

24^a Indagine annuale Acri - Ipsos
Gli italiani e il risparmio
realizzata in occasione della 100^a Giornata Mondiale del Risparmio

1924-2024
Cento anni di cultura del risparmio

Da 24 anni Acri, l'Associazione che rappresenta collettivamente le Fondazioni di origine bancaria e le Casse di Risparmio Spa, in occasione della Giornata Mondiale del Risparmio, presenta un'indagine, realizzata in collaborazione con Ipsos, che restituisce una fotografia di come gli italiani gestiscano e vivano il Risparmio, alla luce del contesto socio-economico del Paese e della situazione personale.

Gli indicatori comuni a tutte le rilevazioni realizzate fino ad ora, a partire dal 2001 (livello di soddisfazione per la propria situazione economica e tenore di vita, atteggiamento e propensione al risparmio e agli investimenti, comportamenti di consumo), sono integrati da domande specifiche che, di anno in anno, consentono di cogliere il punto di vista degli italiani sul tema specifico della Giornata.

“1924-2024: Cento anni di cultura del risparmio” è il tema di quest'anno, che sottolinea **il valore del risparmio privato in un periodo prolungato di profondi cambiamenti, incertezze e criticità, con particolare attenzione all'evoluzione della cultura del risparmio nel tempo tra le generazioni che si sono succedute.** Un'evoluzione che riflette di fatto i cambiamenti economici, sociali e culturali che si sono verificati nel corso di un secolo nel nostro Paese e che ne hanno cambiato il volto.

IN SINTESI

Il modo in cui il risparmio è percepito e approcciato dagli italiani ha subito nel tempo una trasformazione significativa. Le generazioni precedenti consideravano il risparmio come un pilastro fondamentale della gestione finanziaria personale, associato a virtù come la prudenza e la saggezza, ed era visto come una garanzia per la sicurezza finanziaria della famiglia contro le incertezze della vita. Oggi, il risparmio è considerato principalmente come una necessità per garantire tranquillità e stabilità economica (per il 38% degli italiani), specie dai Boomers, presso i quali il dato raggiunge il 46%. In seconda battuta è un'opportunità per raggiungere specifici obiettivi. **I giovani sono consapevoli di avere priorità e obiettivi di risparmio differenti** da quelli dei loro genitori e **seguono le loro priorità** (lo dichiarano rispettivamente il 63% dei GenZ e il 64% dei Millennials vs il 56% del totale). **Il 33% degli italiani percepisce, inoltre, di avere una capacità di risparmio minore** rispetto alle generazioni precedenti a **causa delle condizioni macroeconomiche attuali**, in particolare **l'aumento del costo della vita (70%) e le condizioni lavorative contemporanee (60%)**, e per i cambiamenti negli stili di vita (60%). In particolare, l'aumento del costo della vita è sentito dalla GenZ (76%) e dai Boomers (77%), mentre le differenti condizioni lavorative

sono menzionate dalla GenX (65%). Trasversalmente alle generazioni rimane alta l'attenzione al risparmio, quando possibile.

Il clima economico in Italia mostra segni di un generale miglioramento, rispetto al **2023, anno che aveva già segnato il ritorno ad un cauto ottimismo**, dopo un 2022 attraversato dall'avvio del conflitto in Ucraina, dal drammatico aumento del costo dell'energia e dalle ricadute pesanti sui prezzi, cui si era associato un periodo di incertezza politica.

Il contesto appare oggi meno problematico, complice probabilmente la discesa dell'inflazione, a cui si accompagna la speranza di un abbassamento dei prezzi a breve, e la discesa dei tassi di interesse che per alcune famiglie e imprese, può rappresentare una boccata d'ossigeno per le proprie finanze.

