



Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research

# WIN CRISIS INDEX

Barometro su scala mondiale  
della crisi finanziaria

- II° wave -

Aprile 2009

## I cinque punti principali da ricordare:

1. La percezione globale della situazione economica ha raggiunto un livello piuttosto omogeneo.
2. Benché l'ottimismo sia aumentato in 10 dei 25 Paesi dove viene effettuata la rilevazione, le prospettive economiche rimangono ancora negative in 20 degli stessi 25 Paesi.
3. Le prospettive economiche nei Paesi BRIC e negli Stati Arabi continuano ad essere più positive che nei Paesi del G8.
4. E' diminuito il livello di fiducia nella capacità del proprio governo di riuscire a gestire la situazione finanziaria, come pure nella stabilità e solidità delle banche e del mercato azionario.
5. I settori più colpiti dalla crisi economica sono: abbigliamento/calzature/accessori, intrattenimento/ristoranti/cinema, acquisti importanti per la casa, vacanze/viaggi e la spesa quotidiana.

**WIN** – il network che riunisce le più importanti organizzazioni indipendenti di ricerche statistiche al mondo – ha eseguito la più vasta e completa ricerca sulla crisi economica, intervistando 20.325 cittadini come campioni rappresentativi in 25 Paesi.

## Contesto e metodologia

- WIN ha condotto la seconda wave del CRISIS INDEX intervistando 20.325 persone in 25 Paesi, nel periodo compreso fra la metà di febbraio e la fine di marzo. L'obiettivo della ricerca è valutare la percezione che gli intervistati hanno della crisi finanziaria nei loro Paesi. Il WIN CRISIS INDEX viene aggiornato ogni 3 mesi. In ogni tabella sono inclusi i seguenti Paesi del G8: Canada, Francia, Germania, Italia, Giappone, Russia, Regno Unito e Stati Uniti, compresi nei 25 Paesi dove si svolge la ricerca. Lo stesso vale per i Paesi conosciuti come BRIC: Brasile, Russia, India e Cina.
- La tabella qui di seguito rappresenta un sommario della metodologia usata in ogni Paese per la conduzione di questa ricerca:

Paese	Istituto	Metodo	Nr. Intervistati	Periodo	Margine di errore
<b>Argentina</b>	IBOPE Inteligencia Argentina	CATI omnibus	500	13 - 20 marzo 2009	±4.38%
<b>Australia</b>	Colmar Brunton	Online	1008	17 - 22 marzo 2009	±3.09%
<b>Austria</b>	Gallup Austria	CATI omnibus	503	4 - 17 marzo 2009	±4.38%
<b>Brasile</b>	IBOPE Inteligencia	Face to Face	2002	11 - 15 marzo 2009	±2.19%
<b>Canada</b>	Leger Marketing	Online	1711	4 marzo 2009	±2.37%
<b>Cina</b>	CRC - Cass Research Center	CAWI	542	20 marzo 2009	±4.21%
<b>Francia</b>	BVA	Internet	1258	24 - 26 febbraio 2009	±2.76%
<b>Germania</b>	Leyhausen	CAWI	1015	26 febbraio - 23 marzo 2009	±3.08%
<b>Islanda</b>	Capacent	Internet Panel	833	25 febbraio - 4 marzo 2009	±3.44%
<b>India</b>	MaRS	Face to Face	1057	14 - 18 marzo 2009	±3.01%
<b>Italia</b>	Doxa	CATI omnibus	977	26 febbraio - 1 marzo 2009	±3.14%
<b>Giappone</b>	NRC - Nippon Research Center	Online Panel	1081	10-12 marzo 2009	±2.98%
<b>Corea</b>	Gallup Korea	Intervista telefonica	814	20 febbraio 2009	±3.43%
<b>Kuwait</b>	PARC	Face to Face	373	15 - 24 marzo 2009	±5.07%
<b>Libano</b>	PARC	Face to Face	350	15 - 24 marzo 2009	±5.24%
<b>Messico</b>	IBOPE Inteligencia Mexico	CATI	500	20 febbraio - 2 marzo 2009	±4.38%
<b>Olanda</b>	Market Response	CATI omnibus	501	2 - 7 marzo 2009	±4.38%
<b>Qatar</b>	PARC	Face to Face	278	15 - 24 marzo 2009	±5.88%
<b>Russia</b>	Romir	Omnibus	1126	4 -10 marzo 2009	±2,92%
<b>Arabia Saudita</b>	PARC	Face to Face	469	15 - 24 marzo 2009	±4.53%
<b>Spagna</b>	Instituto DYM	CATI omnibus	689	2 - 12 marzo 2009	±3.73%
<b>Svizzera</b>	ISOPUBLIC	Face to Face Omnibus	500	25 febbraio- 4 marzo 2009	±4.38%
<b>EAU</b>	PARC	Face to Face	199	15 - 24 marzo 2009	±6.95%
<b>UK</b>	ICM Research	Online	1039	20 - 22 febbraio 2009	±3.04%
<b>USA</b>	TRIG	Online	1000	24 febbraio - 4 marzo 2009	±3.10%

- Ogni campione è rappresentativo della popolazione del suo Paese in termini di variabili socio-demografiche. Le dimensioni del campione assicurano generalizzazioni accurate della popolazione totale e rendono possibile un'interpretazione dei risultati molto precisa. Contrariamente a quanto ci si potrebbe aspettare, età e sesso non sembrano ripercuotersi affatto sulla percezione della crisi finanziaria da parte degli intervistati.

