

# TODAY

## Italia Felix, in un anno il paese fuori dalla crisi (o meglio, in molti ci credono)

Sempre prudenti ed attenti ai costi, ma gli italiani sono più sereni: "Mai così ottimisti da molti anni". L'analisi dell'Istituto Demopolis

Redazione

21 aprile 2018 08:00

---



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 Consumo".

---

IN EVIDENZA

► **Sveglia Italia! Nel Belpaese si lavora ancora troppo poco e male**

---

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 ottimismo che le nostre analisi non riscontravano da molti anni".

**Basta austerità: come cambiano i consumi**

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 risparmio 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".

## I consumatori sono sempre meno fedeli

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 alle 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.

PUBBLICITÀ

inRead invented by Teads

---

IN EVIDENZA

► Nel 2017 boom di italiani in ferie, quest'anno saranno di più

---

I più letti della settimana

Isola dei Famosi 2018: puntate, notizie e tutto quello che c'è da sapere

---

Giro d'Italia 2018, tutte le tappe: percorso e altimetria

---

Grande Fratello story, tutti i vincitori del reality show

Lotto, puntata folle (da 50 euro): giocatore fa terno e sbanca

---