

Dall'Europa all'Euro: come cambiano gli acquisti in periodo di bassa inflazione

Il contenimento dell'inflazione è il primo effetto tangibile del percorso verso l'Euro - Sarà più importante la trasparenza sui prezzi, perché il consumatore potrà confrontare più facilmente - La famiglia italiana fa un "lungo respiro" sugli acquisti, pianificando sempre più a lungo termine le spese e aprendosi maggiormente al credito - Acquisti sì, ma con prudenza: no ai facili entusiasmi e alle mode - Diventerà sempre più chiara la relazione tra prezzo e valore di un bene.



Con i piedi finalmente in Europa, ma con in testa ancora la lira, le famiglie italiane sono entrate in una fase di trasformazione che si concluderà

ufficialmente il 1° gennaio 2002, data stabilita per l'adozione della moneta unica europea. Di fronte a questo cambiamento epocale l'Osservatorio

Findomestic ha voluto nuovamente fare il punto sui cambiamenti in atto nei comportamenti dei consumatori. Già nelle edizioni precedenti si è potuto mettere in luce la tendenza ad una pianificazione degli acquisti (vedi "Dal momento d'acquisto al progetto d'acquisto" nella prima edizione dell'Osservatorio) ed all'adozione di criteri-guida per la scelta dei canali distributivi e delle tipologie di prodotto/marca (vedi "I modelli d'acquisto dei consumatori" nella terza edizione dell'Osservatorio).

Finita la suspense sull'ingresso in Europa insieme ai Paesi del primo turno, i consumatori italiani non hanno ancora di

fatto metabolizzato tutti i significati di questo avvenimento, ma già da qualche tempo si sono accorti dello stabilizzarsi dell'inflazione a livelli bassi.

A questo fatto ormai tangibile va aggiunto che anche le previsioni per i prossimi anni sono concordi nel ritenere ormai aperta una fase di stabilità monetaria, come prescritto dai parametri di Maastricht, la quale dovrebbe portare, senza ulteriori impennate inflattive, all'avvento dell'Euro.

Quali aspettative si manifestano dunque, a fronte di questo percorso apparentemente rettilineo che le famiglie italiane si trovano davanti?

Effetto trasparenza

Ciò che forse più superficialmente, ma in

maniera più diffusa, accompagnerà questo cammino verso l'Euro sarà "l'effetto trasparenza", ovvero una progressiva semplificazione del confronto che i consumatori potranno operare fra i prezzi praticati, all'interno e anche oltre i confini nazionali. Questa aspettativa riguarda maggiormente i consumatori più giovani che sembrano quelli più desiderosi di poter acquisire una capacità selettiva, in grado di



tradursi in un reale vantaggio sul prezzo del bene acquistato. Del resto è proprio fra i più giovani che si ritrovano le categorie di consumatori meno abitudinarie, più "sperimentaliste", e con un potere d'acquisto tendenzialmente inferiore.

Curiosamente, è il pubblico femminile quello che dimostra comunque il maggior scetticismo su questo "effetto trasparenza" che si dovrebbe determinare in relazione all'unificazione monetaria e al calo dell'inflazione. È probabile che questo atteggiamento di maggior cautela delle donne italiane sia influenzato dalla pratica che esse hanno negli acquisti quotidiani (per i quali è più difficile quantificare il controllo/convenienza sui diversi prodotti e canali), mentre per i beni durevoli la decisione viene presa chiamando in causa i diversi componenti della famiglia (acquisendo informazioni prima dell'acquisto, discutendo insieme e ponderando la scelta).

In ogni caso, le famiglie italiane sono convinte che l'inflazione, non solo non sarà più un "mostro", ma nemmeno un "alibi" per rincari di routine sulla merce: in altre parole l'attesa è quella di una reale stabilizzazione percepibile sui punti vendita e non solo dagli indicatori statistici diffusi da telegiornali e stampa.

Va anche detto che il consumatore è ben consapevole che l'inflazione non è l'unica possibile causa di aumento dei prezzi e intravede nel futuro prossimo venturo un nuovo nemico

che potrà penalizzare la sua spesa. Si tratta della pressione fiscale, in particolare di quella che agirà più direttamente sulla produzione e la distribuzione, mettendola in condizione di doversi rivalere sulla domanda. È chiaro comunque che questo pericolo non potrà e non dovrà trasformarsi in un nuovo "alibi", poiché il consumatore dispone già oggi, e sempre più in futuro, di un orizzonte di riferimento e di una capacità selettiva che gli permetteranno di orientarsi molto meglio che in passato nella ricerca di un effettivo vantaggio sugli acquisti proposti.

Il lungo respiro

Un secondo effetto che accompagnerà questa fase di bassa inflazione sarà il "lungo respiro" delle famiglie italiane, in pratica il calo del costo del denaro e conseguentemente la diminuzione dei tassi di interesse per prestiti e mutui, porterà ad una pianificazione degli acquisti (in particolare di quelli importanti come la casa e i beni durevoli) estesa su



un arco temporale più lungo.

Sempre meno si assisterà ad un bilancio familiare gestito di mese in mese o di anno in anno, sempre più il concetto di "progetto d'acquisto" si sposterà su beni il cui pagamento, come pure l'utilizzo ed il relativo ciclo di sostituzione, sarà misurato in numero di anni.

Questa tendenza ha una sua causa "tecnica", cioè la riduzione dei tassi di interesse, ma anche una sua causa "psicologica", cioè la capacità di pensare al futuro della propria famiglia, al di là delle contingenze e degli impulsi all'acquisto scanditi dalle mode. Il consumatore di fine millennio sembra dunque posizionarsi, per mentalità, all'opposto di quello degli anni '80, tutto

proteso all'acquisto di "breve respiro", da godere subito, ostentare e rimpiazzare sull'onda di nuovi entusiasmi.

Esiste però una controtendenza rispetto alla visione di lungo respiro



manifestata dalle famiglie italiane. Questa controtendenza è rappresentata da una forte attrazione esercitata dal mondo finanziario.



L'analisi di questo dato rivela tuttavia che la tendenza a rimandare gli acquisti più costosi, perché in questo momento conviene investire i propri risparmi, non appartiene alle famiglie oggettivamente più vocate al finanziario, vuoi per mentalità,

vuoi perché benestanti, bensì a quelle con il livello di istruzione più modesto. In altre parole questa attrazione verso il finanziario, in antitesi alla

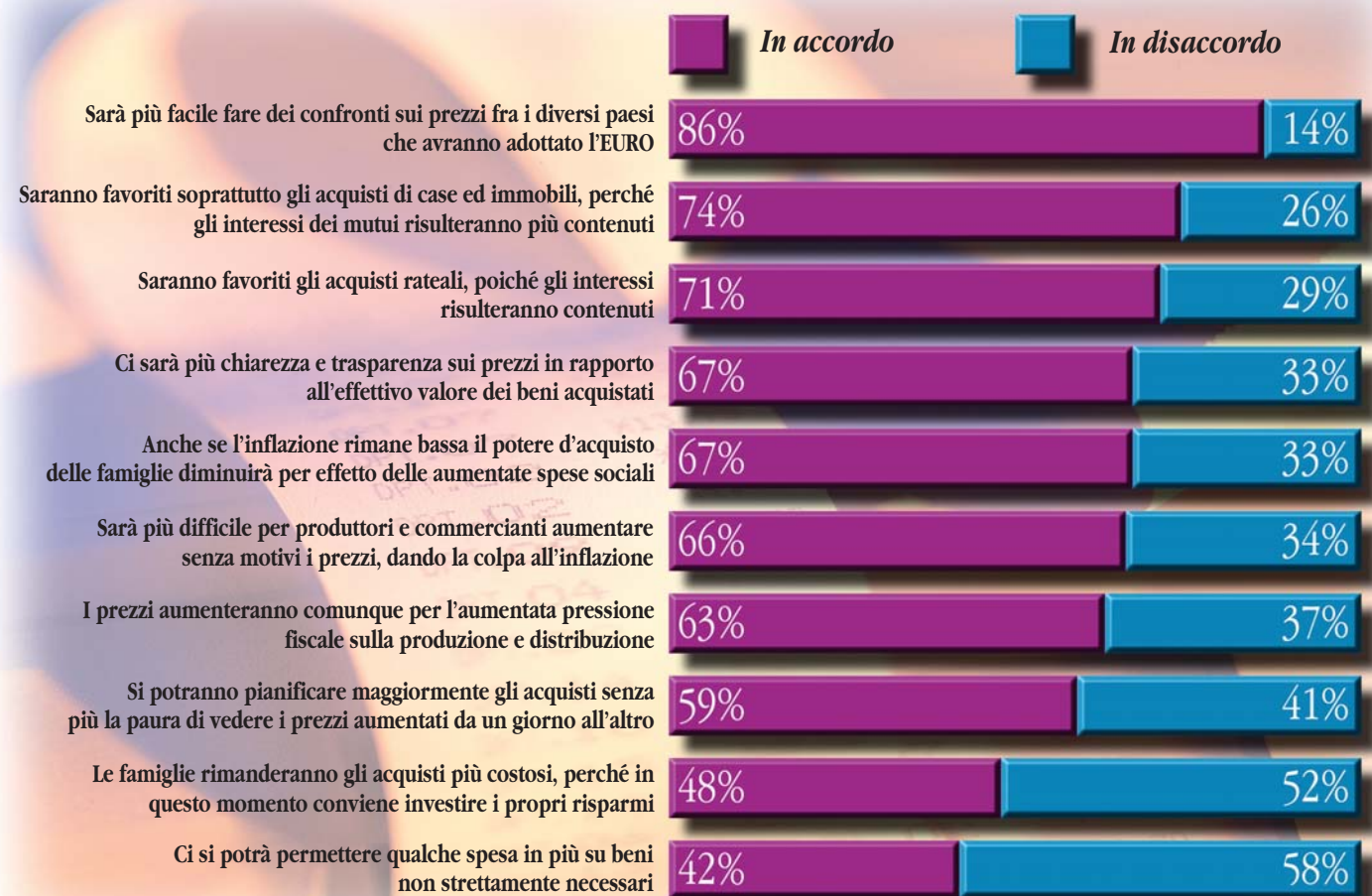
pianificazione degli acquisti su lungo periodo, ha tutte le caratteristiche di una moda che va a colpire le persone dotate di minori strumenti di discernimento sulla reale convenienza delle diverse formule di impiego dei propri risparmi.

Gli effetti della bassa inflazione

Al di là di questa controtendenza culturale, la maggioranza delle famiglie italiane sembra ormai orientata ad una gestione più "matura" del proprio patrimonio che non contrapponga un realizzo finanziario nel breve periodo ad una programmazione delle

"Fare i conti" in periodo di bassa inflazione

Base: totale intervistati



spese salienti sul lungo periodo, bensì trovi un corretto equilibrio tra gestione del risparmio e miglioramento o mantenimento del tenore di vita.

La possibilità di trovare questo equilibrio non sembra affatto facile, perché se da una parte la maggioranza degli italiani sembra condividere la “promessa europea”, almeno nelle sue affermazioni di principio, dall'altra parte è evidente a tutti il costo che è stato necessario sopportare e che ancora occorrerà sostenere per portare avanti il processo di unificazione monetaria.

Su questo punto l'Osservatorio offre dei chiari segnali che mettono in luce la profonda cautela con cui le famiglie italiane intendono muoversi in questa fase di cambiamento.

La stabilità monetaria di fatto elimina la consuetudine ad attribuire all'inflazione la 'colpa' dell'aumento dei prezzi.

Di certo il nemico comune rappresentato dall'inflazione che finiva con l'erodere progressivamente il potere d'acquisto delle famiglie in un vortice di aumenti (salari, prezzi al consumo, costo del denaro, ecc.), appare sconfitto, ma il costo di questa vittoria è stato alto. È andata riducendosi progressivamente l'influenza degli “ammortizzatori sociali” che rendevano meno oneroso, per le famiglie italiane, l'approvvigionamento di una serie di servizi di base e contenevano alcuni costi su beni e servizi necessari (sanità, trasporti, scuola, ecc.).

Due italiani su tre sono, infatti, convinti che “anche se l'inflazione rimarrà bassa, il potere d'acquisto delle famiglie diminuirà per effetto delle aumentate spese sociali”. Questa preoccupazione è più diffusa fra le donne (da sempre più attente alla gestione del bilancio familiare) e nelle città più grandi (dove l'impatto di costi quali abitazione e trasporti è più forte).

Per contro, solo il 42% degli italiani pensa che, grazie alla bassa inflazione, potrà permettersi qualche spesa in più su beni non strettamente necessari. In questa prospettiva di prudenza, i meno “austeri” sembrano essere i più giovani e le popolazioni del meridione (che, come già

evidenziato dall'Osservatorio 97/98, “Euro: moneta unica e pareri diversi” sono da sempre le più euroentusiaste).

Alla luce degli atteggiamenti rilevati, diventa importante comprendere quali settori



merceologici saranno maggiormente avvantaggiati da questa fase di bassa inflazione, catturando l'interesse dei consumatori italiani. Già nella terza edizione dell'Osservatorio (vedi “I riflessi sui comportamenti di consumo”) si era analizzata la diversa reattività delle categorie merceologiche rispetto alle variazioni della capacità di spesa, identificando beni stabili (relativamente anelastici rispetto alla capacità di spesa), beni prioritari (che resistono in caso di contrazione della capacità di spesa), beni sensibili (la cui richiesta varia significativamente in rapporto alla capacità di spesa) e beni labili (che



vengono abbandonati per primi in caso di contrazione della capacità di spesa).

