



ECONOMIA DEL PAESE E VITA DEGLI ITALIANI

*L'INFLAZIONE E
RIPERCUSSIONI
SULLE FAMIGLIE*

INDAGINE DEMOSCOPICA SU TEMI DI ATTUALITÀ
7° WAVE

Documento del 16 ottobre 2023 – Riservato a CGIL

OBIETTIVI		PREMESSA E OBIETTIVI DEL RAPPORTO (pag. 4)
L'INDAGINE		LE METODOLOGIE DELL'INDAGINE (pag. 5-6)
NOTA METODOLOGICA		NOTA METODOLOGICA IN SINTESI (pag. 7)
IL CAMPIONE		COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE (pag. 8)
GLOSSARIO		GLOSSARIO (pag. 9)
LA WAVE		I RISULTATI (pag. 10-24)
SINTESI		SINTESI DEI RISULTATI (pag. 25-27)

PREMESSE METODOLOGICHE E OBIETTIVI DEL RAPPORTO



Il presente studio si propone di valutare continuamente, attraverso indagini demoscopiche condotte sulla popolazione italiana di 18 anni e oltre, il parere dell'opinione pubblica su argomenti socio-economici di attualità scelti, di volta in volta, in collaborazione con il committente.

In particolare, l'indagine rappresentata nel presente rapporto (la n. 5 delle 10 previste per il 2023) è focalizzata sul tema dell'inflazione e delle sue conseguenze in Italia.

Lo studio si basa su un'**indagine demoscopica (o indagine campionaria)**, ossia sulla somministrazione di alcune domande, attraverso un questionario strutturato, ad un insieme di persone (detto anche campione) rappresentativo della popolazione italiana di età superiore a 18 anni (detto anche universo di riferimento).

Nel caso di specie, **il campione** (ossia i rispondenti al questionario) è **costituito da circa 800 persone** per ciascuna wave di indagine ed è stratificato, cioè suddiviso in modo tale da **rappresentare nel modo più preciso possibile l'universo di riferimento, ossia la popolazione italiana di età 18+**.

Per essere più precisi, il campione è costituito dal 49% di uomini e dal 51% di donne in quanto anche la popolazione italiana maggiorenne è suddivisa nella medesima proporzione, è costituito dal 10% di persone di età compresa tra 18 e 24 anni in quanto anche per la popolazione italiana i 18-24enni sono circa il 10% del totale e così via secondo le variabili di genere, età, area di residenza (vedi suddivisione dettagliata a pag. 8).

Gli 800 rispondenti per ciascuna wave sono estratti in maniera casuale da un panel, ossia da un insieme più ampio di persone (rappresentativo della popolazione) di cui si detengono i nominativi e il contatto. **Il panel è costituito da oltre 150.000 individui.** In ogni wave il **campione**, nei limiti del possibile, è **indipendente, ossia composto da individui non intervistati in precedenza.**

Le interviste sono realizzate con la **metodologia CAWI (Computer Aided Web Interviewing)** mediante piattaforma web. Si tratta di un sistema d'intervista nel quale le domande vengono somministrate a distanza attraverso un'interfaccia web e le risposte vengono direttamente inserite a sistema dall'intervistato. Tale metodologia non richiede la presenza di intervistatori (riducendo così la possibilità d'influenzare le risposte degli intervistati) e consente la supervisione in itinere dell'indagine. **La partecipazione avviene su base volontaria, è gratuita ed anonima.**

Le risposte all'intervista vengono successivamente elaborate e rappresentate in forma aggregata nel report che viene consegnato ogni mese al cliente.

UNIVERSO DI RIFERIMENTO

Popolazione di età superiore a 18 anni

CAMPIONE

Sono state realizzate 800 interviste. Il campione è **rappresentativo della popolazione + 18 anni con accesso a Internet**

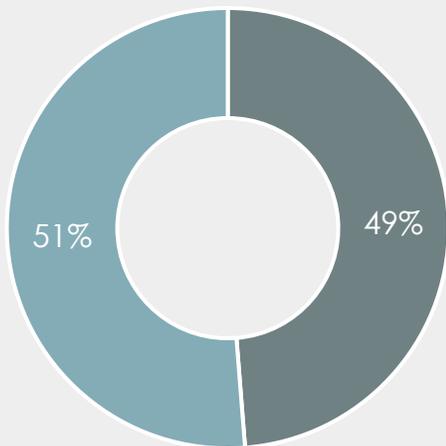
METODOLOGIA DI RILEVAZIONE

L'indagine è stata condotta attraverso questionari autocompilati online su panel web. I nominativi degli individui da intervistare sono stati estratti con criterio casuale

PERIODO DI RILEVAZIONE

Le interviste sono state realizzate dal 9 al 13 ottobre 2023.

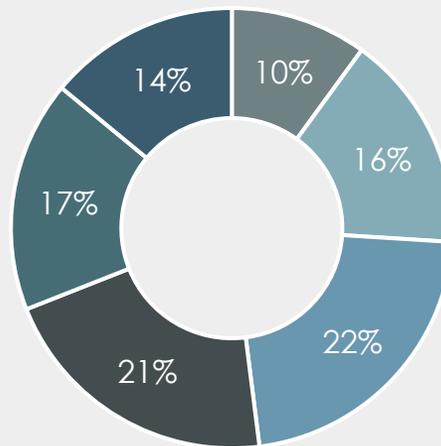
GENERE



- UOMO
- DONNA
- ALTRO*

*La quota "Altro" non ha rilevanza a fini statistici

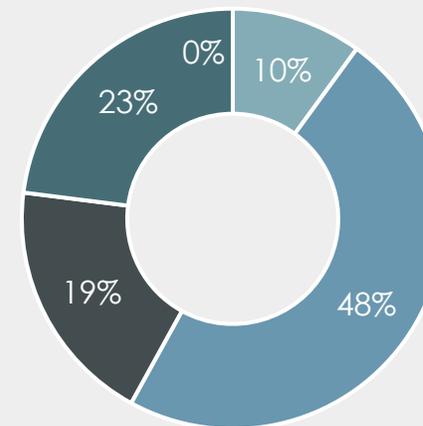
ETA'



- 18-24 ANNI
- 25-34 ANNI
- 35-44 ANNI
- 45-54 ANNI
- 55-64 ANNI
- 65 ANNI E PIÙ

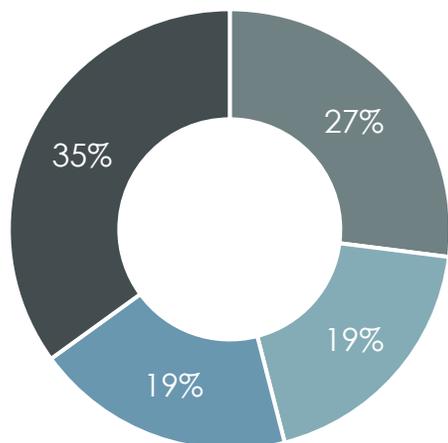
Età media: 45,8

TITOLO DI STUDIO



- NESSUN TITOLO
- SCUOLA DELL'OBBLIGO
- DIPLOMA
- FREQUENTA UNIVERSITÀ O LAUREA DI I LIVELLO
- LAUREA DI II LIVELLO O TITOLO SUPERIORE

