

OSSERVATORIO
NORD EST

Il Nord Est e la riduzione dei
consumi

Il Gazzettino, 15.05.2012



NOTA INFORMATIVA

L'Osservatorio sul Nord Est è curato da Demos & Pi per Il Gazzettino. Il sondaggio è stato condotto nei giorni 6-8 febbraio 2012 e le interviste sono state realizzate con tecnica CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) da Demetra. Il campione, di 1039 persone (rifiuti/sostituzioni: 2828), è statisticamente rappresentativo della popolazione, con 15 anni e più, in possesso di telefono fisso, residente in Veneto, in Friuli-Venezia Giulia e nella Provincia di Trento, per area geografica, sesso e fasce d'età (margine massimo di errore 3,03%). I dati fino al 2007 fanno riferimento solamente al Veneto e al Friuli-Venezia Giulia.

Natascia Porcellato, con la collaborazione di Fabio Turato, ha curato la parte metodologica, organizzativa e l'analisi dei dati. Beatrice Bartoli ha svolto la supervisione dell'indagine CATI. Lorenzo Bernardi ha fornito consulenza sugli aspetti metodologici. L'Osservatorio sul Nord Est è diretto da Ilvo Diamanti.

Documento completo su www.agcom.it.

IL NORDEST AI TEMPI DELLA RECESSIONE

di Giancarlo Corò

Uno dei primi modelli insegnati agli studenti di economia è il diagramma del flusso circolare. Si tratta di un modello semplice ed efficace per descrivere le strette relazioni fra dinamica dei consumi da un lato, e investimenti e occupazione dall'altro. Famiglie e imprese si incontrano infatti su due mercati: il primo è quello dei beni e dei servizi, dove le famiglie esprimono la domanda e le imprese l'offerta; il secondo è quello del lavoro e del capitale, dove invece le parti si invertono. In questo modo, ciò che avviene in un mercato si riflette subito nell'altro, in una spirale che di norma accompagna la crescita dell'economia. Quando però le aspettative peggiorano, la spirale può diventare depressiva. Proprio quest'ultima sembra, ahimé, la situazione nella quale rischiamo pericolosamente di scivolare. La crisi iniziata nel settembre 2008 ha subito colpito le imprese, ma non aveva indebolito in misura altrettanto netta i consumi. Se il periodo di difficoltà economica è breve, le famiglie possono infatti mantenere il livello di spesa comprimendo i risparmi o attingendo a quelli accumulati negli anni buoni. Ma quando la crisi si prolunga, si modifica anche la struttura dei consumi, riducendo innanzitutto le spese considerate superflue o che possono essere posticipate, come la ristrutturazione della casa o l'acquisto dell'auto. La conseguenza è che questa risposta "razionale" alla crisi non fa che aggravare la crisi stessa. Certo, le imprese che esportano possono contare sulla domanda dei mercati esteri. Ma le imprese che vendono sui mercati locali, come gran parte dell'artigianato e dei servizi, saranno invece costrette a ridimensionare investimenti e occupazione. Ciò riduce il reddito disponibile delle famiglie, indebolendo ulteriormente i consumi. Per interrompere questa pericolosa spirale dovrebbe intervenire la politica economica, immettendo nel sistema quella parte di "domanda aggregata" che il mercato non riesce ad assicurare. Tuttavia, sappiamo che chi a Roma manovra la nostra politica economica ha oggi le mani legate da una moneta, qual è l'euro, su cui non esercita più un controllo diretto. Ma soprattutto è vincolato da un debito pubblico eccessivo, che non consente né di aumentare la spesa, né di ridurre le tasse. Cosa possiamo dunque fare? Una risposta risiede proprio nelle strategie di consumo, che la crisi può incentivare a diventare più selettive e intelligenti, con l'obiettivo di produrre maggiori risparmi futuri. Ad esempio, chi acquista l'auto darà più importanza ai bassi consumi,

quando non ad alternative più economiche come il trasporto pubblico, a beneficio anche del minore inquinamento. Gli interventi sulla casa guarderanno di più ai risparmi energetici, riducendo le future bollette e aumentando l'autonomia nazionale sugli approvvigionamenti. Mentre la spesa per l'istruzione o per un corso di lingue può diventare un investimento più consapevole sul capitale umano, per accrescere retribuzioni future e occupabilità degli individui, ma con effetti positivi anche sulla produttività dell'economia. In definitiva, se oltre a ridurre i consumi riusciamo a renderli più "produttivi", il tunnel della crisi che stiamo attraversando potrebbe diventare meno lungo e buio. E all'uscita potremmo magari trovare un'economia più sostenibile.

