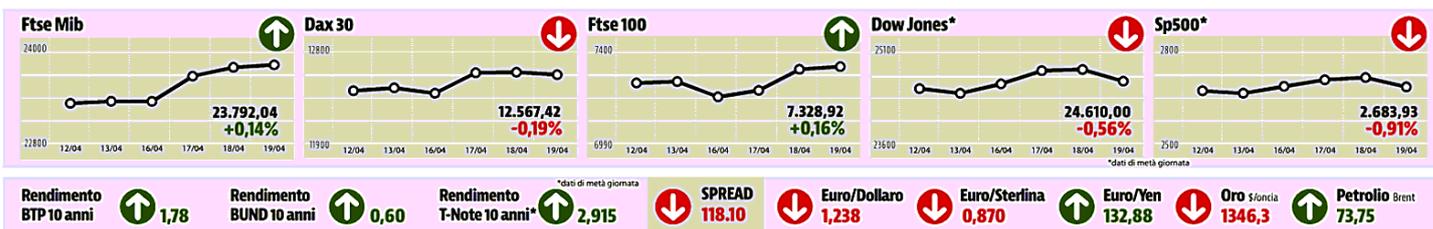


Economia

Piazza Affari, solo un debole rialzo

In una giornata priva di particolari spunti sulle borse, Piazza Affari chiude con un debole rialzo (+0,14% a 23.792 punti). Spread Btp-Bund stabile a 118 punti.



Le famiglie italiane ritrovano la fiducia: l'austerità s'incrina

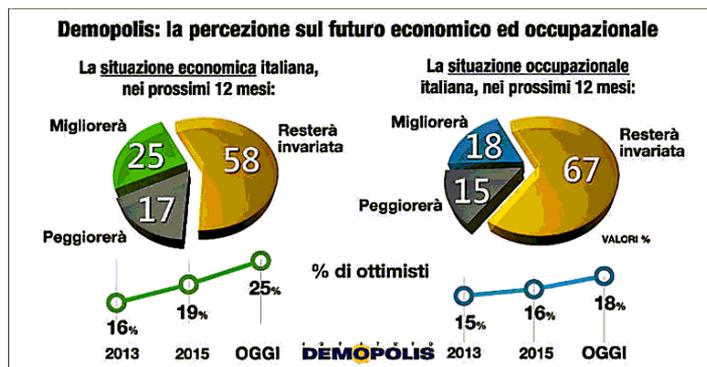
Un'indagine condotta dall'Istituto Demopolis: per molti il peggio sembra passato, in tanti si dicono orientati a spendere di più

Le famiglie italiane stanno progressivamente recuperando fiducia. Il 25% è convinto che la situazione economica del Paese migliorerà nei prossimi 12 mesi; più ridotta, al 18%, è la percentuale di quanti confidano in un effettivo incremento dell'occupazione. È uno dei dati che emerge dall'indagine condotta dall'Istituto Demopolis per IBC, l'Associazione "Industrie Beni di CoWnsumo". È uno scenario, quello che emerge dalla ricerca, sul quale pesa ancora la crisi che ha colpito il Paese: il peggio sembra comunque passato. «Gli italiani - afferma il direttore di Demopolis Pietro Vento - restano prudenti ed attenti ai costi, ma appaiono più tranquilli: guardano oggi al futuro con un grado di ottimi-

simo che le nostre analisi non riscontravano da molti anni». Si avvertono i primi segni di superamento dell'austerità nei comportamenti delle famiglie. Oggi - secondo i dati di Demopolis - è del 15% la quota di cittadini che immagina un miglioramento della propria situazione economica familiare rispetto all'ultimo triennio, ma cresce al 24% il segmento di quanti prevedono di poter aumentare gli acquisti. «La disponibilità all'incremento dei consumi - spiega Pietro Vento - è più accentuata rispetto alle previsioni di aumento del reddito disponibile. È la conferma ulteriore di un recupero di fiducia dei consumatori. A fronte di una maggiore tranquillità rispetto agli anni passati, il 51% dichiara comunque di prestare attenzione alle possibilità di ri-

sparmio ed agli acquisti in promozione. Così come nella politica e nelle scelte di voto - conclude il direttore dell'Istituto Demopolis - cresce l'infedeltà degli italiani anche nel modo di fare la spesa». Appena un quarto dei consumatori si affida di norma allo stesso punto vendita nella spesa alimentare; il 75% utilizza punti vendita o catene differenti. E la quota dei "non fedeli" sfiora il 90% negli altri settori, dall'abbigliamento agli accessori sino all'elettronica. L'indagine dell'Istituto Demopolis per IBC ha analizzato anche gli elementi che influenzano maggiormente, oggi, le scelte di acquisto delle famiglie. La prudenza pesa ancora: la variabile "costo e promozioni" incide sui comportamenti di circa i due terzi dei consumatori al-

le prese con la spesa alimentare. Al secondo posto, la marca, la Brand Equity, che assume un valore determinante nelle scelte di acquisto del 60% degli italiani: dovendo spendere, i consumatori hanno imparato ad essere più esigenti. Se la necessità di risparmiare incide ancora, le scelte d'acquisto divengono sempre più una questione di fiducia. Un peso significativo lo esercita infine, per il 58%, l'italianità delle produzioni. Ed il valore del "made in Italy" va ben oltre la dimensione alimentare. Nota informativa: l'indagine è stata condotta dall'Istituto Demopolis, diretto da Pietro Vento, dal 3 al 7 aprile 2018 per IBC, Associazione Industrie Beni di Consumo, su un campione stratificato di 2.000 intervistati, statisticamente rappresentativo dell'universo della popola-



Entra in Cariparma, scopri Crédit Agricole

CRÉDIT AGRICOLE CARIPARMA

zione italiana maggiorenne. Supervisione della rilevazione demoscopica di Marco E. Tabacchi. Coordinamento di Pietro Vento, con la collaborazione di Giusy Montalbano e Maria Sabrina Titone.

