



**IL FATTO** La ricerca sul risparmio degli italiani di Intesa Sanpaolo e Centro Studi **Einaudi**

## Più soldi in banca, ma per meno persone E il ceto medio vuol tornare a consumare

■ L'effetto economico della pandemia sugli italiani assume le sembianze di un giano bifronte. Da un lato la liquidità sui conti correnti è aumentata di 110 miliardi, dall'altro si è ridotto invece il numero di italiani in grado di risparmiare. Intanto, dopo le difficoltà vissute nel 2020, anno vissuto in pieno lockdown e sotto gli effetti psicologici ed economici della prima ondata del Covid, riparte la fiducia per quanto riguarda le dinamiche relative ai prossimi 12-18 mesi con l'auspicio che un clima

«di prospettiva positiva» consenta di mobilitare la liquidità sui conti correnti a beneficio della ripresa economica. Sulla ripresa di consumi e investimenti, secondo la ricerca di Intesa Sanpaolo e del **Centro Einaudi**, gli italiani si dividono in due componenti distinte. La prima relativamente maggioritaria, vorrebbe per il momento aspettare e tenere da parte il gruzzoletto accantonato: si tratta del 64 per cento. Non è tuttavia la parte più abbiente, bensì quella più avanti negli

anni e che potremmo definire appartenente al ceto medio-basso e con limitata istruzione. Il restante 36 per cento, che include quindi i laureati, i giovani e gli appartenenti al ceto medio-alto e alto per reddito, è di opinione diversa e vorrebbe invece rilanciare i suoi consumi, anche se dando priorità differenti. Il ceto medio è infatti pronto a spendere di nuovo e, nell'ordine, lo farebbe per viaggi, una nuova auto o nuovi beni durevoli, al terzo posto in una casa nuova. Si guarda con fiducia anche alle

prospettive di crescita del Paese. La variante Omicron del coronavirus non «farà deragliare la ripresa. L'Italia vive un momento molto favorevole e per il 2021 vediamo previsioni di crescita superiori a Germania, e Stati Uniti», rassicura Gregorio De Felice, capo economista di Intesa Sanpaolo. Il direttore del **Centro Einaudi**, Giuseppe Russo, ricorda inoltre come la ripresa ha bisogno di «fiducia per poter scongelare le intenzioni verso consumi e investimenti».