

L'inflazione del 2022 non è democratica: disoccupati, single e abitanti delle aree metropolitane i più colpiti

- *Nei primi 10 mesi di quest'anno l'inflazione misurata da ISTAT è del 10,2%, ma la realtà è che per molti risparmiatori l'inflazione può arrivare fino al 17,1% e costare fino a 335€ in più al mese rispetto al 2021*
- *Moneyfarm ha calcolato l'"inflazione percepita", ossia l'inflazione determinata dalle abitudini di consumo di ciascuna famiglia e quindi non uguale per tutti*
- *Ecco le principali evidenze emerse dall'analisi di 52 profili:*
 - *Se si guarda allo stato occupazionale, i disoccupati sono la categoria sociale maggiormente colpita con un'inflazione percepita del 17,1% e una spesa mensile che salirebbe di ben 226€ in assenza di bonus*
 - *Se si guarda ai nuclei familiari:*
 - *I single sono i più colpiti con un'inflazione percepita del 15,7% (e spesa mensile aumentata di 195€) che sale al 16,4% tra le persone sole ultra 65enni, la cui spesa mensile è salita di 175€.*
 - *Le coppie con due figli sono il nucleo familiare meno colpito, con un'inflazione percepita al 12% e una spesa mensile cresciuta di 298€.*
 - *Se si guarda alla distribuzione geografica:*
 - *Le famiglie che vivono nelle aree metropolitane sono le più colpite: 15,1% l'inflazione percepita e 288€ la spesa mensile aggiuntiva*
 - *Le famiglie che vivono in piccoli comuni sono le meno colpite: 12,8% l'inflazione percepita e 226€ la spesa aggiuntiva mensile*
 - *A livello regionale è la Liguria ad avere il più alto livello di inflazione percepita (13,1%), con un incremento mensile di 259€; in fondo alla classifica il Molise, con circa due punti percentuali in meno*

Milano, 28 novembre 2022 – La forte crescita dell'inflazione è stata sicuramente una delle grandi protagoniste di questo 2022. In Italia i prezzi sono aumentati ufficialmente del 10,2% nei primi 10 mesi dell'anno, ma la realtà è che per molti risparmiatori l'inflazione è salita **fino al 17,1%** e i costi, in termini assoluti, **fino a 335 euro in più al mese**.

È quanto calcola [Moneyfarm](#), società di gestione del risparmio con approccio digitale, che ha utilizzato l'**indicatore di "inflazione percepita" per affrontare la questione più urgente, oggi, per le finanze personali** delle famiglie italiane.

Partendo dagli ultimi dati ISTAT sull'inflazione relativi ai primi 10 mesi dell'anno ed incrociandoli con la fotografia 2021 dei consumi di 52 diversi profili di famiglie e di consumatori, Moneyfarm ha stimato con il supporto di smileconomy l'inflazione percepita: un indicatore che misura i diversi impatti dell'inflazione sulle tasche dei risparmiatori, a seconda del loro stile di vita e del loro mix di consumi.

Nei primi 10 mesi dell'anno, l'inflazione misurata da ISTAT è cresciuta in media del 10,2%, ma **per i 52 profili tracciati l'inflazione percepita va dall'11,2% al 17,1%** poiché i consumi

T +39 02 450 76621 | E info@moneyfarm.com | W www.moneyfarm.com

effettivi delle famiglie esaminate “battono” l’inflazione media del paniere ISTAT. Ragionando in termini assoluti, dai calcoli Moneyfarm emerge che **l’inflazione costa alle famiglie da 175€ a 335€ in più al mese.**

L’inflazione percepita

Nella tabella sotto, che riporta l’inflazione di ciascuna delle 12 componenti del paniere ISTAT nei primi 10 mesi di quest’anno, balzano all’occhio andamenti significativamente diversi dei prezzi delle singole categorie di beni e servizi: si va dallo stratosferico rincaro del 52,4% della voce *Abitazione, acqua, elettricità e combustibili* al calo dell’1,1% della voce *Comunicazioni*.

Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	52,4%
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	11,8%
MEDIA	10,2%
Servizi ricettivi e di ristorazione	8,4%
Mobili, articoli e servizi per la casa	6,5%
Trasporti	6,1%
Abbigliamento e calzature	2,8%
Altri beni e servizi	2,7%
Bevande alcoliche e tabacchi	2,7%
Istruzione	0,9%
Servizi sanitari e spese per la salute	0,8%
Ricreazione, spettacoli e cultura	0,3%
Comunicazioni	-1,1%

L’inflazione percepita è un indicatore utile a mostrare quello che si nasconde dietro il dato medio dell’inflazione, perché, nella realtà, ogni famiglia ha le sue abitudini di consumo, il suo stile di vita e quindi la sua inflazione. In base agli andamenti dei prezzi riportati qui sopra si può già facilmente intuire che le famiglie che concentrano la maggior parte delle proprie spese sui beni e sui servizi più irrinunciabili come l’energia e i prodotti alimentari subiscono inevitabilmente un’inflazione più alta delle famiglie che possono permettersi di diversificare maggiormente le proprie abitudini di spesa.

L’inflazione del 2022 non è democratica

Tra le 52 tipologie di consumatori analizzate, **sono i disoccupati ad avere l’inflazione percepita più elevata, al 17,1%**. Quando il capofamiglia è disoccupato l’inflazione agisce come **una tassa occulta di 226€ al mese** su una spesa media mensile che alla fine del 2021 era di 1.319€ al mese. Una tassa che, in assenza di aiuti e di bonus, significa probabilmente dover tagliare ulteriormente i consumi per la famiglia.

Quando il capofamiglia è un lavoratore dipendente, invece, l’inflazione percepita è del 12,1% e la spesa mensile aggiuntiva ammonta a 285€. Il grafico 2 spiega chiaramente perché disoccupati e lavoratori dipendenti si collocano agli estremi dell’indice di inflazione percepita.

GRAFICO 2


I disoccupati spendono il 54% (somma di 23% e 31% in alto a sinistra nel grafico) dei loro risparmi in voci di spesa con un'inflazione superiore a quella media. Le famiglie con un lavoratore dipendente spendono, invece, in quelle stesse voci solo il 35% (somma di 13% e 22% in alto a destra nel grafico). Chi è disoccupato spende, in proporzione, molto di più in beni essenziali come energia e prodotti alimentari: le due voci con la più alta inflazione. Chi, invece, può contare su entrate stabili come i lavoratori dipendenti, spende in modo più bilanciato, su più voci di consumo e risulta quindi meno colpito dall'inflazione.

Se si guarda ai nuclei familiari, sono i single ad avere la peggio con un'inflazione percepita del 15,7% e una spesa aggiuntiva mensile di 195€, ma **per gli anziani soli la situazione purtroppo è ancora peggiore: 16,4% l'inflazione percepita e 175€ la spesa aggiuntiva mensile**. All'estremo opposto si collocano le coppie con due figli, con un'inflazione percepita del 12% e una spesa aggiuntiva mensile di 298€.

Oltre a categorie occupazionali e nuclei familiari, Moneyfarm ha preso in esame anche la dimensione territoriale in cui vivono le famiglie ed è emerso che **l'inflazione percepita è più alta nelle aree metropolitane, dove raggiunge il 15,1% e comporta una spesa aggiuntiva di 288€ al mese**. Mentre le famiglie che vivono in piccoli comuni (sotto i 50.000 abitanti), hanno un'inflazione percepita del 12,8% ed una spesa aggiuntiva mensile di 226€.

A livello geografico, infine, sono **Liguria (13,1%)**, seguita da Piemonte e Puglia le regioni italiane con la più alta inflazione percepita. In fondo alla classifica troviamo invece Umbria, Sicilia e Molise (11,2%).