AREA GEOGRAFICA



- NORD OVEST
- NORD EST
- CENTRO
- SUD + ISOLE

OCCUPAZIONE

Imprenditore	2%	Impiegato nel settore pubblico	7%
Libero professionista iscritto ad un albo	4%	Impiegato nel settore privato	22%
Lavoratore autonomo	5%	Operaio (e assimilati) nel settore pubblico	1%
Commerciante/Artigiano	2%	Operaio (e assimilati) nel settore privato	9%
Socio di cooperativa di lavoro/produzione	0,3%	Altro occupato	1%
Agricoltore conduttore	0,4%	Percepisce la pensione, ma svolge ancora attività lavorativa	0,1%
Dirigente nel settore pubblico	2%	Pensionato - non svolge attività lavorativa	11%
Dirigente nel settore privato	1%	Casalinga	11%
Quadro direttivo nel settore pubblico	1%	Studente	7%
Quadro direttivo nel settore privato	3%	Disoccupato/in cerca di prima occupazione	4%
Insegnante/docente	4%	Altro non occupato	2%

Di seguito riportiamo le classificazioni che abbiamo utilizzato nell'ambito dello studio e del presente rapporto.

SITUAZIONE FINANZIARIA DELLA FAMIGLIA

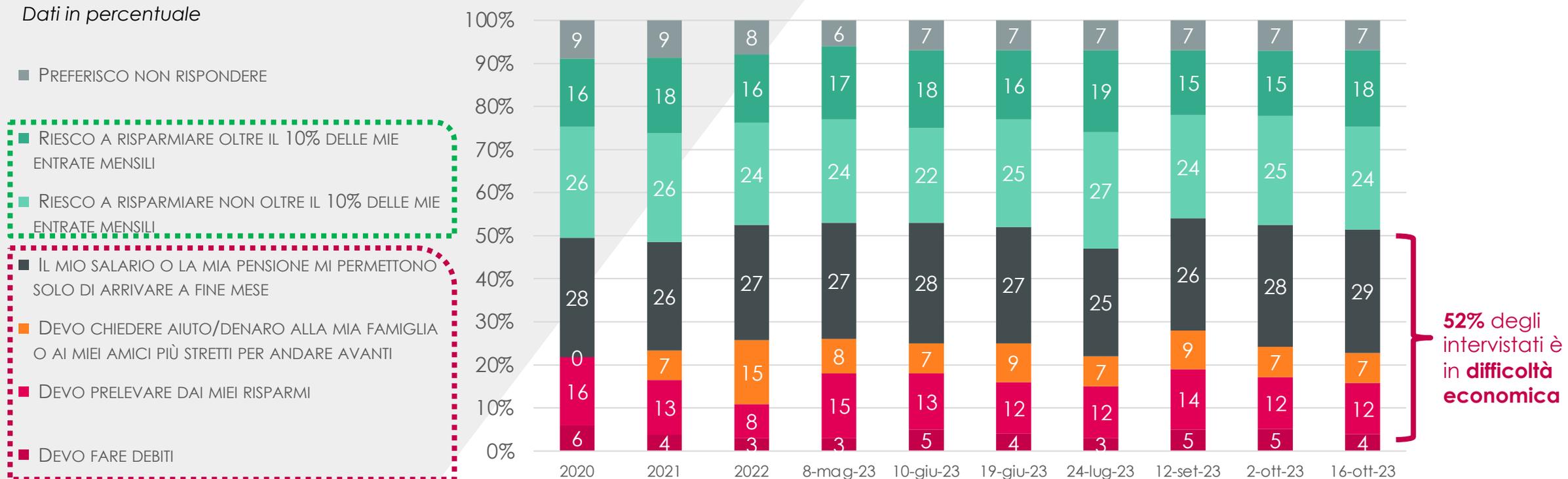
1. **Grave difficoltà economica**: l'intervistato deve fare debiti o deve chiedere aiuto alla propria famiglia/amici (cod 1/2 a DOM H)
2. **Parziale difficoltà economica**: l'intervistato deve prelevare dai propri risparmi o il salario e la pensione permettono solo di arrivare a fine mese (cod 3/4 a DOM H)
3. **Modesti risparmi**: l'intervistato riesce a risparmiare non oltre il 10% delle proprie entrate mensili (cod 5 a DOM H)
4. **Risparmi di una certa entità**: l'intervistato riesce a risparmiare oltre il 10% delle proprie entrate mensili (cod 6 a DOM H)

PROFESSIONE

- **Partita IVA**: Libero professionista iscritto ad un albo/Lavoratore autonomo/Commerciante/Artigiano (cod 2/3/4/5 a DOM E)
- **Colletti Blu**: Artigiano/Agricoltore Conduttore/Operaio o assimilato nel settore pubblico o privato (cod 5/7/16/17 a DOM E)
- **Colletti Bianchi**: Dirigente nel settore pubblico o privato/Quadro direttivo nel settore pubblico o privato/Insegnante o Docente nella scuola o università pubblica o privata (cod 8/9/10/11/12/13 a DOM E)
- **Lavoratori dei servizi**: Impiegato nel settore pubblico o privato (cod. 14/15 a DOM E)
- **Altre Occupazioni**: Socio di cooperativa di produzione lavoro o produzione/Altri occupati/Percepisce la pensione, ma svolge ancora attività lavorativa (cod. 6/18/19 a DOM E)
- **Non Occupati**: Pensionato/ Non svolge attività lavorativa/Casalinga/Studente/Disoccupato/in cerca di prima occupazione/Altri non occupati (cod. 20-24 a DOM E)

Stabile al **52%** la percentuale degli intervistati in serie difficoltà economiche.