- Come certificato già da Istat, in Italia **migliora la fiducia per il clima economico** e la fiducia dei consumatori, certamente legata agli aumenti salariali dell'ultimo anno e ad un mercato del lavoro che continua a ridurre la disoccupazione mese dopo mese dal 2016.
- Lo studio Acri-Ipsos evidenzia un **miglioramento del tenore di vita delle famiglie**, che si attesta su livelli superiori a quelli pre-pandemia (49% le famiglie che dichiarano un tenore di vita migliorato o più facile da mantenere vs 44% nel 2018). È il risultato del calo rispetto al 2023 di famiglie in forte difficoltà economica e della crescita delle famiglie che hanno registrato un miglioramento. I soddisfatti per la propria situazione economica salgono quindi dal 56% al 64%.
- Le aspettative degli italiani riguardo al futuro appaiono orientate a dare **molta fiducia alle capacità personali** di affrontare la situazione (34% dichiara che la propria situazione migliorerà vs 15% che pensa che peggiorerà), rasserenati dall'aver gestito bene gli ultimi anni, e forti di un certo ottimismo sulla propria capacità di risparmio e di ricomposizione della spesa.
- Le **aspettative per l'economia mondiale appaiono migliori rispetto** agli ultimi due anni, seppure non ottimistiche. Queste aspettative sono favorite da segnali di resilienza nei mercati globali e da una ripresa economica post-pandemia più robusta del previsto in diversi Paesi, a cominciare dagli Stati Uniti, e dalla convinzione che i conflitti, per quanto gravi e rischiosi, non possano generare ulteriori danni all'economia del Paese.
- Quando si considerano, invece, le **prospettive economiche dell'Europa e soprattutto dell'Italia**, queste **rimangono stabilmente negative** (il saldo tra chi pensa che migliorerà e chi pensa che peggiorerà è rispettivamente di -16 vs -13 punti percentuali il 2023 e di -36 vs -37 punti percentuali).

Nello scenario attuale, a valle del rinnovo del Parlamento Europeo, **si indebolisce la fiducia nell'Unione Europea e nell'Euro**, specialmente tra le fasce di età più mature; al contrario, **le nuove generazioni rimangono molto più positive** (53% tra i 18-30enni vs 45% a totale popolazione). Nel complesso, è venuta meno la ripresa di fiducia del periodo post pandemico.

A **intaccare la fiducia** hanno probabilmente contribuito diversi fattori:

- le **tensioni politiche interne all'UE** emerse con più forza all'indomani delle elezioni europee, comprese le questioni relative alla migrazione e alla gestione delle frontiere;
- i profondi cambiamenti nel panorama geopolitico e le tensioni per i conflitti in atto che hanno influenzato la **percezione della capacità dell'UE di mantenere una posizione forte e unitaria sulla scena internazionale**;

- un'Europa che appare ancora come **il luogo della libertà di scambio e movimento** (29%), ma ingessata da troppa **burocrazia** (33%), e da una mancanza di omogeneità delle regole nei diversi Paesi, non riuscendo a far sì che tutti gli **stati membri** operino in modo trasparente e democratico;
- minore **soddisfazione verso l'Euro** rispetto al picco del 2021 (40% vs 49% nel 2021), anche se la maggior parte degli italiani continua a ritenere che nel lungo periodo l'Euro offrirà un vantaggio (50%).

Ciò nonostante, la maggioranza degli italiani continua a ritenere che **l'uscita dall'UE sarebbe un grave errore** (61%).

Il mercato del lavoro in Italia continua a mostrare segni di ripresa: il tasso di disoccupazione ha raggiunto il 6,2%, il livello più basso dal 2009, con un aumento consistente del numero di occupati rispetto all'anno precedente. La dinamica più recente mostra che la maggior parte dei nuovi lavoratori sono a tempo indeterminato, anche se nel contempo cresce molto il lavoro autonomo a scapito del tempo determinato. Si osserva tuttavia, **un numero di famiglie in difficoltà lavorative in leggero aumento, che passano dal 15% nel 2023 al 17% nel 2024**. Sono persone che in parte non trovano il lavoro auspicato, o che hanno avuto un peggioramento nelle proprie condizioni lavorative. E non va dimenticato che il **numero di individui in povertà si assesta ormai da diversi anni a 5,7 milioni, (poco meno di 1 italiano su 10)** e che **la povertà sale tra chi lavora**, un effetto forse legato all'inflazione che ha colpito maggiormente chi non aveva possibilità di rivedere il proprio paniere di acquisto e alle condizioni contrattuali.

