

Caro prezzi

Il 50% delle famiglie rinvia le spese

Scattano le prime rinunce ai consumi:
si parte da viaggi e tempo libero

di **Marta Casadei, Margherita Cecl e Michela Finizio** — a pagina 2 e 3

Famiglie e caro prezzi, il 50% rinvia o cancella acquisti programmati

Indagine Toluna. Scattano i primi tagli ai consumi per il 92% degli intervistati
Si parte da viaggi e tempo libero. Il 30% rimanda anche le spese mediche

Michela Finizio

L'ombra del caro prezzi, con un'inflazione dell'11,9% a ottobre su base annua, oscura i consumi delle famiglie italiane: i primi segnali di frenata minacciano gli ultimi mesi dell'anno, inclusi gli acquisti di Natale. Emerge con forza la preoccupazione crescente, tanto da innescare i primi tagli alla spesa, dall'analisi dei risultati dell'indagine campionaria svolta da Toluna, società leader nel digital market research con oltre 650 iscritti in Italia.

Su un campione rappresentativo di 1.044 persone, la maggior parte degli intervistati (il 94%) pensa che l'inflazione durerà nel tempo, con aumenti costanti più o meno contenuti, e l'87% ritiene che il generale aumento dei prezzi inciderà – abbastanza o estremamente – nelle scelte di consumo della propria famiglia. «Non emergono particolari differenze geografiche o per fascia di età nei comportamenti di spesa», afferma Eliza Frascaro, head of research Southern Europe & Mea di Toluna. «In nove casi su dieci i rincari hanno generato pessimismo e preoccupazione, impattando sulle scelte di consumo delle fa-

miglie», aggiunge la ricercatrice.

Le spese rinviate

Da un terzo alla metà degli intervistati (a seconda del tipo di prodotti) hanno deciso di posticipare o cancellare spese che avevano messo in programma di fare entro fine 2022 a causa del caro prezzi.

Preoccupante, in particolare, il 30% che afferma di aver rinviato al 2023, o addirittura cancellato, spese in ambito sanitario, come il dentista, interventi privati o visite di controllo. «Le intenzioni di tagliare la spesa si concentrano sull'intrattenimento e sulle attività fuori casa», continua Frascaro. Più di quattro persone su dieci dicono di aver cancellato o rimandato acquisti di beni elettronici, viaggi o vacanze. Quasi cinque su dieci, invece, acquisti di elettrodomestici o arredi. Equamente divisa la platea di chi rinuncia o conferma le spese per l'abbigliamento, mentre tra i pochi che avevano in programma l'acquisto di gioielli o automobili solo il 7% e 9%, rispettivamente, dichiara di volerli portare a termine.

I primi tagli

Di fatto, il 92% degli italiani ridurrà qualche spesa nei prossimi mesi. «La gente passerà più tempo a casa – dichiara la responsabile della ricerca – e infatti, ad esempio, le spese per Netflix e simili sono quelle meno impattate». Il 64% dichiara che farà viaggi e vacanze più brevi, con destinazioni più economiche o più vicine. Il 59% renderà meno frequenti e più frugali i pasti fuori casa in ristoranti e pizzerie. Il 51% ridurrà anche le spese per la cura della persona, quindi presso l'estetista o il parrucchiere. Il 40% dichiara persino l'intenzione di ridurre gli acquisti di regali, a meno di due mesi dal Natale.

Solo per l'8% degli intervistati la situazione non avrà alcun impatto sul portafoglio.



Superficie 65 %

06901

Cambia il carrello della spesa

Si sta più attenti anche ai prezzi del cibo e (secondariamente) delle bevande. Non stupisce che siano proprio i prodotti alimentari (pane, pasta, riso, frutta e verdura, carne e pesce) quelli per i quali si percepisce il maggior aumento, essendo spese che impattano la quotidianità delle persone.

Infatti, mentre il 47% dichiara di aver iniziato a ridurre la quantità di cibi e bevande acquistati, oggi oltre quattro italiani su cinque, quando fanno la spesa, stanno più attenti ai prezzi di quanto facessero un anno fa. Tanto che per il 75% il prezzo è diventato un fattore di scelta importante.

Tra gli scaffali del supermercato cambiano anche i comportamenti di consumo: solo un italiano su quattro è ormai disposto a spendere di più per acquistare marche e prodotti preferiti; il 63% dichiara di aver provato ad andare in altri punti vendita rispetto a quelli abituali, per trovare prezzi più convenienti; e rispetto a un anno fa, l'81% sta più attento alle offerte. «L'atteggiamento delle famiglie contro il caro vita oggi è

proattivo», aggiunge Eliza Frascaro di Toluna -, in molti rivedono le proprie abitudini e si dichiarano disposti a fare scelte differenti rispetto a pochi mesi prima».