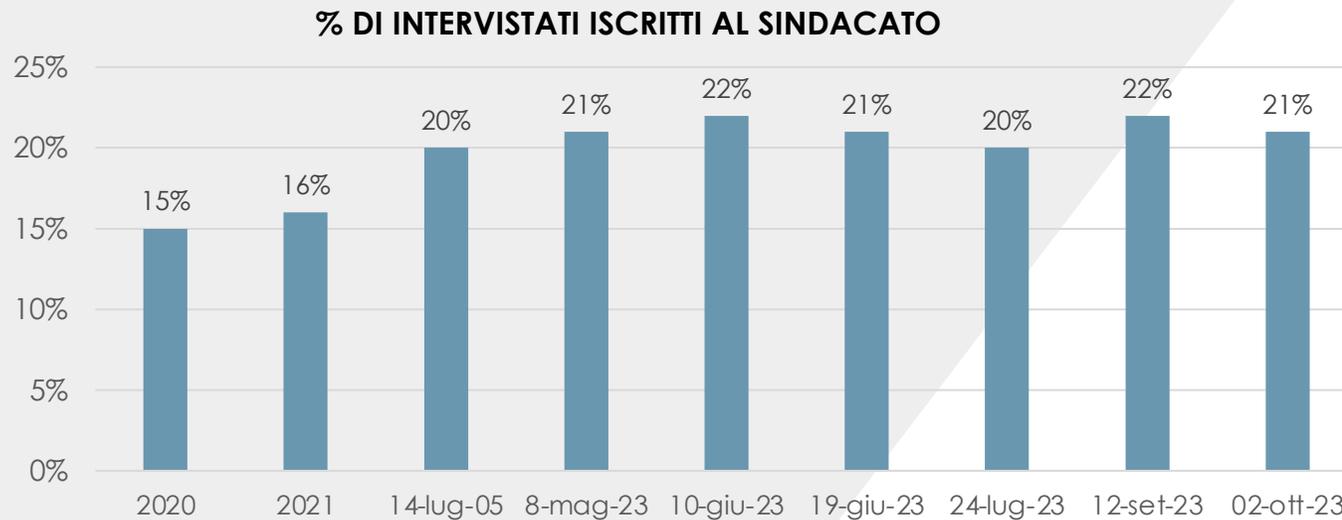
DH Quale di queste frasi descrive meglio l'attuale situazione finanziaria della sua famiglia?



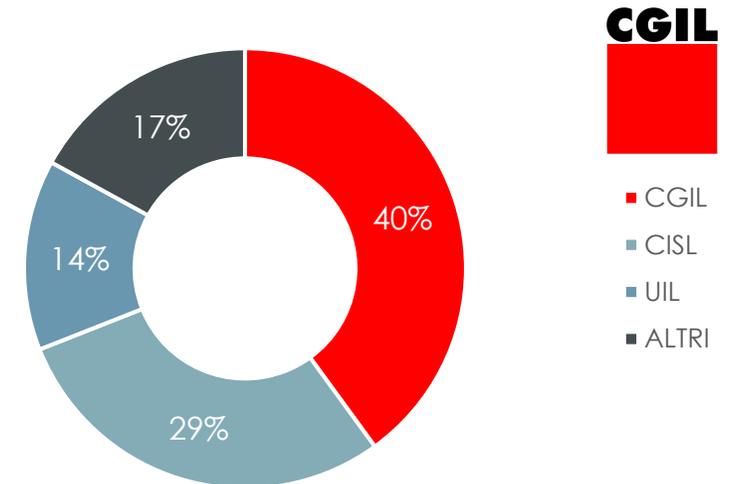
Base: Totale intervistati (800 casi)

Gli iscritti a un Sindacato **superano il 20%** del campione, con il 40% degli iscritti alla CGIL.

DL – Lei è iscritto/a a un sindacato? Se sì, a quale?



ISCRITTI AL SINDACATO



NB: Il fatto che la quota di iscritti al Sindacato presenti delle variazioni di mese in mese non significa necessariamente che nel breve periodo gli iscritti siano aumentati o siano in diminuzione a livello assoluto in Italia, ma solo che è aumentata/diminuita la percentuale di iscritti tra quanti hanno partecipato liberamente al sondaggio

Base: Iscritti al sindacato, 138 casi

Base: Totale intervistati (800 casi)

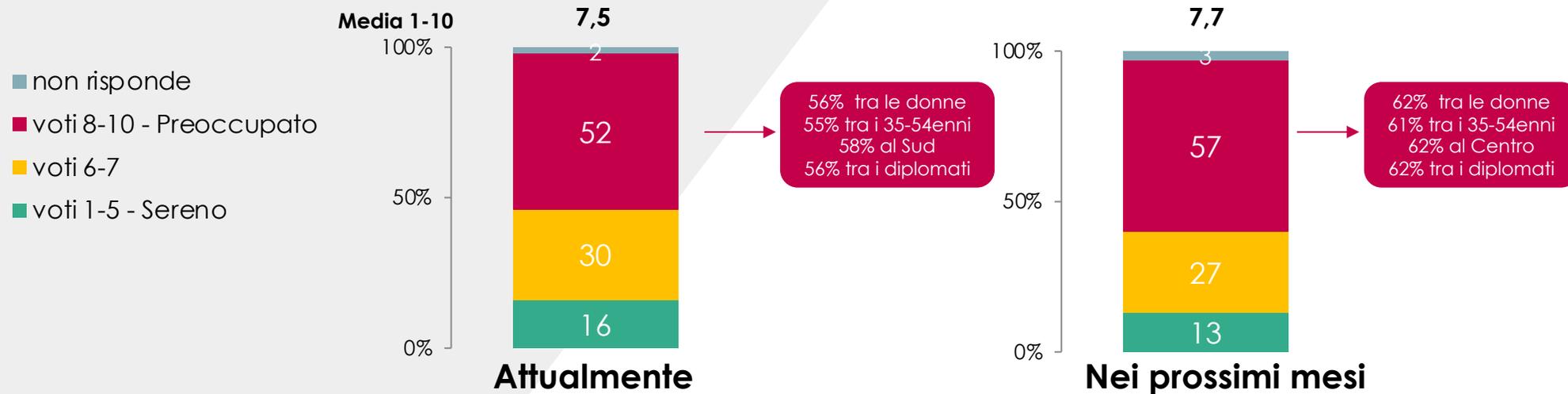
LO STUDIO NEL DETTAGLIO



L'inflazione e il caro vita preoccupano attualmente oltre il **50% del campione**. Ma la preoccupazione sale, in prospettiva, pensando ai prossimi mesi. Ad essere più in apprensione sono le donne, gli adulti, i diplomati e i residenti nel Centro-Sud Italia.

D1 - Parliamo dell'inflazione intesa come quel rincaro di ampia portata che genera una diminuzione del potere d'acquisto della moneta. In una scala da 1 a 10, in cui 1 significa assolutamente sereno e 10 assolutamente preoccupato, quanto la impensierisce l'inflazione attualmente e quanto la impensierirà nei prossimi mesi?