A livello finanziario, le scelte degli italiani rimangono **stabili nel segno di una certa cautela nell'approccio agli investimenti**. Circa due terzi degli italiani sceglie di non investire, prediligendo la sicurezza percepita della liquidità e un terzo investe solo una piccola parte dei propri risparmi. Si ridimensiona la crescita della propensione verso strumenti finanziari più sicuri, con una lieve crescita dei più propensi al rischio (9% vs 7% nel 2023), spinta da tassi di interesse in discesa per gli strumenti più conservativi, e dalle incertezze sulla resa dell'immobiliare. Aumenta quindi la necessità di valutare bene la rischiosità dello specifico investimento, mentre la rischiosità del proponente sembra un tema oggi meno rilevante, coerentemente con la crescita della fiducia verso regole e controlli (39% vs 36% nel 2023).

Quasi la metà delle famiglie italiane riesce a risparmiare, e lo fa con meno ansie e preoccupazioni che in passato. Aumentano le famiglie che grazie al proprio risparmio riuscirebbero a far fronte ad una spesa improvvisa importante, e più di 3 famiglie su 4, dato stabile, ritengono di essere in grado di far fronte ad una spesa improvvisa di media entità. La capacità di risparmio è anche facilitata dall'abilità di adattare i propri consumi alla situazione attuale: razionalizzazione delle vacanze, del fuori casa e degli acquisti di prodotti semi-durevoli, a vantaggio di consumi domestici, di cura della persona e per il benessere e la prevenzione e la salute.

Resta assai **forte il legame percepito tra risparmio e sostegno al Paese**; 3 su 4 lo ritengono importante, 1 su 5 ininfluenza, con un consenso ancora maggiore tra i giovani (che mostrano un saldo di + 61 punti percentuali vs un saldo di +52 del totale popolazione). Il legame percepito tra **responsabilità sociale e ambientale e lo sviluppo economico** del Paese rimane rilevante, anche se non in crescita. Il ruolo delle associazioni di categoria, dei corpi intermedi e del Terzo settore è percepito sempre rilevante nel promuovere la coesione

sociale e lo sviluppo economico (rispettivamente 31% e 38%), specie per i cittadini più giovani (rispettivamente 36% e 46%). Gli italiani continuano a dichiararsi molto attivi sul fronte del volontariato, offrendo il proprio tempo e contribuendo finanziariamente per sostenere il Terzo settore e iniziative benefiche.

Il quadro delinea, quindi, **una maggioranza del Paese che**, avendo l'abitudine di risparmiare e di modulare le proprie spese a seconda del ciclo economico, **riesce a stare meglio o comunque a contenere gli effetti negativi degli aumenti dei prezzi** (49%), complice anche il calo di energia e tassi di interesse. A questa si affianca **una minoranza** (17% delle famiglie italiane) **che non riesce a uscire da una situazione di sopravvivenza o povertà, anche quando lavora, e si sente sempre più a rischio**, non avendo più risorse cui attingere, o spese da ridurre. Il risparmio rimane un elemento centrale nella vita degli italiani, anche per le persone più giovani, che lo vivono come uno strumento per realizzare i propri progetti, più che una abitudine familiare o come elemento di assicurazione verso gli imprevisti del futuro. In ogni caso è dominante l'idea che il risparmio abbia un effetto positivo sulla propria vita e su quella del Paese, consentendo di realizzare una crescita che – auspicabilmente – la si vorrebbe economica, sociale, civile e nel rispetto dell'ambiente.

ANALISI DI DETTAGLIO

La ricerca: metodologia

L'indagine è stata realizzata dal 23 settembre al 7 ottobre 2024, tramite interviste telefoniche (fisso e mobile) con **tecnologia Cati** – Computer Aided Telephone Interviews – ed è stata arricchita con alcuni dei risultati delle indagini congiunturali prodotte da Istat e con dati provenienti da altri Osservatori condotti da Ipsos nell'anno in corso, per tenere traccia del punto di vista degli italiani. Sono state svolte circa 1.000 interviste, presso un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta, stratificato in base ai seguenti criteri: area geografica e ampiezza del centro, sesso ed età. In corso di elaborazione, i risultati sono stati ponderati al fine di riprodurre fedelmente l'universo di riferimento (*fonte Istat*).