COSÌ IL NORDEST CAMBIA VITA PER RESISTERE AI TEMPI DIFFICILI

di Natascia Porcellato

Come stanno reagendo i nordestini alla crisi? Quali comportamenti sono stati messi in atto nell'ultimo anno per contrastare il difficile momento che sta attraversando l'area? L'Osservatorio sul Nord Est, curato da Demos per *Il Gazzettino*, si occupa oggi di come siano cambiate alcune abitudini dei nordestini per cercare di resistere alla crisi. Più di un intervistato su due (52%) ha ridotto le uscite con amici e parenti, mentre il 49% ha cercato soluzioni per risparmiare su elettricità, riscaldamento e benzina. Il 47%, poi, ha rinunciato ad acquisti importanti già decisi (ad esempio, arredamenti, elettrodomestici, automobile), e il 40% ha ridotto o smesso i propri hobby. Il 37%, infine, fa i propri acquisti anzitutto nel periodo dei saldi.

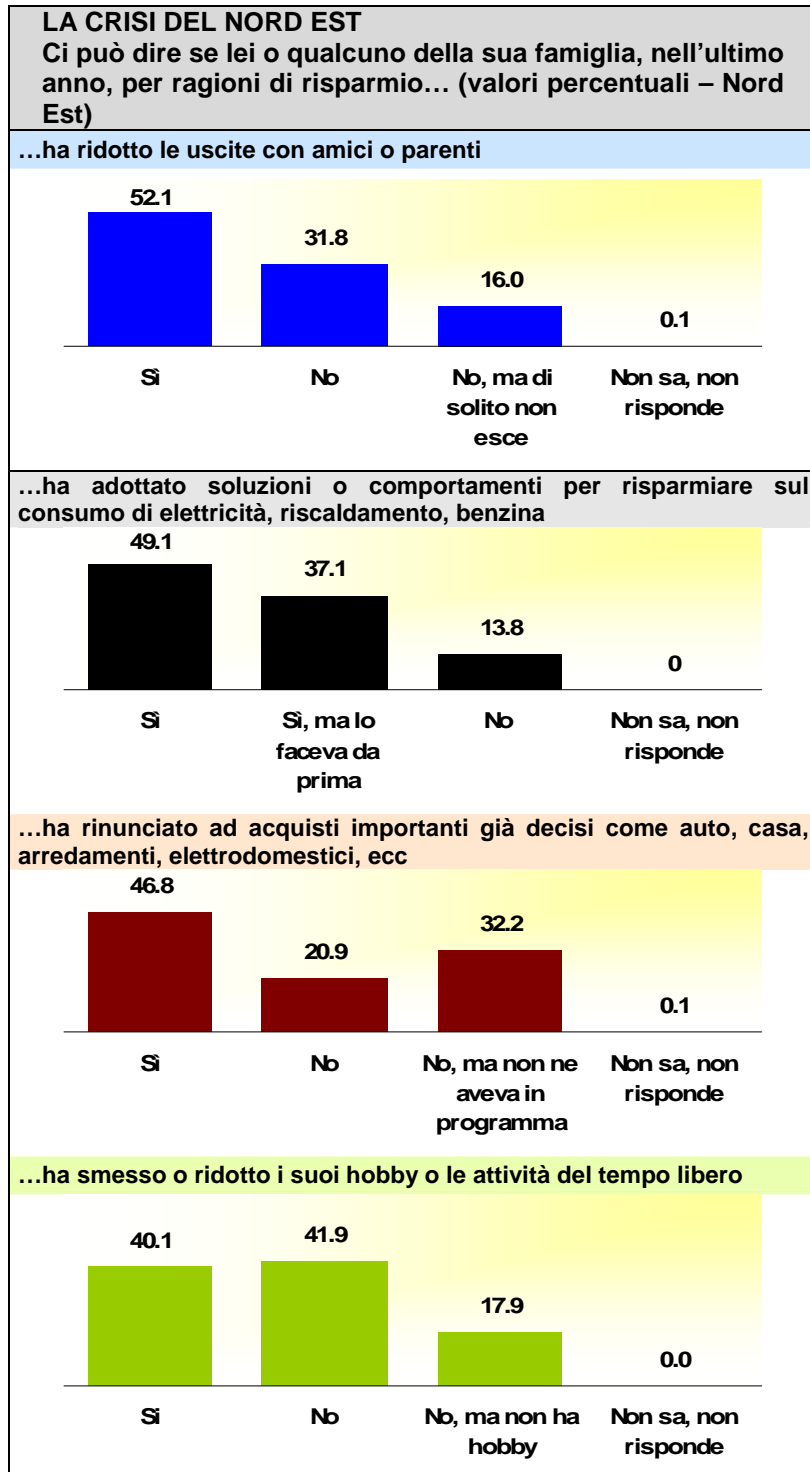
Il contesto di crisi in cui ci troviamo mostra ancora dei tratti particolarmente preoccupanti. Confcommercio ha recentemente certificato che, nel marzo scorso, i consumi nazionali erano fermi ai livelli del 2006, mentre il numero di aziende chiuse, secondo un recente studio dell'Osservatorio Crisi d'Impresa di Cerved Group, sono oltre 3mila nel primo trimestre del 2012. La crisi, quindi, appare ancora lontana dalla sua soluzione e sta continuando a cambiare l'Italia e, con lei, anche Veneto, Friuli-Venezia Giulia e la provincia di Trento. Come stanno mutando i comportamenti dei nordestini? Quali le strategie messe in atto?

