

La ricerca. L'impatto della recessione secondo il Consumer's forum

Preoccupato un italiano su sette

ROMA

Un italiano su sette pensa che, per effetto della crisi, in futuro si vivrà peggio. C'è pessimismo e ci si attrezza di conseguenza: oltre la metà degli italiani dichiara di non arrivare alla fine del mese, ha quindi meno soldi da spendere e ridurrà ulteriormente i propri acquisti (70%), comprando solo quanto strettamente necessario (80%). Sono i principali dati di una ricerca che sarà presentata oggi a Roma nel corso di un convegno organizzato da Consumer's Forum, l'organizzazione che riunisce le maggiori associazioni di consumatori e aziende.

Eppure, nonostante le aspettative negative, secondo Lorenzo Miozzi, presidente di Consumer's Forum, sull'altro piatto della bilancia «c'è un consumo che diventa sempre più consapevole e responsabile».

La ricerca diretta da Giampaolo Fabris, docente di Sociologia dei consumi, su dati raccolti da Ipsos, mette in luce che il 75% degli italiani è convinto che per vivere meglio si dovrebbe consumare meno; l'80% è attento agli sconti, alle attività di promozione e agli sconti e inizia ad esigere dalle aziende comportamenti etici e responsabili. Si diffonde poi una sensibilità "verde": oltre l'88% degli italiani, a parità di altre condizioni, privilegia prodotti di aziende che rispettano l'ambiente.

Sono piccoli segnali di un cambiamento culturale in atto, paradossalmente accelerato dalla crisi che si sente in modo sempre più incisivo. Il 55% degli intervistati trova sempre più difficile arrivare alla fine del mese. Cresce, di pari passo, la percezione di insicurezza della situazione economica rispetto a un anno fa. Si è passati dal 41 al 67% degli italiani. Un dato che, rileva la ricerca coordinata da Fabris, diventa ancora più evidente se si osserva una serie storica più lunga: 23% nel 2005, 31% nel 2006, 47% nel 2007.

Un altro effetto dell'impo-

verimento in atto è l'allungamento del periodo di scelta dell'acquisto, con la conseguente dilazione delle spese. Quasi il 90% degli italiani ammette infatti di «pensarci bene prima di comprare», penalizzando soprattutto gli acquisti di impulso.

Come prevedibile, è al Sud che la situazione appare più critica. Maggiore pessimismo, poi, si respira tra le donne, più direttamente coinvolte nella spesa quotidiana.

Ma nonostante tutto, rileva il Consumer's Forum, dalla ricerca si può trarre un messaggio di sintesi positivo: quasi 4 italiani su 5 considera ancora soddisfacente la propria qualità della vita.

C.Fo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