Evoluzione della cultura del risparmio

L'analisi delle attitudini al risparmio nelle generazioni precedenti rivela una trasformazione significativa nel modo in cui il risparmio è percepito e approcciato.

Nelle generazioni precedenti, il risparmio era spesso visto come una virtù essenziale, un pilastro della gestione finanziaria personale che rifletteva prudenza e saggezza, e rendeva visibile a sé stessi e agli altri la capacità della famiglia di gestire adeguatamente e con oculatezza le proprie risorse. Per le generazioni precedenti, risparmiare significava garantire la sicurezza finanziaria della famiglia, un impegno verso il futuro che richiedeva disciplina e sacrificio, ed era una dimostrazione di responsabilità e lungimiranza. Il risparmio diventava una risposta naturale alle incertezze della vita, un modo per proteggersi da eventuali imprevisti finanziari, come malattie o perdita del lavoro.

La cultura del risparmio era alimentata da un forte senso di comunità e di continuità intergenerazionale, dove le abitudini finanziarie venivano tramandate come insegnamenti

preziosi. Il risparmio era strettamente legato a obiettivi concreti e tangibili, come l'acquisto di una casa, l'educazione dei figli o il finanziamento della pensione.

Questa concezione tradizionale del risparmio ha subito un'evoluzione. Se alcuni principi fondamentali del risparmio rimangono invariati, specie per le persone più mature, le priorità e le strategie delle nuove generazioni si sono adattate a un mondo più interconnesso, dove l'accesso alle informazioni, la digitalizzazione e le nuove tecnologie finanziarie hanno ampliato le possibilità di gestione del denaro e di progettazione della propria vita.

Se osserviamo le dinamiche generazionali legate all'attitudine al risparmio, questa rimane alta quanto quella delle generazioni passate, tuttavia, **si evidenzia una percezione di diminuita capacità di risparmio: il 33% degli italiani ritiene di riuscire a risparmiare meno dei propri genitori**. Si tratta, in misura maggiore, della fascia più matura della popolazione (36%) che pur riconoscendo il valore del risparmio acquisito dalla propria famiglia, nel tempo ha percepito un cambio di passo nella propria capacità di risparmio, dovuto alle crisi finanziarie che si sono succedute dal 2008 e dalla progressiva perdita del potere di acquisto che ha ridotto la propria capacità di accumulare denaro. Inoltre, chi risparmia lo fa con meno perseveranza e pianificazione rispetto al passato: in molti cercano di risparmiare, ma senza porsi veri e propri obiettivi.

La crisi che ci accompagna ormai da anni, il mutato mercato del lavoro col suo dinamismo, offrono meno appigli che possono favorire la pianificazione. Un cambiamento di prospettiva che per gli italiani è **influenzato principalmente dall'aumento del costo della vita (70%), dalle condizioni economiche e lavorative contemporanee (60%)** che hanno impattato soprattutto la Gen X (65%) e dai cambiamenti negli stili di vita (60%) che coinvolgono le generazioni più mature.

Oggi, il risparmio è considerato principalmente come una necessità per garantire tranquillità e stabilità economica, specie dai più maturi, ma anche come un'opportunità per raggiungere specifici obiettivi. I giovani appartenenti alle generazioni Z e Millennials, tendono ad associare il risparmio maggiormente a concetti di **crescita (18%) e investimento (15%)** rispetto ai Boomers (rispettivamente 8% e 2%).

Le priorità di risparmio riflettono anche uno cambiamento nei bisogni e nei desideri. I più maturi tendono a risparmiare principalmente per far fronte a un futuro incerto, concentrandosi su spese impreviste, al rischio di spese mediche (rispettivamente 61% e 50%) e per raggiungere la sicurezza finanziaria. **Al contrario, i giovani sembrano più orientati al presente**, risparmiano per permettersi viaggi e svaghi (Gen Z pari all'28%; Millennials pari al 29%), indice di un desiderio di esperienze piuttosto che di accumulo di beni materiali, che è una delle cifre delle nuove generazioni.

