



LA RICERCA di Intesa Sanpaolo-Einaudi

# Risparmio, sforzo familiare non stop: da livelli pre-Covid

Nel 2022 sale pure la percentuale di reddito accantonata, all'11,5%

●● Gli italiani si confermano risparmiatori. La quota delle famiglie impegnate in questo ambito supera il 53%, avvicinandosi ai livelli pre-Covid e cresce la percentuale di reddito accantonata: 11,5%, dal 10,9% del 2021. Tuttavia, solo il 17% del campione risparmia con uno scopo preciso: il 30% lo fa per ragioni puramente precauzionali. È quanto emerge dalla ricerca ad hoc per il 2022, realizzata da Intesa Sanpaolo e dal Centro studi Einaudi: la sicurezza si conferma al primo posto tra le caratteristiche desiderate degli investimenti (57% del campione), seguita dalla liquidità. Tra le maggiori preoccupazioni spicca la valutazione del rischio delle diverse soluzioni di investimento (53% circa).

«Persiste la tendenza a tenere disponibili liquide in ec-

cesso per motivi precauzionali - sottolinea la ricerca -: l'improvvisa accelerazione dell'inflazione contribuisce tuttavia a ridurre il grado di soddisfazione associato alla detenzione della liquidità». L'analisi mette in luce anche il gradimento per il risparmio gestito: almeno un prodotto è presente nel 21% dei portafogli. Si riduce la quota in obbligazioni (dal 29% al 23% dei portafogli), mentre resta contenuta (pur in leggera crescita) la percentuale degli investitori in azioni (4,8%). Da segnalare il crescente interesse verso le forme alternative (39% del campione), in particolare l'oro (24,8%) e i fondi etici-ESG (13% circa, che sale oltre il 22% tra i laureati).

Gli intervistati appaiono relativamente sereni sul proprio tenore di vita in età anziana. Si mantengono basse le adesioni alla previdenza integrativa (17,6% del campione); ancora più contenuta ri-

sulta la diffusione di polizze LTC (14% circa). Appare urgente promuovere una cultura assicurativa che faccia crescere la consapevolezza dei possibili rischi e delle soluzioni che il mercato può offrire. Il focus sugli imprenditori fa emergere diversi segnali positivi. In risposta alla crisi, più del 35,7% ha innovato i propri prodotti; il 39,6% ha accelerato sul fronte della digitalizzazione; il 34,7% ha puntato sulla promozione online e il 23% sulle vendite online. Digitalizzazione e innovazione saranno gli assi portanti del rilancio, insieme alle relazioni di parternariato (33%) e agli investimenti nella formazione (31%). Preoccupa la debolezza dei giovani sul fronte dell'alfabetizzazione finanziaria e assicurativa: solo il 2,3% si dichiara molto interessato ai temi dell'economia e della finanza. Il tempo medio dedicato all'informazione su questi argomenti è di appena diciassette minuti a settimana.



Nel 2022 è cresciuta la quota di famiglie italiane impegnate nel risparmio

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile