideriamo il periodo che va da dicembre del 2010 a dicembre del 2011, vediamo che l'inflazione è stata addirittura del 3.3%; se l'inflazione cresce più che proporzionalmente dei salari, ovviamente si contrae il potere d'acquisto delle famiglie: le retribuzioni contrattuali orarie a dicembre salgono appena dell'1,4% su base annua e restano ferme rispetto a novembre, intanto i prezzi si mantengono su livelli alti (come detto più 3,3%); ecco che la forbice tra stipendi e prezzi si allarga fino a raggiungere la distanza maggiore dall'agosto del 1995.

Anche il risparmio e la domanda di prestiti sono variabili che vengono intaccate dalla difficile congiuntura.

I problemi occupazionali e la caduta del potere d'acquisto delle famiglie evidenziano che in Italia c'è anche un rilevante problema di domanda interna, senza la soluzione del quale è difficile ipotizzare una ripresa in tempi brevi.

L' Italia di nuovo in recessione

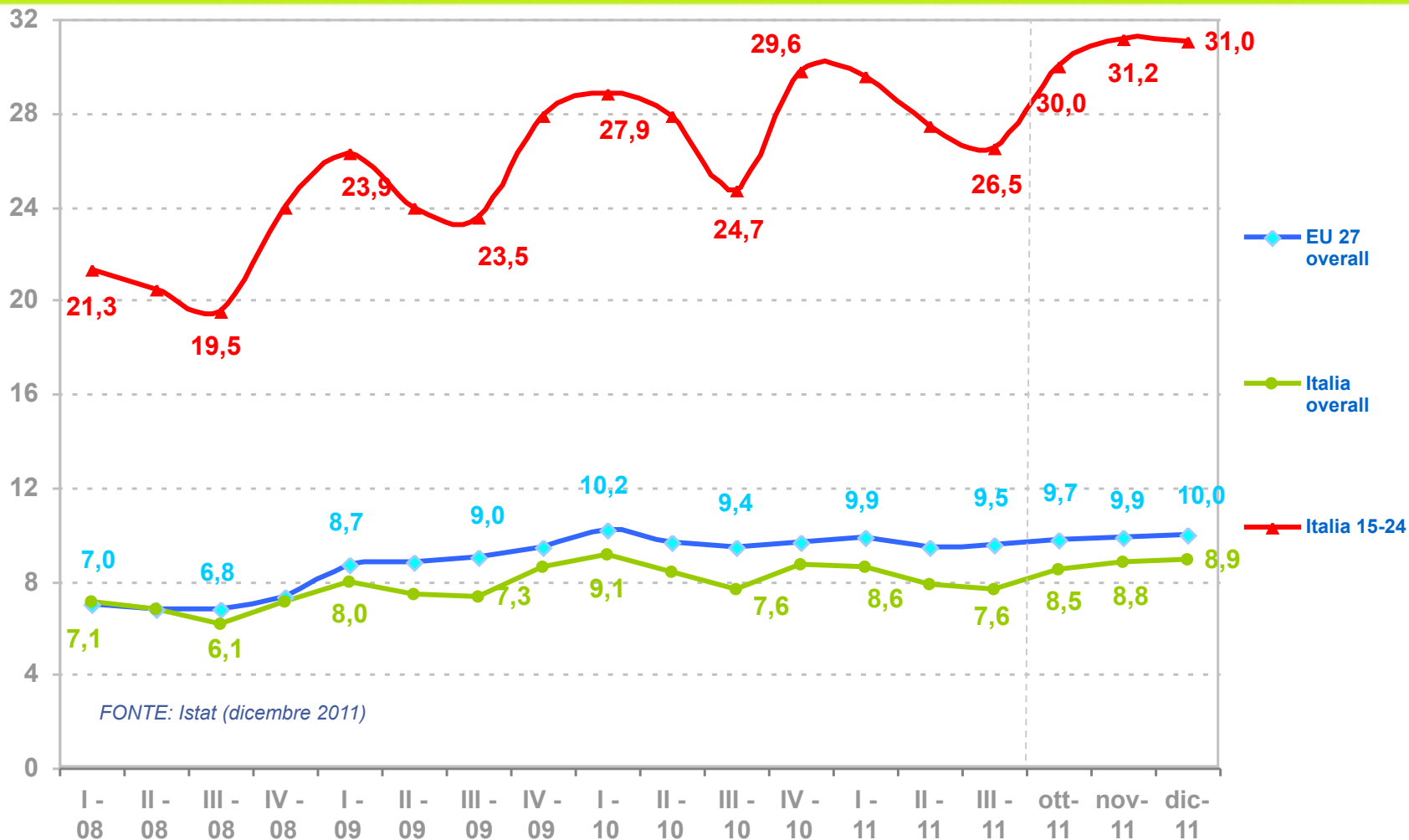


Crescono i fallimenti delle imprese

- ✓ Lo scorso anno (2011) i fallimenti **sono aumentati del 7,4%** a quota 12.094
- ✓ Negli ultimi tre anni i fallimenti sono costati **oltre 300mila posti di lavoro**
- ✓ I fallimenti in Italia sono aumentati **con una crescita più sostenuta**
 - tra le **società di capitali** (+8,6% sul 2010)
 - le **piccole e medie imprese**, quelle con un attivo compreso tra i 2 e i 10 milioni di euro, seguite da quelle con un attivo tra i 10 e i 50 milioni
 - nei **servizi** (+10% rispetto al 2010) e nelle **costruzioni** (+7,8%)
- ✓ L'industria, pur rimanendo il macrosettore con la maggiore frequenza di fallimenti, ha registrato un'inversione di tendenza rispetto al 2010 (-6,3%)