Coerentemente a questa suddivisione, ciò che si può notare in base ai dati rilevati nella presente edizione dell'Osservatorio e riferiti quindi all'attuale periodo di bassa inflazione, è un

interesse maggiore verso alcune categorie di prodotti precedentemente definiti come "beni sensibili": in particolare i consumatori italiani vedono favoriti gli acquisti per telefonia / informatica

domestica / fax, elettrodomestici bruni e viaggi/vacanze. Il fatto che oltre la metà delle famiglie italiane ritenga che questi consumi saranno avvantaggiati nel prossimo periodo

è un indubbio segnale positivo.

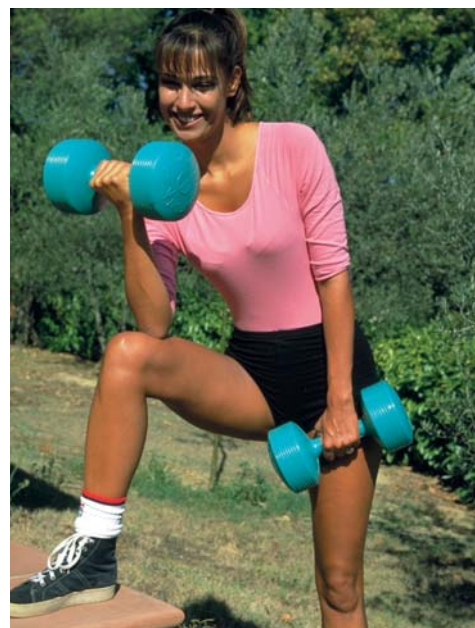
Dopo questi settori in pole position, un apprezzabile vantaggio della riduzione dell'inflazione potrà

essere colto da auto e moto e dagli elettrodomestici bianchi, ovvero di quei beni considerati come prioritari.

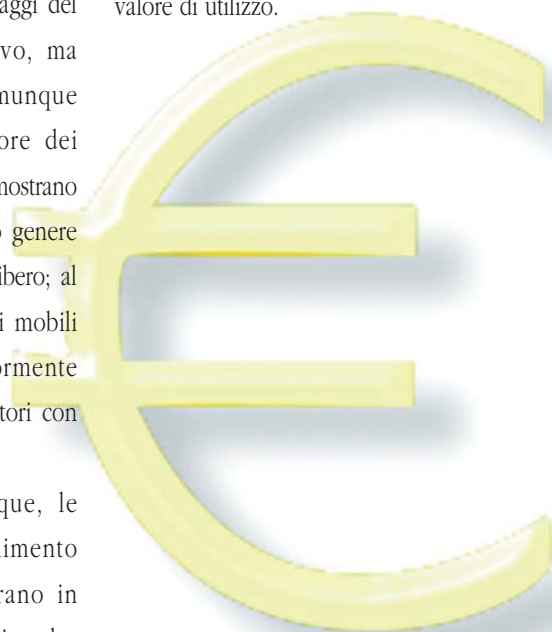
Settori come i piccoli elettrodomestici, sport e abbigliamento sportivo, hobby e "fai da te" risentiranno in misura minore dei vantaggi del contenimento inflattivo, ma incontreranno comunque maggiormente il favore dei meno giovani che si dimostrano più interessati a questo genere di spesa per il tempo libero; al contrario, il settore dei mobili incontrerà maggiormente l'interesse dei consumatori con meno di 45 anni.

In generale, comunque, le manovre di contenimento dell'inflazione sembrano in grado di dare un certo impulso agli acquisti, anche se questa tendenza non potrà sfociare in un aumento cospicuo del volume di spesa. Più

Tramontato definitivamente il consumo d'impulso, gli acquisti appaiono ora guidati da razionali criteri d'uso.



realisticamente il risultato ottenuto sarà quello di una maggiore disponibilità ad acquistare da parte delle famiglie italiane, mantenendosi comunque coerenti al criterio guida della pianificazione delle uscite e quindi alla rinuncia di consumi aleatori, per i quali sia difficile rintracciare l'effettivo valore di utilizzo.



Acquisti favoriti e penalizzati in periodo di bassa inflazione

Base: totale intervistati