Le reazioni al caro energia

In tanti pensano di fare qualcosa per affrontare la crisi energetica: il 22% e il 25% degli intervistati pensano rispettivamente a sostituire l'impianto di riscaldamento oppure a ristrutturare la propria abitazione (il 12-13% dichiara di averlo già fatto nel 2022); il 28% punta a installare pannelli fotovoltaici (il 10% lo ha già fatto); oltre il 30% ha intenzione di sostituire qualche apparecchio elettronico con un modello più efficiente a minor consumo energetico.

Non mancano, infine, le aspettative nei confronti di eventuali iniziative delle istituzioni per favorire la riduzione dei consumi energetici. Sono viste con maggior favore - per ovvi motivi - quelle che meno impatterebbero sulla vita quotidiana delle persone, come ad esempio l'introduzione di un obbligo di ridurre temperature

del riscaldamento di uffici e negozi (a favore il 72% degli intervistati, contro il 56% per un tale obbligo nelle case private); il 63% approverebbe il divieto alla vendita di prodotti elettronici in classe energetica inefficiente; poco più della metà si dice a favore del lavoro da remoto; solo il 35% sarebbe d'accordo con eventuali razionamenti o divieti di utilizzo di veicoli a motore privati.

06901

-0,1%
Previsione 2023

© RIPRODUZIONE RISERVATA

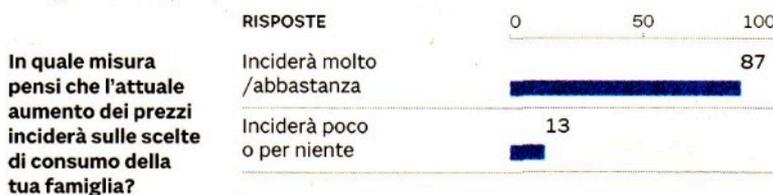
I consumi delle famiglie

Secondo le stime del Centro studi di Confindustria a causa di prezzi alti e riduzione del potere d'acquisto delle famiglie, nella seconda metà del 2022 è atteso un significativo indebolimento dei consumi, previsti sostanzialmente piatti nel 2023. Alla fine del periodo, comunque, risulteranno del 3% sotto i livelli del 2019.

L'indagine

I TIMORI PER IL CARO-PREZZI SI RIFLETTONO SUI CONSUMI

Le risposte degli intervistati (un campione rappresentativo di 1.044 famiglie italiane). In percentuale sul totale



I PRIMI TAGLI ALLA SPESA DELLE FAMIGLIE



06901

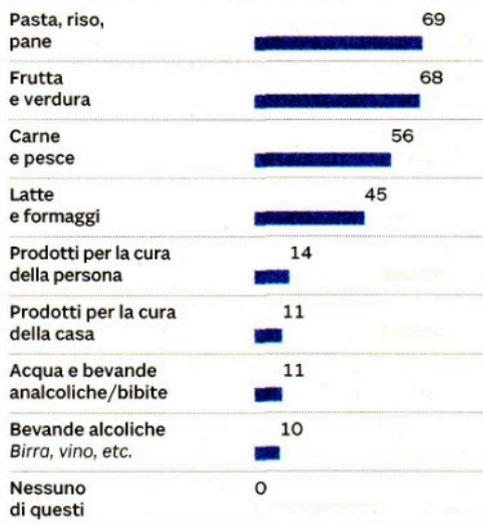
06901

E puoi dirci se hai ridotto o hai intenzione di ridurre nel 2022 le spese per qualcuna di queste attività/prodotti/servizi?



L'IMPATTO SUL CARRELLO DELLA SPESA.

Per quali di questi prodotti hai avuto l'impressione che sia aumentato il prezzo rispetto a 12 mesi fa? Seleziona un massimo di 3 prodotti



Pensando nello specifico agli acquisti di cibo e bevande, puoi dirci quanto sei d'accordo con ciascuna di queste affermazioni?



LE REAZIONI DELLE FAMIGLIE AL CARO ENERGIA

Per ciascuna di queste tipologie di spesa che avevi in programma, puoi dirci se hai deciso di cancellarle/posticiparle a causa dell'aumento dei prezzi, o se non ci sono stati cambiamenti?

■ GIÀ FATTO NEL 2022
■ SÌ, NEI PROSSIMI 6-12 MESI
■ NO



Fonte: Toluna, principale piattaforma di consumer insights sul mercato