Dati Cerved

Disoccupazione in crescita, drammatica quella giovanile

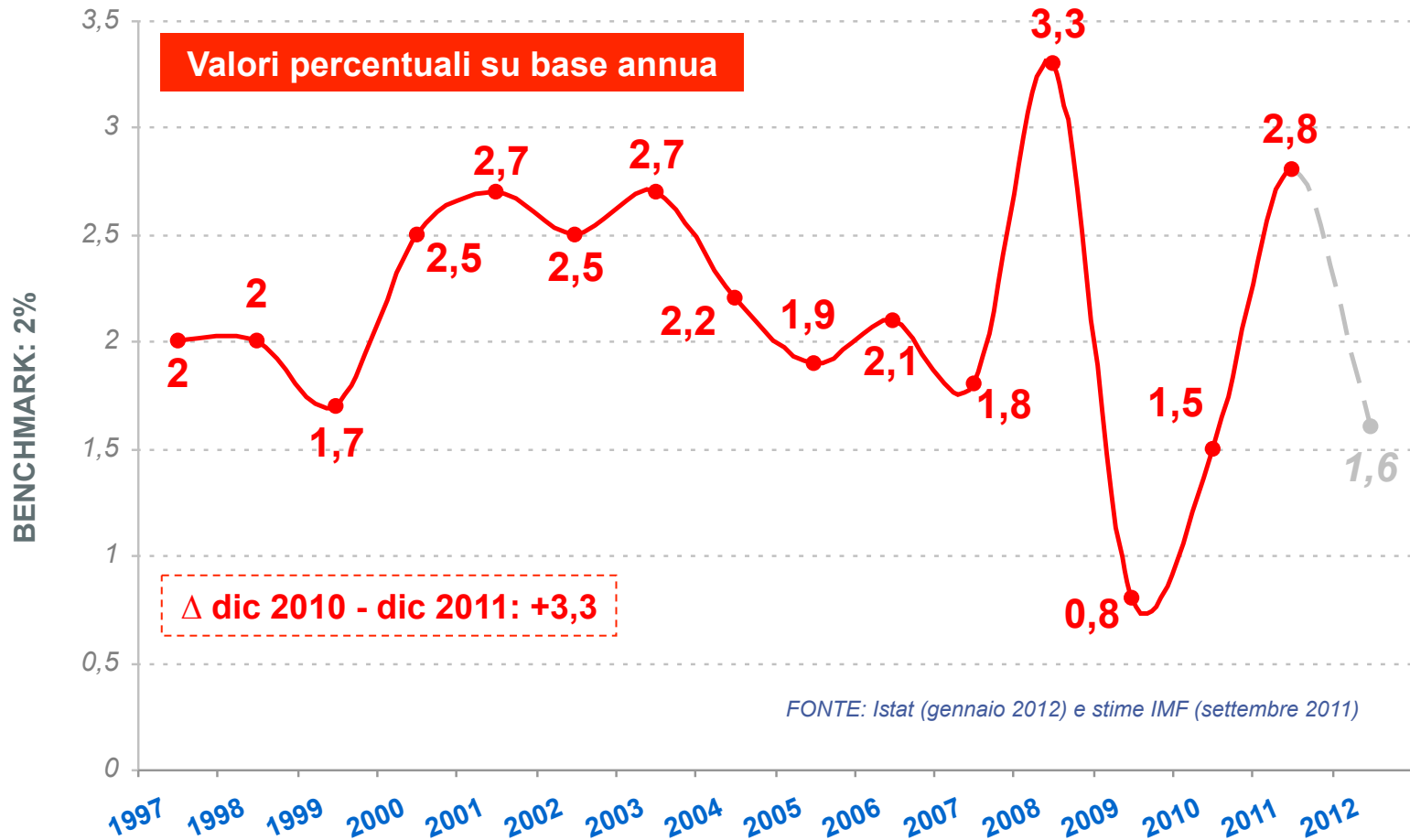


✓ *Andamento del tasso di disoccupazione trimestrale + ultimi dati