

RISPARMIO, TRA PAURA E RICORDO DEL PASSATO

di GIACOMO CORVI

I TIMORI PER LA PANDEMIA DI COVID-19, SECONDO UNA RECENTE RICERCA DI CENSIS E ASSOGESTIONI, HANNO INNESCATO UN NUOVO BOOM DI LIQUIDITÀ: IN SOLI TRE MESI I CONTI CORRENTI HANNO REGISTRATO UN AUMENTO DELL'8,4%, PARI A 121 MILIARDI DI EURO



Il coronavirus fa paura. Anche per le conseguenze che l'emergenza sanitaria potrebbe avere sulla tenuta del portafoglio. E così gli italiani si rifugiano nel risparmio. Secondo una recente ricerca del **Censis** realizzata in collaborazione con **Assogestioni**, fra febbraio e aprile, ossia nei mesi più caldi della pandemia di Covid-19, sono finiti nei conti correnti ben 34,4 miliardi di euro: giusto per avere un'idea, si tratta di poco meno della cifra che l'Italia dovrebbe ricevere se facesse richiesta di aiuto al Mes.

Gli italiani si confermano dunque un popolo di pavidi risparmiatori. Tutto finisce in liquidità quando c'è sentore di crisi. E il coronavirus avrebbe soltanto accentuato una tendenza in corso ormai da tempo. Negli ultimi tre anni, sempre secondo i dati della ricerca, la liquidità sui conti correnti è cresciuta dell'8,4%, mettendo a bilancio

un aumento in termini assoluti di 121 miliardi di euro. Una cifra enorme, pari a nove volte il contributo arrivato all'Italia con il *Piano Marshall* per la ricostruzione del secondo dopoguerra. Se le cose andranno così anche nel prossimo futuro, nel 2023 si saranno altri 135 miliardi di euro di liquidità aggiuntiva sui conti correnti delle famiglie italiane.

MEGLIO IL CASH CAUTELATIVO

La paura si conferma così uno dei principali driver delle scelte di risparmio e investimento. E di paura, nell'Italia del coronavirus, c'è stata (e ce n'è) parecchia. Al punto tale che la ricerca arriva a parlare di una "penisola della paura". Il 67,8% della popolazione, a tal proposito, ha manifestato timori per la situazione economica della propria famiglia. L'indice della paura risulta particolar-

mente alto per donne e millennial (72%), sfiora il 75% nelle regioni del Sud, supera il 76% fra gli imprenditori e sfonda addirittura il muro dell'80% fra chi dispone di redditi più bassi.

Il risparmio diventa così quello che viene definito "cash cautelativo", risorse accumulate col solo scopo di fronteggiare eventuali situazioni di emergenza che potranno sorgere in futuro. Anche perché l'incertezza sembra diventato un tratto caratteristico della nostra epoca. Per il 49,7% degli italiani (58,9% per gli imprenditori) l'unica certezza è che tutto può succedere. E allora, nel dubbio, è meglio risparmiare.

LIQUIDITÀ IN AUMENTO

Alla paura si è poi accompagnata un'inaspettata tenuta della liquidità a disposizione. A conti fatti, nonostante il conclamato rallentamento dell'attività economica, la ricerca ha evidenziato che 28 milioni di percettori di red-



© marchmeena29 - iStock

dito, pari al 71,2% del totale, non hanno visto intaccate le proprie entrate durante i mesi del lockdown. Si tratta principalmente di pensionati, dipendenti pubblici e lavoratori del settore privato che non sono finiti in cassa integrazione o in congedo parentale: tutte persone che non hanno registrato alcun calo delle proprie disponibilità economiche. E che, anzi, hanno incrementato i risparmi tagliando, per volontà o necessità, i propri consumi.

La continuità delle retribuzioni e la contrazione dei consumi hanno così contribuito a generare un boom di liquidità che, stando ai dati della ricerca, risulta piuttosto diffuso fra l'intera popolazione. Il 38,9% degli italiani, a tal proposito, ha affermato di avere incrementato i propri risparmi nei mesi del lockdown, percentuale che sale al 49,1% se si guarda ai soli risparmiatori abituali.

FIDUCIA NEL CONSULENTE

Non tutti però si sono fatti prendere dal panico. Questa volta, a differenza di quanto avvenuto durante le crisi economiche del passato più recente, non c'è stata nessuna corsa alla liquidità fra gli investitori. Secondo i risultati della ricerca, soltanto il 20% dei clienti ha agito d'impulso e trasformato il capitale investito in liquidità: la stragrande maggioranza degli investitori hanno preferito mantenere le posizioni aperte per cercare di cogliere le opportunità che potevano arrivare dai mercati finanziari.

Pesano probabilmente l'esperienza e il ricordo del passato, quando la corsa alla liquidità si era in molti casi tradotta in una sostanziale perdita sul capitale che era stato investito. Ma anche il ruolo di un consulente che, nel pieno dell'emergenza coronavirus, sembra aver ritrovato una nuova centralità. La stragrande maggioranza degli italiani, più dell'80%, ha dichiarato di aver fiducia nel proprio consulente finanziario. Un dato non sorprendente, visto che quando si ha paura si è soliti cercare una guida.

DIVERSITY E SOSTENIBILITÀ

Gli italiani iniziano a guardare con crescente interesse alle iniziative in cui c'è un ruolo chiave femminile, quando si parla di risparmi e investimenti. La ricerca del Censis ha rilevato che, in una logica di sano pragmatismo, il 40,3% degli italiani preferisce investire in imprese e fondi guidati da donne e una percentuale del tutto analoga (39,9%) afferma di prediligere un consulente finanziario donna. Il valore della diversity sembra aver fatto breccia anche fra le reti distributive: per rispondere a una clientela che nel 76,4% è diventata molto più diversificata per genere, età, istruzione e disponibilità economica, il 95% dei consulenti finanziari ritiene che la diversity abbia ormai assunto un'importanza decisiva e richiede oggi una formazione adeguata alle caratteristiche e alle preferenze dei risparmiatori (86%).

Il pragmatismo vince anche nelle scelte di investimento. Nell'Italia dei *bot people*, il titolo di Stato non è infatti più la sola opzione possibile: solo il 43,7% della popolazione è disposto a comprarlo, mentre nella maggioranza dei casi prevalgono i timori per la tenuta a lungo termine del debito pubblico. Cresce invece la propensione verso strumenti finanziari Esg: il 52,3% degli italiani si dice interessato a investirvi, con punte del 68,2% tra i laureati e del 70,2% tra i dirigenti e i quadri. La voglia di sostenibilità si lega oggi soprattutto al tema della tutela e della promozione della salute, balzato in cima alle priorità della clientela con l'esplosione dell'emergenza coronavirus.