I giovani della **Generazione Z e i Millennials sono consapevoli di avere priorità e obiettivi di risparmio differenti da quelli dei loro genitori**, (lo dichiarano rispettivamente il 63% e il 64% vs il 56% del totale) **e seguono le loro priorità**. Le condizioni macroeconomiche e le trasformazioni sociali hanno avuto un impatto significativo sulla cultura del risparmio, spingendo le nuove generazioni a riconsiderare le proprie strategie finanziarie in un contesto sempre più complesso e in evoluzione, **rimanendo comunque molto propensi a risparmiare, quando possibile**.

Il Futuro dell'economia, personale e globale

Il 2024 si profila come un anno di transizione verso una maggiore stabilità economica, caratterizzato da un rinnovato ma prudente ottimismo. Gli italiani sembrano avere prospettive più positive riguardo alla loro condizione personale, anche se persiste una certa inquietudine per le sfide economiche future del Paese e dell'Europa, e sullo sfondo, per i conflitti internazionali in corso.

Nel corso dell'autunno 2024, il panorama economico italiano **mostra segnali di fiducia ritrovata**, sia a livello personale che collettivo. Dopo un 2023 segnato da una timida ripresa, il clima di ottimismo sembra consolidarsi, seppur con cautela. **Un numero crescente di famiglie percepisce un miglioramento o una gestione più agevole del proprio tenore di vita** (49% vs 46% nel 2023). Questo andamento positivo si riflette anche nella maggior soddisfazione personale: quasi 2 italiani su 3 si dichiarano soddisfatti della propria situazione economica (64% vs 56% nel 2023). Si osserva, in particolare, una maggior soddisfazione tra coloro che possiedono un mutuo, dovuta con tutta probabilità alla discesa dei tassi di interesse che ha ridato ossigeno alle finanze familiari (+14 pp delle risposte 'molto + abbastanza soddisfatto' rispetto al 2023).

A dimostrazione di questo, si osserva una **progressiva riduzione della quota di pessimisti sul futuro**, che aveva raggiunto livelli significativi alla fine del 2022. Infatti, nel 2024 la percentuale di pessimisti è scesa al 47% (era il 52% nel 2023 e il 58% nel 2022). Sono, in particolare, i pessimisti più moderati a mostrare un atteggiamento meno negativo rispetto al passato (28% vs. 32% nel 2023), mentre i pessimisti più radicali (circa 1 italiano su 5) continuano a manifestare un forte disagio, evidenziando che, nonostante il miglioramento generale, permangono preoccupazioni profonde in alcune fasce della popolazione. Parallelamente, **cresce anche la percentuale di ottimisti** (30% vs 27% nel 2023) e di coloro che sono neutrali (né ottimisti, né pessimisti) + 3 p.p. Di conseguenza, si assiste a un **miglioramento complessivo del saldo netto tra ottimisti e pessimisti**, che passa da -25 p.p. nel 2023 a -17 p.p. oggi.

Sono le prospettive economiche personali ad essere più favorevoli: +19 p.p. il saldo tra chi pensa che nei prossimi 3 anni la propria situazione personale migliorerà vs peggiorerà (era +11 p.p. nel 2023). Inoltre, **questo ottimismo è particolarmente evidente tra i giovani di età compresa tra 18 e 30 anni** (con un saldo di +52), **seguiti dai Millennials (31- 44 anni) che recuperano le attese positive** (con un saldo di +36). Tra i fattori che alimentano la fiducia emerge sicuramente la crescita dell'occupazione, il rallentamento dell'inflazione e la discesa dei tassi.

Anche le aspettative per l'economia mondiale indicano segnali di miglioramento, sebbene le aspettative negative non siano del tutto fugate, con un saldo di -11 p.p. (vs -16 p.p. nel 2023). Questo ottimismo è probabilmente sostenuto dai segnali di resilienza mostrati dai mercati globali e da una ripresa economica post-pandemica più forte del previsto in molti paesi, a cominciare dagli Stati Uniti.