mensili (da ottobre 2011)*

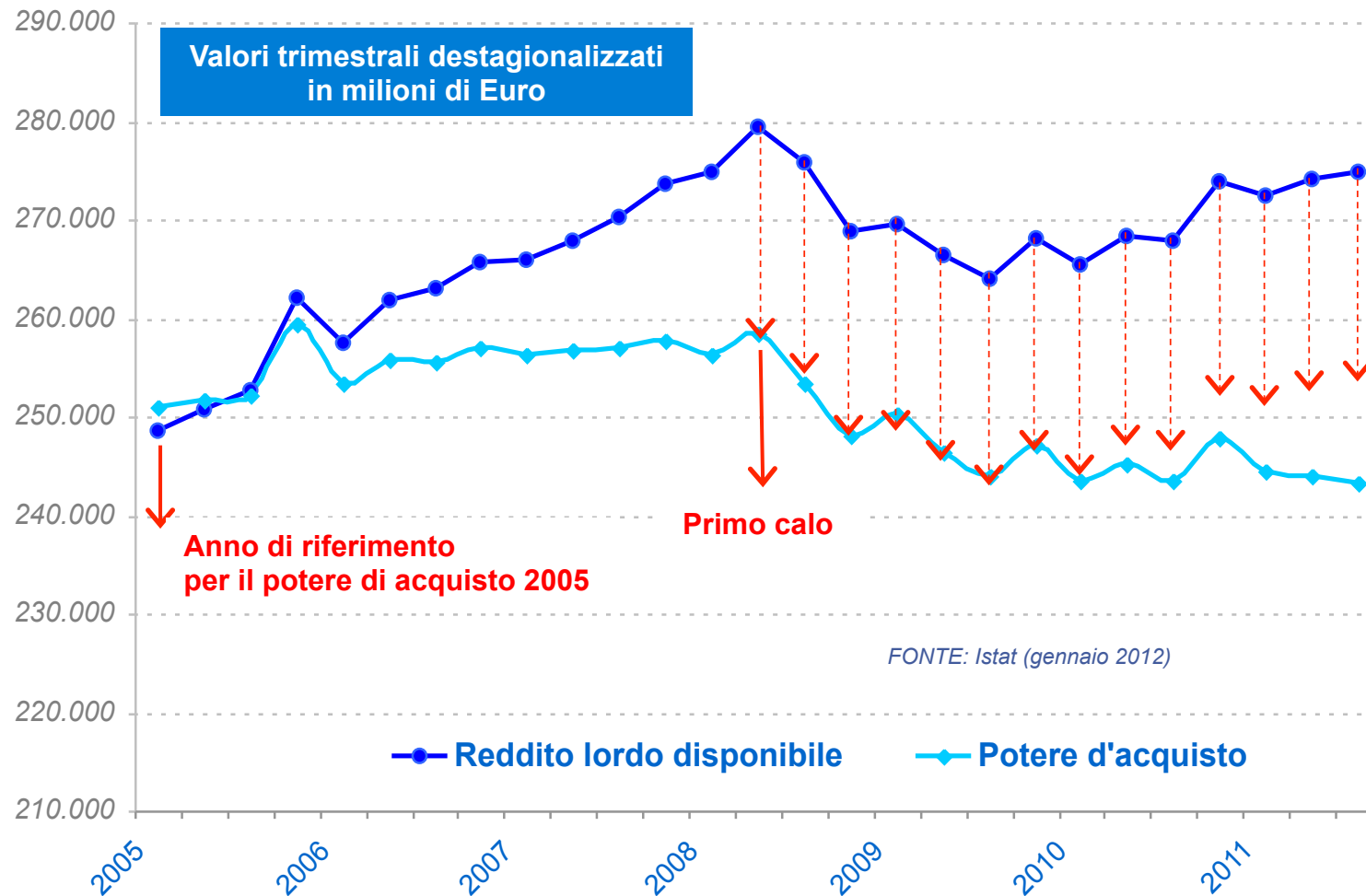
✓ *Rapporto tra persone in cerca di occupazione e il totale di persone occupate e in cerca di occupazione*

✓ *Campione: popolazione 15 anni e più*

L'instabilità dell'inflazione

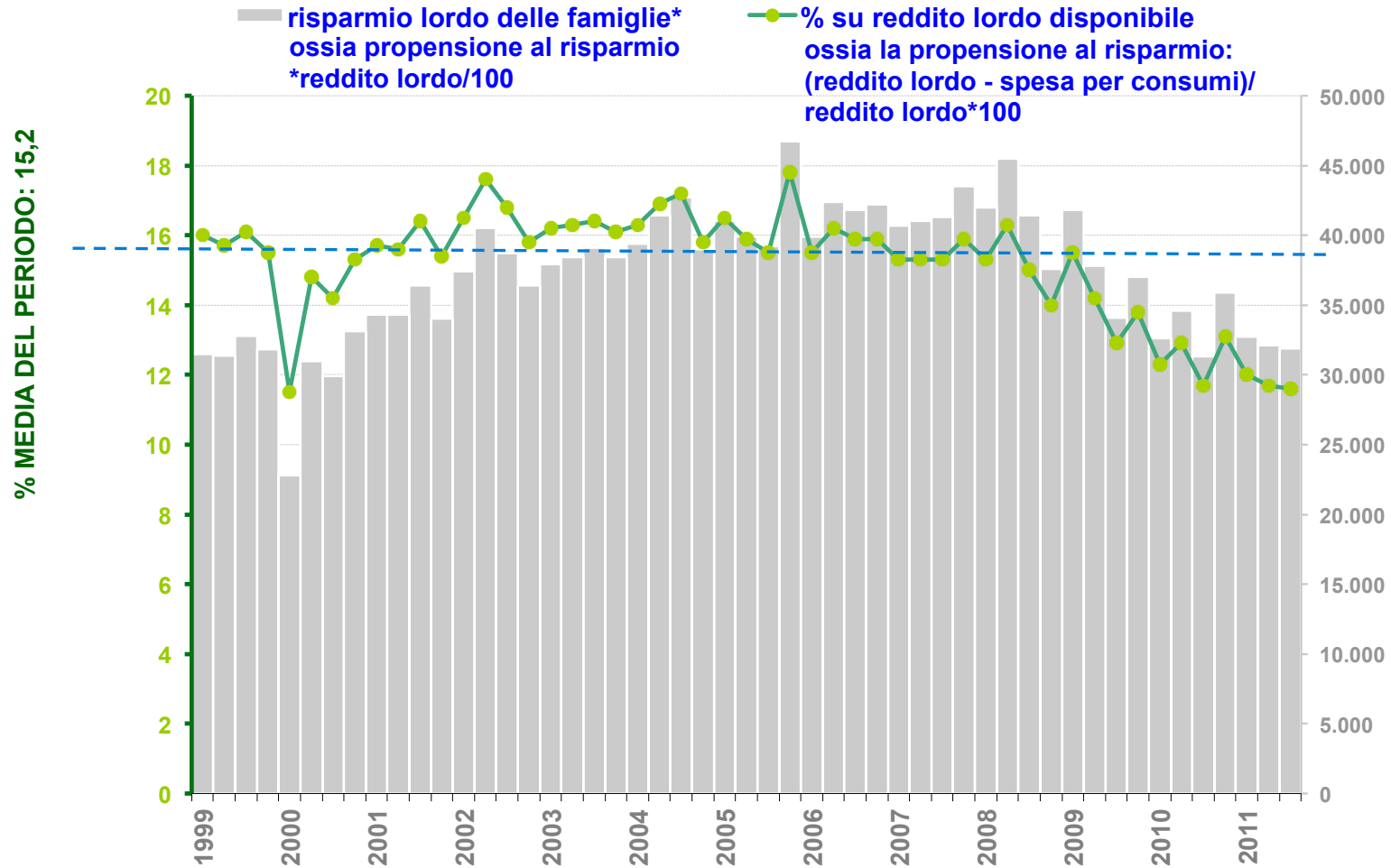


La contrazione del potere d'acquisto delle famiglie, pur con reddito lordo in ripresa



* Il potere di acquisto è il reddito lordo disponibile delle famiglie in termini reali, ottenuto utilizzando il deflatore della spesa per consumi finali (valori concatenati con anno di riferimento 2005)

La difficile congiuntura riduce le famiglie che riescono a risparmiare e l'ammontare del loro risparmio



FONTE: Istat (gennaio 2012)

* Valori destagionalizzati in milioni di €

Note metodologiche

I cambiamenti rispetto alle edizioni precedenti dell' Osservatorio Mensile

A partire da gennaio 2012, sono stati implementati i seguenti cambiamenti:

- si è passati dalla metodologia CATI alla metodologia CAWI
- è stata ampliata la fascia d'età campionata, infatti fino alla wave di dicembre 2011 venivano intervistate persone di età compresa tra i 25 e i 54 anni; da questo momento in poi saranno intervistate persone di età compresa tra i 18 e i 64 anni
- nel campione – costituito di popolazione attiva come nelle scorse edizioni – sono stati inclusi anche
 - ✓ i pensionati e i cassintegrati, in quanto percettori di reddito
 - ✓ i non occupati che però hanno svolto un'attività lavorativa di almeno 30 ore nelle ultime 4 settimane
- le previsioni di acquisto (percentuale di persone e importo di spesa), a partire da gennaio 2012, sono calcolate come media mobile dei dati delle ultime 3 wave, utilizzando i seguenti pesi: 50% gennaio 2012, 30% dicembre 2011, 20% novembre 2011
- i dati sugli acquisti effettuati nell'ultimo mese, per le prime 2 wave del 2012, saranno calcolati come media tra le ultime 2 wave con i seguenti pesi: 60% wave attuale, 40% wave precedente; questo espediente preserverà eventuali distorsioni del trend dovute ai rilevanti cambiamenti metodologici

Il campione