Nota metodologica

Perché, a fronte di un aumento dell'inflazione del paniere ISTAT del 10,2% nei primi 10 mesi dell'anno, l'inflazione percepita nei profili considerati nello studio è risultata superiore?

La prima spiegazione è di ordine statistico: il paniere ISTAT (definito a febbraio 2022) è fatto da migliaia di voci, che vengono mano a mano aggregate in 102 voci, a loro volta aggregate nelle 12 macro voci di consumo. L'analisi si è invece svolta a livello delle 12 macro voci di consumo tracciate da ISTAT per le varie tipologie di famiglia. Abbiamo stimato l'effetto di questa componente statistica in un'approssimazione di un punto percentuale, che da sola non basta a spiegare le differenze.

Il grafico 3 prova a spiegare quindi la maggior parte delle differenze, confrontando l'inflazione percepita dei disoccupati con quella del paniere. La possibile risposta sta nel fatto che le famiglie esaminate (sempre basate su fotografia ISTAT) consumano in un modo diverso dal paniere medio ISTAT.

Le famiglie con disoccupati spendono il 54% del loro denaro nelle due voci di spesa con un'inflazione superiore a quella media. Mentre il paniere pesa invece quelle due voci al 29%.



Andrea Rocchetti, Head of Investment Advisory di Moneyfarm, ha commentato: *“Purtroppo meno di un italiano su due comprende concetti come l’inflazione, come emerge dal “Rapporto sulle scelte di investimento delle famiglie italiane” di Consob. Visti i livelli di inflazione che stanno caratterizzando la nostra economia, con le implicazioni che abbiamo spiegato sui risparmi delle famiglie, credo che sia ancora più importante che gli operatori del risparmio si impegnino sul fronte dell’educazione finanziaria. Oltre ad avere contezza degli effetti dell’inflazione, a mio avviso, i risparmiatori non devono sottovalutare l’urgenza di ragionare sulla gestione dei propri risparmi insieme a un esperto. Fare pianificazione finanziaria con un consulente, inoltre, è tanto più utile a coloro che non sono detentori di grandi patrimoni e che, non per questo, devono vedersi negato l’accesso a una gestione del risparmio efficiente”.*

Informazioni su Moneyfarm

Fondata nel 2011 da Paolo Galvani e Giovanni Daprà, Moneyfarm è una società di consulenza finanziaria indipendente con approccio digitale, specializzata in investimenti di medio-lungo termine. Con un team di 200 professionisti, Moneyfarm gestisce il patrimonio di oltre 90.000 risparmiatori (su una base di oltre 530.000 utenti attivi) a un ritmo di crescita che è sempre stato a doppia cifra anno su anno. Grazie all'utilizzo delle tecnologie digitali, Moneyfarm ha sviluppato un modello innovativo che le permette di fornire un servizio di consulenza indipendente e una Gestione Patrimoniale di prima qualità, semplice, trasparente e a costi inferiori a quelli offerti dai gestori tradizionali. È regolata dalla Financial Conduct Authority (FCA) e vigilata in Italia da Consob. L'azienda ha come soci principali il gruppo Allianz, Poste Italiane, M&G plc, Cabot Square Capital e United Ventures, ed è oggi una delle aziende innovative più finanziate in Italia con un totale di oltre 166 milioni di euro di finanziamenti ottenuti. La società ha inoltre stretto importanti partnership commerciali con Poste Italiane, Banca Sella e buddybank, la banca per smartphone di Unicredit, che hanno sancito l'ampliamento del servizio anche al segmento B2B2C. Per ulteriori info si veda www.moneyfarm.com

Moneyfarm ufficio stampa – BC COMMUNICATION

Beatrice Cagnoni | beatrice.cagnoni@bc-communication.it | +39 335 5635111

Giulia Franzoni | giulia.franzoni@bc-communication.it | +39 334 3337756

Giovanni Prati | giovanni.prati@bc-communication.it | +39 351 5293362

T +39 02 450 76621 | E info@moneyfarm.com | W www.moneyfarm.com