Dati in percentuale



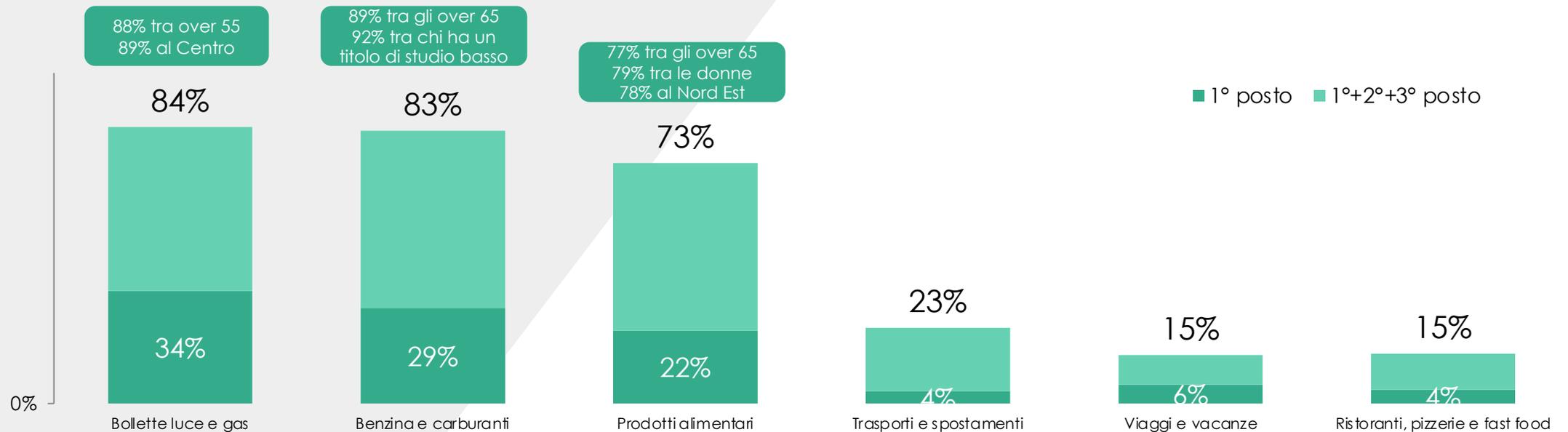
Base: Totale intervistati (800 casi)

Bollette, carburanti e prodotti alimentari sono le tre categorie su cui impatta maggiormente il rincaro dei prezzi. Decisamente più contenuti i valori relativi a trasporti, viaggi e ristoranti.

D2 - Secondo Lei quali sono i prodotti/beni/servizi che hanno registrato e potrebbero registrare i maggiori aumenti di prezzo nei prossimi 12 mesi?

Dati in percentuale

Nessuna di queste: 0%
Non esprime un'opinione: 1%

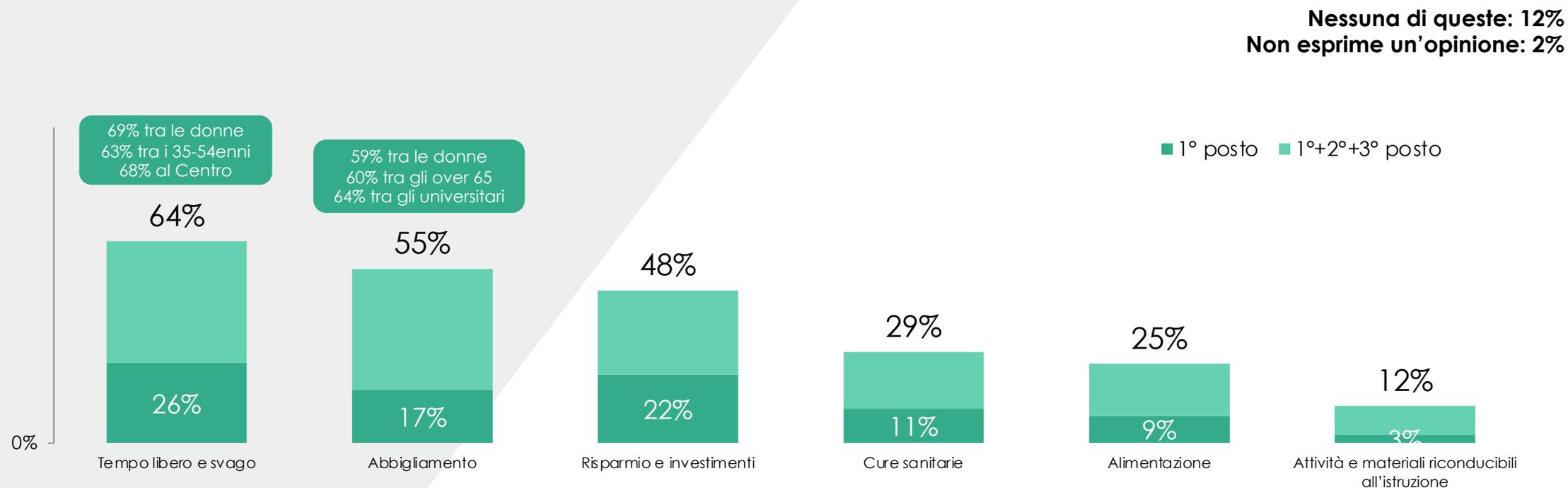


Base: Totale intervistati (800 casi)

Le **attività del tempo libero** sono quelle più penalizzate dalle rinunce che le famiglie italiane hanno dovuto fare per far fronte agli aumenti dei prezzi. A seguire **l'abbigliamento** e i **risparmi**. Alimentazione e istruzione sono invece le due categorie meno toccate dalle rinunce.

D3 - Pensi ora alla tua situazione specifica e a quella della tua famiglia. Negli ultimi 12 mesi, tra le varie attività indicate nel seguito, a quale ha dovuto rinunciare o limitare fortemente per far fronte al caro vita?

Dati in percentuale

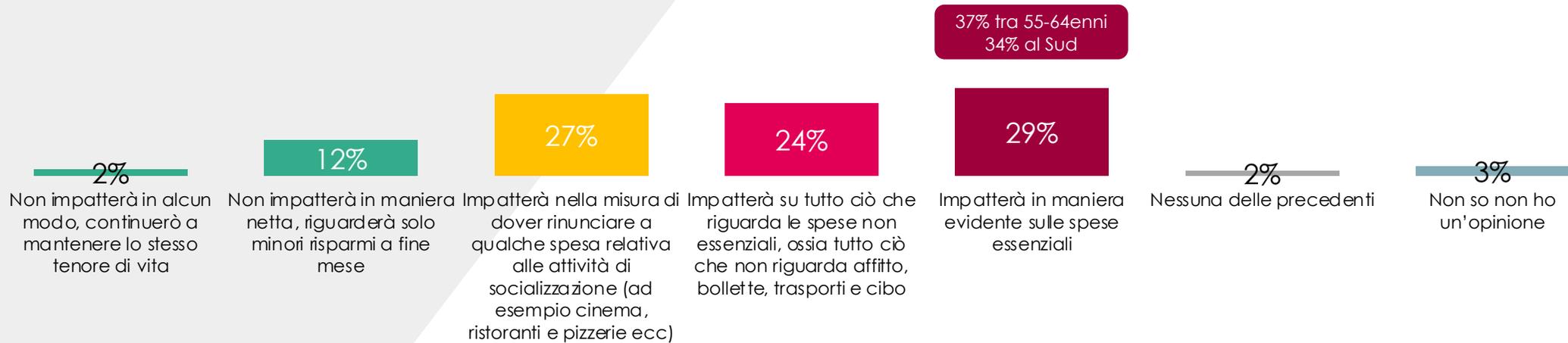


Base: Totale intervistati (800 casi)