Il 52% degli intervistati ha cercato di ridurre le uscite con amici e parenti, con un aumento di 7 punti percentuali rispetto al 2009. La ricerca di soluzioni per risparmiare sui consumi, invece, ha riguardato il 49% degli intervistati (e il 37% lo faceva già da prima), mentre il 47% ha rinunciato ad acquisti importanti che erano già stati decisi; il 40%, poi, ha smesso o ridotto i propri hobby. In questi tre casi, l'aumento rispetto a 3 anni fa è compreso tra gli 8 e i 9 punti percentuali. Sostanzialmente stabile, invece, è la decisione di fare i propri acquisti anzitutto nel periodo dei saldi (37%, ma a questi possiamo affiancare il 42% che aveva già adottato questo tipo di comportamenti in precedenza).

Ci sono delle differenze nel modo in cui le diverse generazioni attuano le strategie di riduzione dei consumi? Coloro che nell'ultimo anno hanno mutato in misura maggiore i comportamenti di consumo proposti, riducendoli tutti, sono soprattutto coloro che

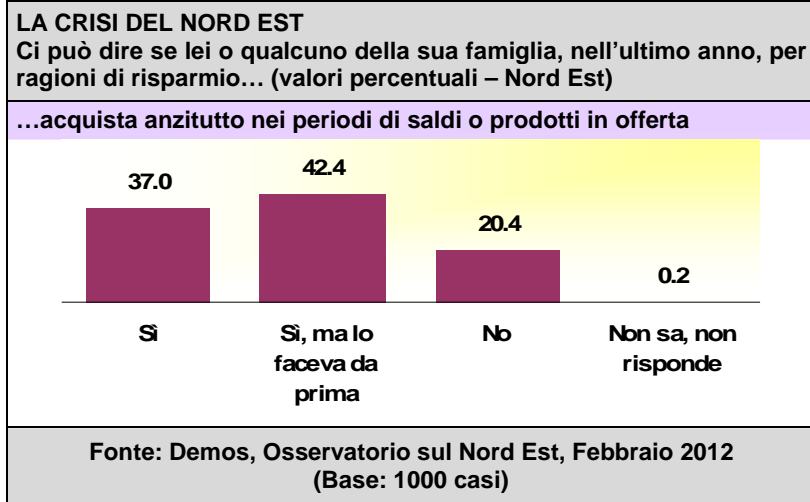
hanno un'età compresa tra i 35 e i 44 anni e tra i 55 e i 64 anni. I giovani con meno di 25 anni, invece, mostrano un'attenzione superiore alla media verso l'acquisto nel periodo dei saldi e l'adozione di comportamenti per risparmiare sui consumi, mentre quanti hanno tra i 45 e i 54 anni cercano soprattutto di ridurre le uscite con amici e parenti.

Guardando alla professione, poi, emergono altre indicazioni interessanti. Le categorie che hanno modificato in modo più diffuso le proprie abitudini sono gli operai e i disoccupati, mentre gli imprenditori si sono concentrati sulla riduzione delle uscite con amici e parenti, sull'adozione di soluzioni per risparmiare sui consumi e sulla rinuncia di acquisti importanti già decisi. I liberi professionisti, invece, mostrano un'attenzione superiore alla media verso la riduzione degli spazi personali, con meno uscite con gli amici e meno attività nel tempo libero. Le stesse strategie vengono utilizzate anche dalle casalinghe, che però aggiungono la rinuncia ad acquisti improntanti già decisi. Gli studenti, infine, cercano soprattutto di ridurre i consumi e di fare i propri acquisti nel periodo dei saldi.