Al contrario, le aspettative economiche per l'Europa e soprattutto per l'Italia appaiono più cupe. Il saldo tra chi ritiene che la situazione economica europea migliorerà nei prossimi tre anni rispetto a chi prevede un peggioramento si attesta a -16 p.p. (vs -13p.p nel 2023), riflettendo preoccupazioni persistenti per sfide macroeconomiche, incertezze geopolitiche e

conflitti internazionali in corso. Allo stesso modo, solo il 16% degli italiani si aspetta un miglioramento dell'economia nazionale, mentre la maggior parte della popolazione prevede un peggioramento (52%).

Le principali preoccupazioni degli italiani riguardano soprattutto l'occupazione e l'economia; il 54% della popolazione le considera prioritarie, riflettendo un'ansia diffusa per la stabilità economica e la sicurezza del lavoro futura. **Altre aree di preoccupazione includono la sanità e la perdita del potere d'acquisto,** citate rispettivamente dal 35% e dal 29%, ed in crescita nell'ultimo anno. In misura minore sono, invece, citati spontaneamente i conflitti internazionali che appaiono probabilmente più lontani dalla quotidianità.

L'Europa e l'Euro

Nel contesto attuale, dopo le elezioni del 2024, l'Unione Europea sembra un riferimento meno affidabile per gli italiani: la fiducia scende al 45% rispetto al 51% del 2023. Questa tendenza si manifesta principalmente tra gli over 45, che mostrano livelli di fiducia decisamente inferiori rispetto ai giovani tra i 18 e i 30 anni. **Tra i giovani, infatti, domina un atteggiamento positivo (53%),** mantenendo viva la fiducia in un contesto europeo.

Anche le prospettive sul futuro dell'Unione Europea appaiono più incerte. Sebbene **quasi la metà degli italiani (48%) creda che l'UE seguirà una direzione positiva nei prossimi cinque anni, questa quota è diminuita rispetto al 58% del 2023.** Parallelamente, aumenta la percentuale di scettici (39% vs 34%). Anche in questo caso i più giovani mostrano aspettative più ottimistiche, con il 62% dei 18-30enni che vede una direzione giusta per l'UE nei prossimi cinque anni, dato in tenuta rispetto al 2023. Nonostante le incertezze, sei italiani su dieci continuano a ritenere che **un'uscita dall'Unione Europea sarebbe un grave errore,** anche se questa percentuale è diminuita (61% rispetto al 67% nel 2023). In ogni caso il dato è molto superiore a chi auspica un'uscita, pari al 20%.

L'Unione Europea evoca una serie di percezioni contrastanti tra gli italiani. Da un lato, **l'UE continua a essere associata ai principi di libertà e cooperazione,** incarnando ideali che sono profondamente radicati nell'immaginario collettivo europeo. Infatti, il merito di promuovere la libertà di scambio e la circolazione di merci, servizi e denaro tra i paesi membri rimane il tratto maggiormente riconosciuto dagli italiani. Allo stesso tempo, il 28% della popolazione associa l'UE alla capacità di favorire la cooperazione economica, evidenziando come l'integrazione europea offra un terreno fertile per la collaborazione tra nazioni. Un altro aspetto positivo significativamente riconosciuto è la libertà di movimento, citata da un italiano su quattro che permette ai cittadini dei paesi membri di scegliere liberamente dove vivere, promuovendo un senso di appartenenza a una comunità più ampia.

Tuttavia, **non mancano le critiche,** soprattutto in riferimento alla **burocrazia** percepita come eccessiva dal 33% degli italiani. Questa viene spesso vista come un ostacolo che limita l'autonomia decisionale dei singoli Stati membri, alimentando una sensazione di disillusione tra i cittadini. Inoltre, per 1 italiano su 5, l'UE appare più come un vincolo che un facilitatore del progresso sociale ed economico. L'Europa non sembra riuscire a giocare un **ruolo rilevante nelle controversie internazionali,** e nemmeno a garantire una sufficiente trasparenza e **rispetto della democrazia** in tutti i suoi Stati membri.

Tra i più giovani emerge un'idea più positiva dell'Unione Europea su molti aspetti, tra cui spicca l'impegno verso l'attenzione all'ambiente, al cambiamento climatico, alla salute, alle relazioni esterne, alla sicurezza e all'immigrazione (+11 p.p. rispetto al totale). Riconoscono, ancor più della media, la capacità dell'Unione Europea di promuovere la **cooperazione economica**, il **confronto costante** tra tutti i Paesi membri e di **garantire che le sue Istituzioni e le Istituzioni dei Paesi membri operino in modo trasparente e democratico** (tutte rispettivamente a + 8 p.p. rispetto al totale).

Un elemento che a oltre 20 anni dalla sua nascita non appare ancora in grado di apportare un valore significativo è l'**Euro**: si osserva un calo della soddisfazione dopo il picco del 2021. **Attualmente, il 60% degli italiani si dichiara insoddisfatto della moneta unica**, con sentimenti negativi più pronunciati tra gli adulti, i residenti nel Sud, e quelli con un'istruzione inferiore. **Nonostante questo, il 50% degli italiani mantiene una visione a lungo termine più ottimistica e ritiene che l'euro rappresenterà un vantaggio per il Paese nei prossimi vent'anni.**

Risparmio e Consumi: ultimi 12 mesi e attese per i prossimi 12

La capacità delle famiglie di gestire con maggiore tranquillità le proprie finanze e far fronte a spese quotidiane e impreviste ci restituiscono l'evidenza di una buona tenuta tra i consumatori e i risparmiatori.

Nelle situazioni complesse, le famiglie italiane mostrano una buona capacità di adattamento e resilienza, e una propensione a pianificare il futuro guidata da un approccio cauto. Si conferma, poi, l'attitudine positiva degli italiani verso il risparmio: rimane elevato il numero di famiglie italiane che sono riuscite a risparmiare parte del proprio reddito, mentre è in calo chi fa ricorso a prestiti o ai risparmi accumulati.

Il concetto di **risparmio ha un'accezione positiva**: è associato per lo più a tranquillità (38%), ma anche a tutela (17%) saggezza (14%) e crescita (12%); risparmiare implica anche una proiezione al futuro per un italiano su quattro. Allo stesso tempo, per un italiano su quattro, il risparmio oggi, meno di un anno fa, implica fare dei sacrifici (26% vs 29% nel 2023).

Stabili numericamente coloro che **vivono il risparmio con meno ansia e senza troppe rinunce** (54% vs 53% nel 2023), a fronte di una ulteriore contrazione di coloro che non vivono tranquilli se non accumulano il denaro (31% vs 34% nel 2022). In crescita coloro che preferiscono godere dell'oggi senza preoccuparsi per il futuro (12% vs 7% nel 2023) che di fatto tornano ai livelli degli anni precedenti, rimanendo una quota minoritaria di italiani.

3 italiani su 4 affrontano spese impreviste con mezzi propri e con una certa tranquillità: **il 76% delle famiglie è in grado di far fronte a spese non programmate pari a 1.000 euro** (77% nel 2023). In aumento il numero di famiglie in grado di affrontare spese impreviste di entità importanti, stante il generale miglioramento delle condizioni economiche: **il 38% sarebbe in grado di fare fronte a spese non programmate di 10.000 euro con risorse proprie**, in lieve crescita rispetto al 2023 (36%); si tratta in misura maggiore di italiani residenti nel Nord Est, di età tra i 45 e 65 anni, laureati che appartengono alle classi direttive o pensionati e che in generale si dichiarano maggiormente soddisfatti della propria condizione economica.

La relazione tra risparmio e investimento

Nell'attuale contesto, rimane forte la propensione degli italiani verso la liquidità. Per chi investe, si osserva una lieve crescita dei propensi verso strumenti finanziari più rischiosi, più attraenti per le opportunità di maggior rendimento offerte dai mercati in un contesto di decrescita dei tassi.

Per 4 italiani su 10 l'accumulo di denaro è fine a sé stesso, è un'indole che non necessita di ulteriori motivazioni. Per il 60% che invece risparmia con una progettualità specifica, emerge una maggiore tensione a progetti più a lungo termine rispetto al 2023, in particolare tra la Generazione X, adulti che si trovano in una fase di vita caratterizzata da responsabilità familiari e lavorative crescenti.

Nel 2024 si contrae di poco il livello di apertura all'investimento: il 34% dichiara di investire una parte dei risparmi rispetto al 36% nel 2023. Si mantiene pressoché stabile la propensione a spendere il denaro o a tenerlo a disposizione sul conto corrente che riguarda il 63% degli italiani (era il 62% nel 2023 e il 63% nel 2022).

Si ridimensiona leggermente la propensione a strumenti finanziari più sicuri osservata nel 2023 (36% vs 38% nel 2023) anche per effetto della discesa dei tassi di interesse sui titoli di Stato e sui più tradizionali strumenti di risparmio, spingendo alcuni investitori a considerare l'azionario come un'alternativa che offre rendimenti più elevati sui propri investimenti.

Nell'investire, si **guarda alla rischiosità dell'investimento (33%) e all'impatto positivo su ambiente e società (20%)**. Diminuisce, invece, la quota di coloro che sono attenti **alla solidità** del soggetto proponente (18% vs 23% nel 2023), segno di una maggiore tranquillità nei confronti del sistema finanziario. Una quota non trascurabile della Gen Z (19%, vs il 16% del totale) considera il rendimento l'aspetto prioritario dell'investimento, mentre il 23% si dichiara (superiore al 20% della popolazione) interessato ad investire in **attività con impatto positivo su ambiente e società**. La Generazione Z sembra avere al proprio interno posizioni più polarizzate tra individui più attenti all'immediato e altri guidati da una visione più sistemica di medio e lungo termine.

Il valore del risparmio per lo sviluppo sostenibile

Rimane molto alta l'importanza percepita del legame tra risparmio e crescita del Paese all'insegna di uno sviluppo sociale e civile.

Gli italiani che considerano cruciale la **sostenibilità economica e sociale** per lo sviluppo economico del Paese sono sostanzialmente stabili al 55% (vs. 56% nel 2023). **Sono gli over 65 anni a mostrare maggiore sensibilità per i temi della sostenibilità economica e sociale** (62% li ritiene completamente o molto importanti), necessari per garantire un futuro più sostenibile per le prossime generazioni.

Allo stesso tempo, gli italiani riconoscono l'importanza di uno sviluppo economico del Paese legato al tema della transizione energetica. Questo legame è in crescita rispetto al 2023 (48% vs 46%), ma meno evidente rispetto al 2022, anno in cui la crisi aveva portato ad

individuare nella crescita economicamente e socialmente sostenibile la chiave di volta dello sviluppo economico del Paese (59% nel 2022).

La **dimensione sociale** rimane **profondamente radicata nella realtà italiana**, influenzandone anche aspetti della quotidianità. Il legame tra risparmio privato e benessere collettivo si manifesta anche attraverso le donazioni, l'iniziativa del 5X1.000 e il volontariato.

La percentuale di italiani che effettuano donazioni in denaro è in lieve calo 61%, rispetto al 64% nel 2023, ma è compensata da una maggiore regolarità nelle donazioni. Inoltre, un italiano su due partecipa almeno una volta all'anno ad attività di volontariato a favore di associazioni o organizzazioni senza scopo di lucro, e partecipa a eventi, incontri e attività organizzati da associazioni culturali e ambientaliste. La frequenza di partecipazione è leggermente aumentata rispetto al 2023. **I 18-30enni si distinguono ancora una volta per un maggior impegno nel campo sociale;** sono maggiormente coinvolti nelle donazioni, nel volontariato e nella partecipazione attiva in associazioni culturali, ambientaliste, adoperandosi in questi ambiti con maggior frequenza rispetto al resto della popolazione.