Per circa **1 italiano su tre** l'inflazione avrà un **impatto anche sulle spese essenziali**. Per il 50% circa invece impatterà sulle spese non essenziali o sulle spese per svaghi. Solo il 14% del campione afferma che impatterà in misura minima sul proprio tenore di vita.

D4 - Quanto ritiene che l'inflazione andrà ad impattare sul suo stile di vita?

Dati in percentuale

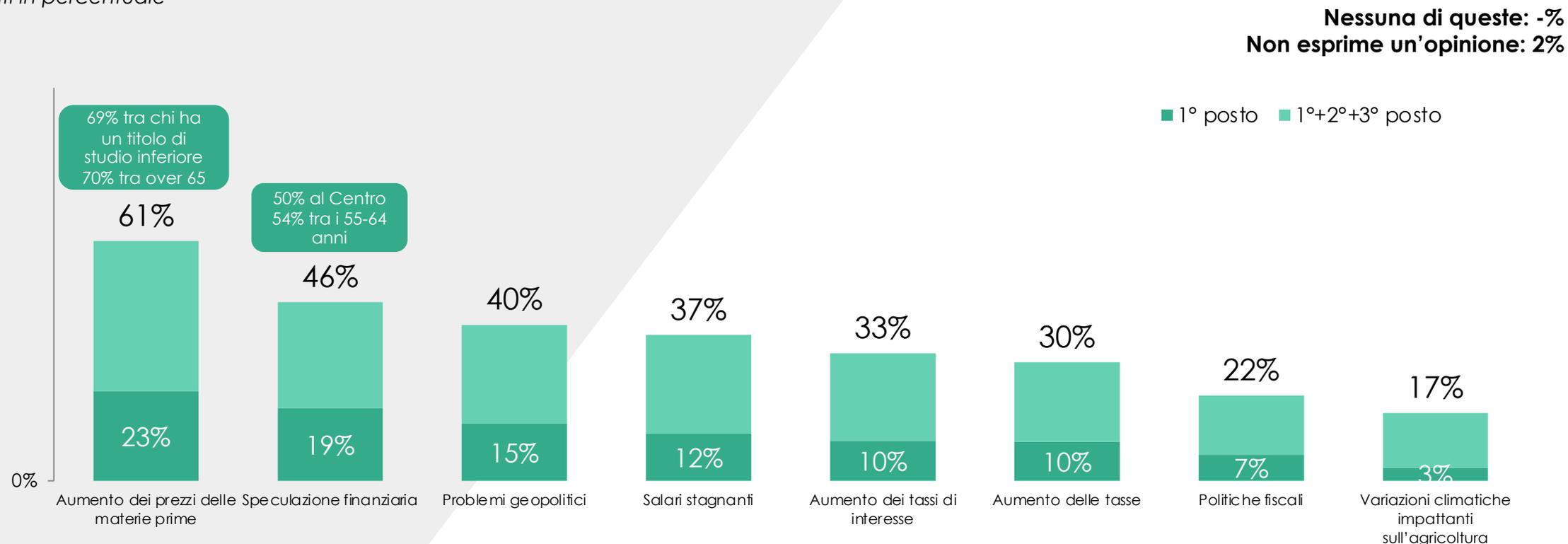


Base: Totale intervistati (800 casi)

Tra i fattori scatenanti dell'inflazione, **l'aumento dei prezzi delle materie prime** e la **speculazione finanziaria** sono responsabili rispettivamente per il 61% e il 46% della perdita di valore del denaro. Impattano anche i problemi geopolitici e la poca elasticità degli stipendi.

D5 - Quali fattori, tra quelli elencati di seguito, ritiene abbiano contribuito maggiormente all'aumento del costo della vita?

Dati in percentuale

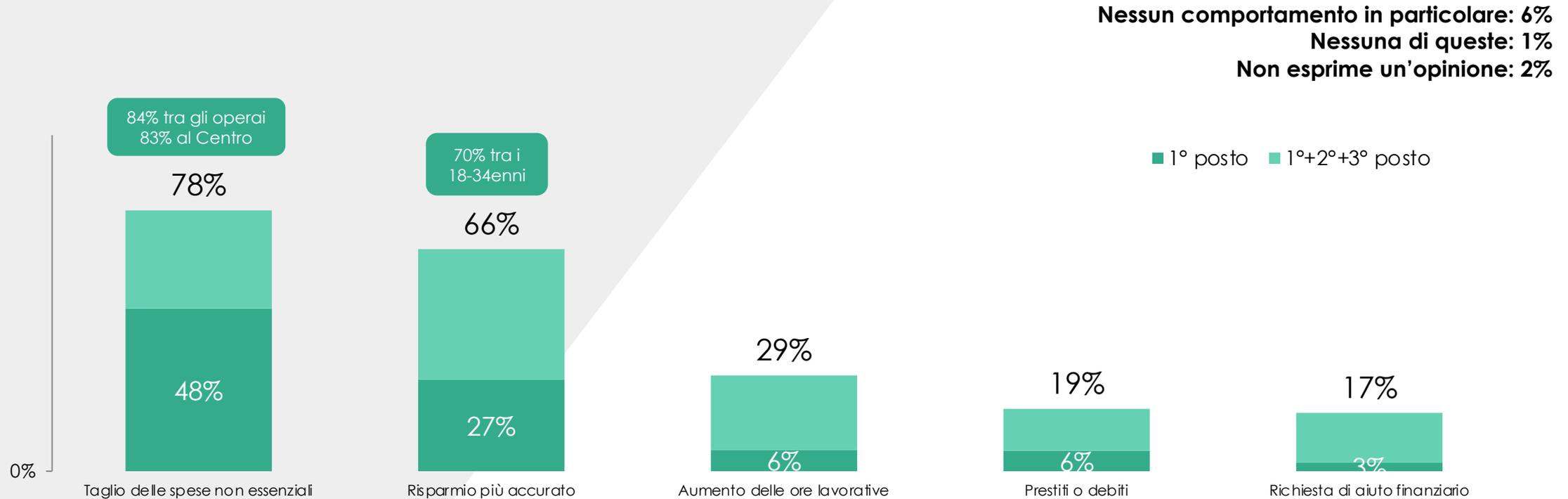


Base: Totale intervistati (800 casi)

Il **taglio delle spese non essenziali** è la misura più adottata per contrastare il caro vita, seguita a ruota da un risparmio generalizzato sulle spese. 1 italiano su 5 è costretto a chiedere prestiti o indebitarsi.

D6 - Quali comportamenti ritiene di adottare per contrastare il caro vita?

Dati in percentuale



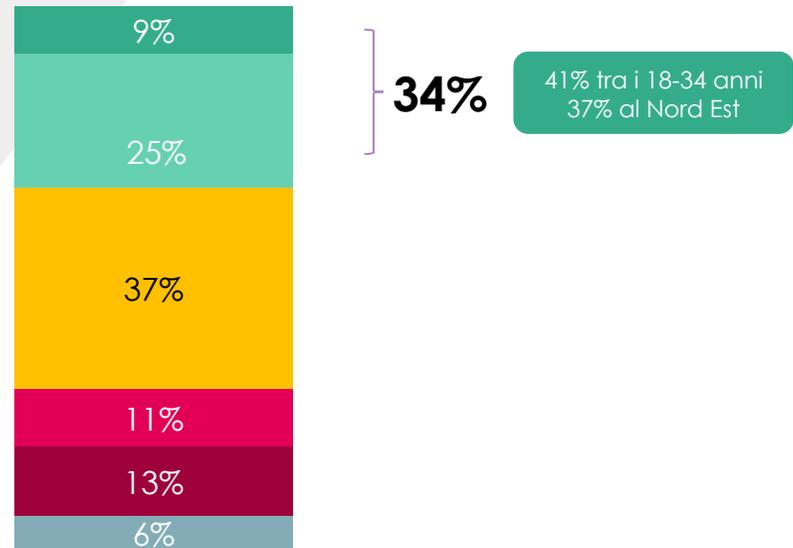
Base: Totale intervistati (800 casi)

1 italiano su 3 ha preso in considerazione almeno una volta di cambiare paese o città a causa del costo della vita. Sono soprattutto i giovani e i residenti al Nord Est a pensare di farlo.

D7 - Ha mai preso in considerazione la possibilità di cambiare paese o città a causa dei costi della vita?

Dati in percentuale

- NON SO/ NON HO UN'OPINIONE
- NON DISPONGO DELLE RISORSE ECONOMICHE PER POTERLO FARE
- NO, MA CI STO PENSANDO
- NO, NON L'HO MAI CONSIDERATO
- SÌ, L'HO PRESO IN CONSIDERAZIONE MA NON RITENGO DI FARLO A BREVE
- SÌ, E CONTO DI FARLO IN UN FUTURO PROSSIMO



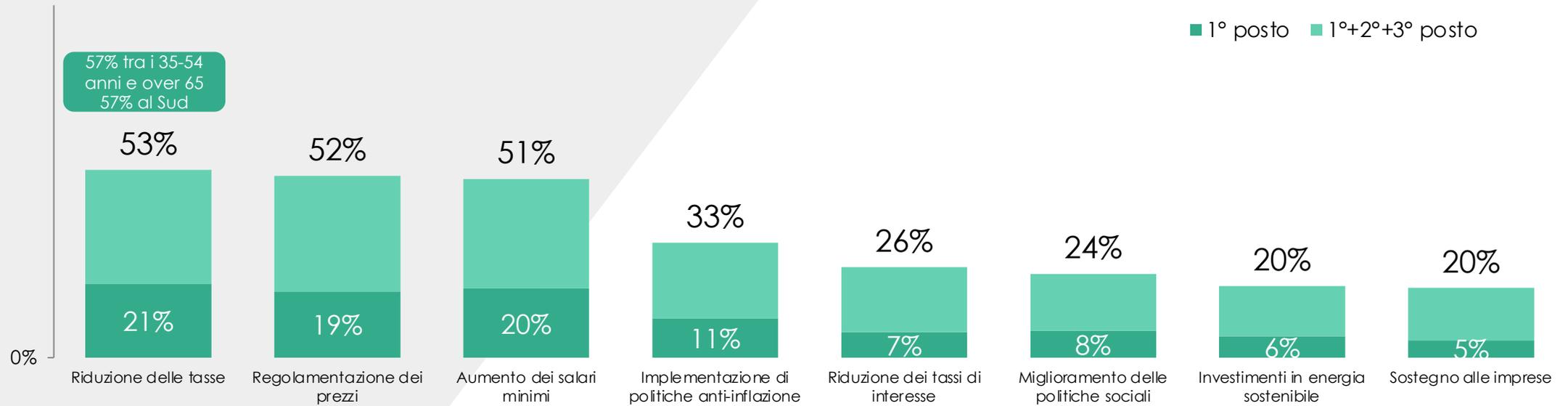
Base: Totale intervistati (800 casi)

Al governo si chiede che, per far fronte al caro vita, si possa procedere con il **taglio delle tasse** e una **regolamentazione dei prezzi** che ne impedisca il rialzo incontrollato. In parallelo però, oltre la metà del campione chiede anche un **aumento dei salari minimi**.

D8 - Cosa potrebbe essere fatto a livello governativo per alleviare il peso dei crescenti costi sulla vita delle famiglie?