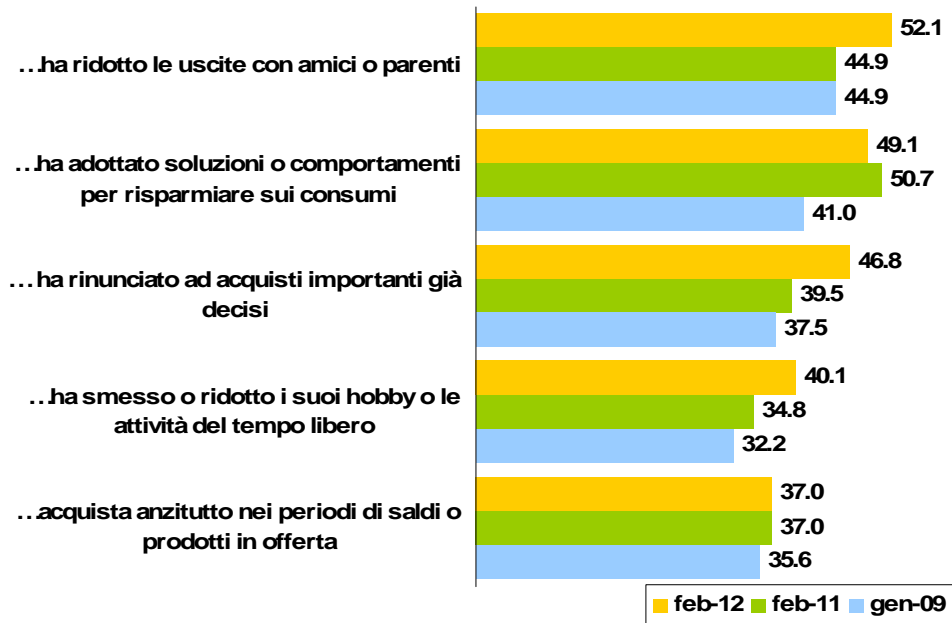
(segue alla pagina successiva)

(segue dalla pagina precedente)



LA SERIE STORICA

Valori percentuali di quanti rispondono affermativamente in relazione all'ultimo anno – Serie storica Nord Est



Fonte: Demos, Osservatorio sul Nord Est, Febbraio 2012
(Base: 1000 casi)

IL FATTORE ETÀ							
Valori percentuali di quanti rispondono affermativamente in relazione all'ultimo anno in base alla classe d'età							
	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e più	TUTTI
...ha ridotto le uscite con amici o parenti	25.7	49.6	63.2	67.5	63.5	38.2	52.1
...ha adottato soluzioni o comportamenti per risparmiare sui consumi	52.9	38.0	51.7	46.5	52.9	47.9	49.1
... ha rinunciato ad acquisti importanti già decisi	23.8	43.5	56.6	47.6	57.4	43.0	46.8
...ha smesso o ridotto i suoi hobby o le attività del tempo libero	22.2	39.3	55.9	35.3	44.3	33.9	40.1
...acquista anzitutto nei periodi di saldi o prodotti in offerta	39.6	25.4	43.5	38.2	41.0	29.3	37.0
Fonte: Demos, Osservatorio sul Nord Est, Febbraio 2012 (Base: 1000 casi)							

LE STRATEGIE DELLE PROFESSIONI									
Valori percentuali di quanti rispondono affermativamente in relazione all'ultimo anno in base alla categoria socio-professionale									
	Operaio	Tecnico, impiegato, funzionario	Imprenditore, commerciante, artigiano	Libero professionista	Studente	Casalinga	Disoccupato	Pensionato	TUTTI
...ha ridotto le uscite con amici o parenti	61.9	50.3	59.5	60.3	26.9	64.2	58.6	46.5	52.1
...ha adottato soluzioni o comportamenti per risparmiare sui consumi	57.0	41.8	63.0	46.4	54.5	45.3	52.4	45.2	49.1
... ha rinunciato ad acquisti importanti già decisi	57.0	41.6	56.2	37.7	24.5	57.6	48.5	44.8	46.8
...ha smesso o ridotto i suoi hobby o le attività del tempo libero	47.2	35.3	40.7	56.7	17.0	49.8	56.1	38.2	40.1
...acquista anzitutto nei periodi di saldi o prodotti in offerta	51.3	30.9	27.9	37.8	39.2	32.9	53.9	31.2	37.0
Fonte: Demos, Osservatorio sul Nord Est, Febbraio 2012 (Base: 1000 casi)									