Dati in percentuale

Nessuna di queste: 2%
Non esprime un'opinione: 2%

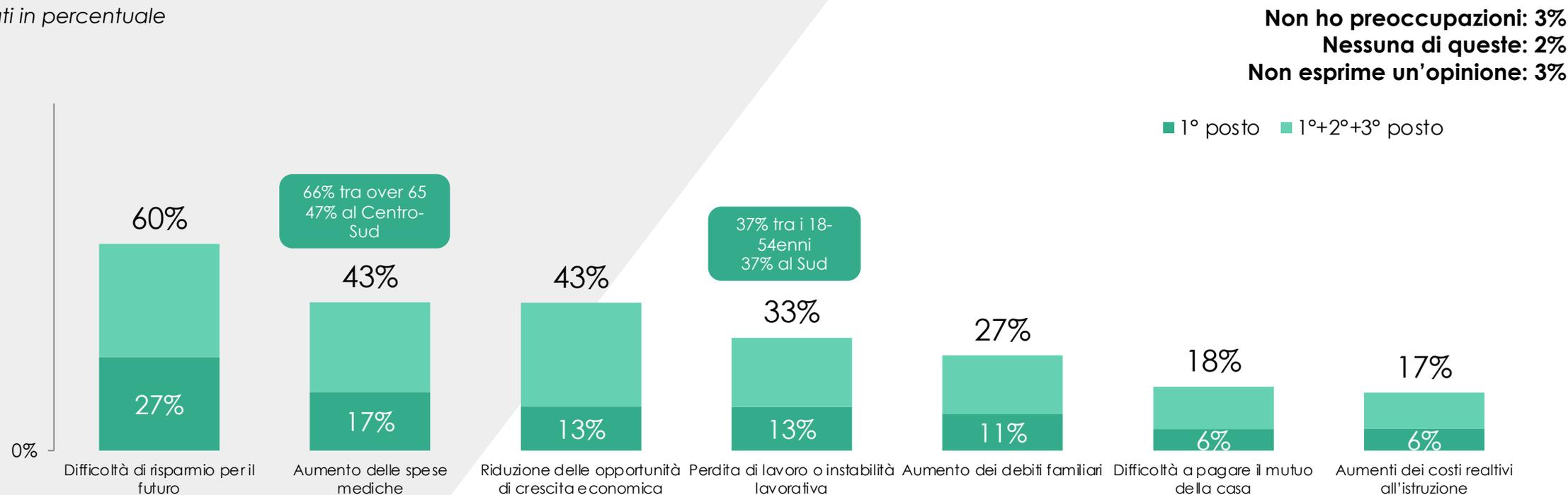


Base: Totale intervistati (800 casi)

Le preoccupazioni legate al futuro finanziario delle famiglie si concentrano soprattutto sulla **limitata possibilità di continuare a risparmiare**. Al secondo posto, a pari merito, le preoccupazioni riguardano sia l'aumento delle spese mediche che la riduzione delle opportunità di crescita economica. 1 italiano su 3 è anche preoccupato di perdere il posto di lavoro.

D9 - Tra quelle elencate in seguito quali sono le sue preoccupazioni principali riguardo al futuro finanziario della sua famiglia?

Dati in percentuale

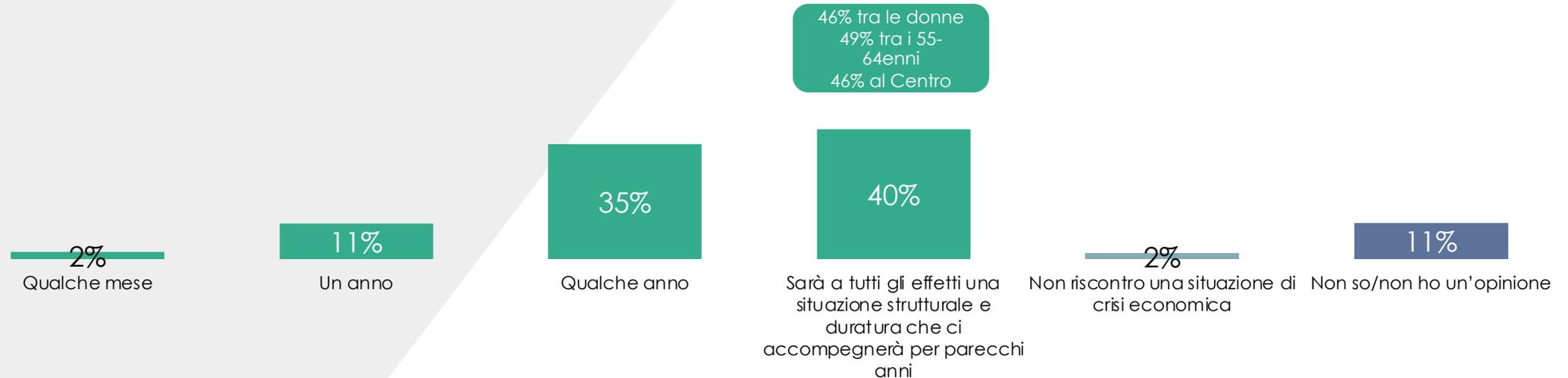


Base: Totale intervistati (800 casi)

Per circa il **75%** del campione **la crescita dei prezzi avrà una durata di qualche anno** o di parecchi anni, fino a diventare una situazione strutturale. Decisamente pochi coloro che pensano che si tratti di una contingenza che durerà solo qualche altro mese (2%).

D10 - Secondo Lei quanto durerà questa situazione di aumento dei prezzi e conseguente crisi economica?

Dati in percentuale

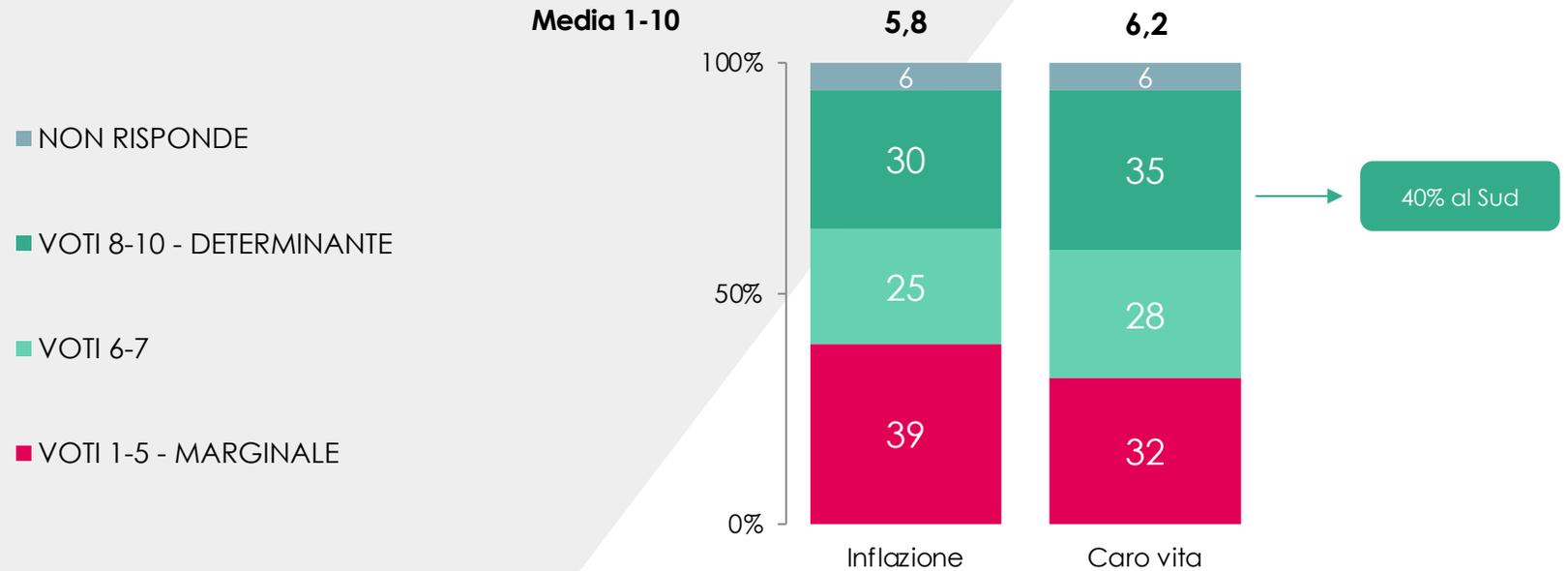


Base: Totale intervistati (800 casi)

Il **ruolo dei sindacati** rispetto al tema inflazione è **piuttosto contenuto**, mentre è più rilevante nei confronti del caro vita.

D11 - Con riferimento al tema dell'inflazione e del caro vita, in una scala da 1 a 10 in cui 1 significa assolutamente marginale e 10 significa assolutamente determinante, quanto giudica importante il ruolo dei sindacati?

Dati in percentuale



Base: Totale intervistati (800 casi)

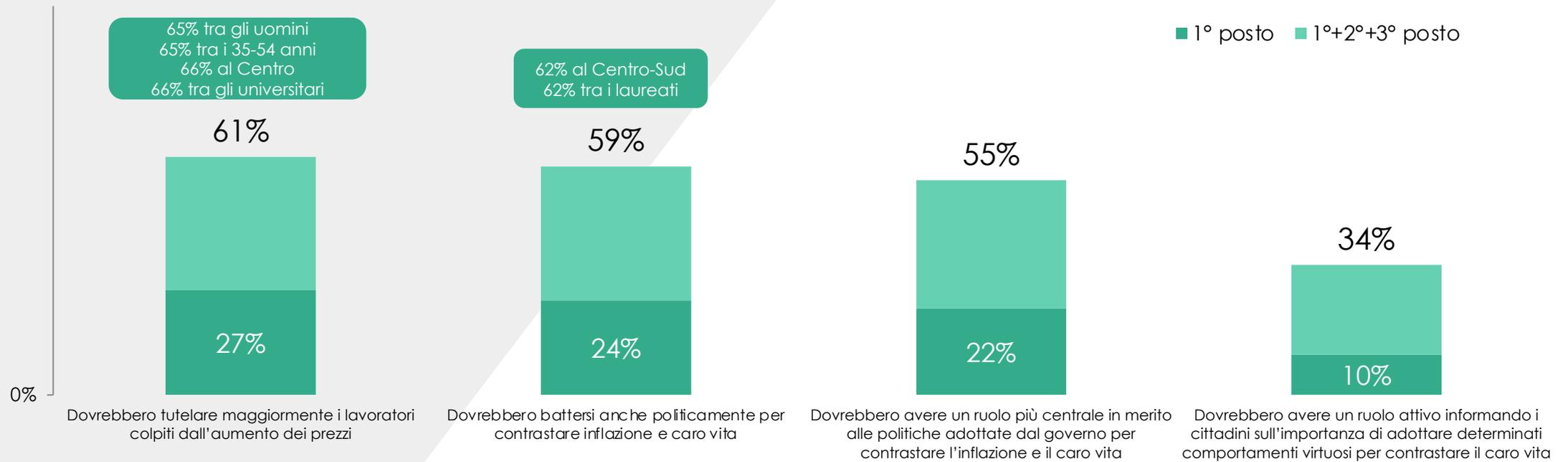
L'azione dei sindacati si dovrebbe concretizzare soprattutto nella tutela dei lavoratori e dei loro stipendi, nonché nella battaglia politica per contrastare l'inflazione.

D12 - Sempre con riferimento al tema dell'inflazione e del caro vita a quali dei seguenti aspetti i sindacati dovrebbero dare maggiore priorità?

Dati in percentuale

Sono temi che non riguardano i sindacati: 6%
 Nessuna di queste: 3%
 Non esprime un'opinione: 7%

■ 1° posto ■ 1°+2°+3° posto



Base: Totale intervistati (800 casi)

SINTESI DEI RISULTATI



- L'inflazione e il caro vita preoccupano attualmente oltre il 50% del campione. Ma la preoccupazione sale, in prospettiva, pensando al prossimo futuro. **Bollette, carburanti e prodotti alimentari** sono le tre categorie che più risentono del rincaro dei prezzi. Decisamente più contenuti i valori relativi a trasporti, viaggi e ristoranti.
- Le **attività del tempo libero** sono quelle più penalizzate dalle rinunce che le famiglie italiane hanno dovuto fare per far fronte agli aumenti dei prezzi. A seguire l'abbigliamento e i risparmi. Alimentazione e istruzione sono invece le due categorie meno toccate dalle rinunce. Il **taglio delle spese non essenziali** è la misura più adottata per contrastare il caro vita, ma anche il **risparmio** ha risentito negativamente della perdita di potere di acquisto del denaro. Inoltre 1 italiano su 5 è costretto a chiedere **prestiti o indebitarsi**.
- Se tagliare le spese non essenziali è la pratica adottata dalla maggior parte del campione, per circa 1 italiano su tre l'inflazione ha un impatto anche sulle **spese essenziali**. Solo il 14% del campione afferma che impatta in misura minima sul proprio tenore di vita. 1/3 del campione ha anche preso in considerazione almeno una volta di **cambiare paese** o città a causa del costo della vita. Sono soprattutto i giovani e i residenti al Nord Est a pensare di farlo.
- Tra i fattori scatenanti dell'inflazione, l'aumento dei **prezzi delle materie prime** e la **speculazione finanziaria** sono responsabili rispettivamente per il 61% e il 46% della perdita di valore del denaro. Impattano anche i problemi **geopolitici** e la **poca elasticità degli stipendi**.
- Al **governo** si chiede che, per far fronte al caro vita, si possa procedere con il **taglio delle tasse** e una **regolamentazione dei prezzi**, che ne impedisca il rialzo incontrollato. In parallelo però, oltre la metà del campione chiede anche un aumento dei **salari minimi**. Infatti per circa il 75% del campione la **crescita dei prezzi** non è un fenomeno contingente, ma **avrà una durata di qualche anno** o di parecchi anni, fino a diventare una situazione strutturale. Sono decisamente pochi infatti coloro che pensano che si tratti di una situazione che durerà solo qualche altro mese (2%).

Che **ruolo** giocano in questo contesto i **sindacati**?

- Il ruolo dei sindacati rispetto al tema dell'inflazione è piuttosto contenuto, mentre è più rilevante nei confronti del **caro vita**.
- Le **priorità** sulle quali i sindacati dovrebbero concentrarsi riguardano:
 - ✓ tutelare i lavoratori e i loro stipendi
 - ✓ Intraprendere una battaglia politica per contrastare l'inflazione



Futura SRL
Corso d'Italia, 27 | 00198 Roma

Tutti i diritti sono riservati.