## Previsioni finanziarie

Lei pensa che nei prossimi 3 mesi la situazione economica del Suo Paese migliorerà, rimarrà invariata o peggiorerà?

- Come prevedibile, le prospettive finanziarie sono generalmente negative, con solo il 16% degli intervistati che ritiene che la situazione economica nel proprio Paese migliorerà nei prossimi 3 mesi.
- Qatar, Kuwait, Brasile, Arabia Saudita e gli Emirati Arabi Uniti sono i Paesi con la più alta percentuale di intervistati che ritengono che la situazione economica tenda a migliorare invece che a peggiorare.
- Il pessimismo raggiunge il suo apice nel Regno Unito (67%), seguito da Francia (63%), Spagna (61%) e Germania (61%).
- Mentre i cittadini dei Paesi BRIC hanno opinioni divise, i cittadini dei Paesi del G8 hanno generalmente una visione negativa, con il 55% degli intervistati che ritiene che la situazione finanziaria peggiorerà, mentre solo l'8% di loro pensa che migliorerà.

	Migliorerà %	Rimarrà invariata %	Peggiorerà %	Non sa / Non risponde %
<b>Qatar</b>	45	29	17	9
<b>Kuwait</b>	39	41	11	9
<b>Brasile</b>	35	46	14	5
<b>Arabia Saudita</b>	29	46	12	13
<b>EAU</b>	28	35	19	20
<b>Libano</b>	26	32	38	4
<b>India</b>	25	31	33	11
<b>Cina</b>	23	45	29	3
<b>Corea</b>	18	33	44	5
<b>Russia</b>	14	33	41	12
<b>USA</b>	14	32	46	8
<b>Italia</b>	12	35	50	3
<b>Islanda</b>	11	30	56	3
<b>Messico</b>	10	40	47	3
<b>Olanda</b>	10	46	42	2
<b>Australia</b>	9	35	52	4
<b>Argentina</b>	8	36	53	3
<b>Germania</b>	8	25	61	6
<b>Canada</b>	6	34	52	8
<b>Austria</b>	5	36	56	3
<b>Francia</b>	5	26	63	6
<b>Giappone</b>	5	30	60	5
<b>Spagna</b>	5	30	61	4
<b>Svizzera</b>	4	36	57	3
<b>UK</b>	4	23	67	6
<b>Totale</b>	<b>16</b>	<b>35</b>	<b>43</b>	<b>6</b>
<b>BRIC</b>	<b>24</b>	<b>39</b>	<b>29</b>	<b>8</b>
<b>G8</b>	<b>8</b>	<b>30</b>	<b>55</b>	<b>7</b>

## Le previsioni finanziarie tre mesi fa e oggi

Lei ritiene che nei prossimi 3 mesi la situazione economica nel Suo Paese migliorerà, rimarrà invariata o peggiorerà?

- In tutti i Paesi dove si è svolta la ricerca, negli ultimi tre mesi le previsioni generali su come si svilupperà la situazione economica sono rimaste invariate.
- Corea, India e Spagna sono i Paesi dove il numero dei rispondenti con una visione negativa della situazione economica è cresciuto di più. Infatti, in India un terzo degli intervistati (33%) oggi pensa che la situazione peggiorerà, rispetto al 14% del gennaio scorso.
- E' importante notare che nei Paesi dove diminuisce di più il numero di intervistati con una visione negativa, come nel Regno Unito, in Islanda, Giappone e Canada, la percezione generale non è più ottimistica, ma piuttosto prevale una tendenza a pensare che la situazione rimarrà invariata.
- Infine, anche se gli intervistati nei Paesi BRIC continuano ad avere una visione più positiva che negli altri Paesi, la loro fiducia è diminuita rispetto a tre mesi fa, con 5% degli intervistati in più che ritiene che la situazione economica peggiorerà da adesso.

Gennaio 09      Marzo 09

	Differenza	Peggiorerà %	Peggiorerà %
Corea	24	20	44
India	19	14	33
Spagna	10	51	61
Svizzera	6	51	57
Austria	4	52	56
Cina	3	26	29
Russia	3	38	41
USA	0	46	46
Olanda	-1	43	42
Francia	-3	66	63
Italia	-4	54	50
Brasile	-5	19	14
Germania	-7	68	61
Canada	-9	61	52
Giappone	-10	70	60
Islanda	-11	67	56
UK	-11	78	67
* Argentina	NA	NA	53
* Australia	NA	NA	52
* Messico	NA	NA	47
* Libano	NA	NA	38
* EAU	NA	NA	19
* Qatar	NA	NA	17
* Arabia Saudita	NA	NA	12
* Kuwait	NA	NA	11
<b>Totale</b>	<b>1</b>	<b>48</b>	<b>49</b>
<b>BRIC</b>	<b>5</b>	<b>24</b>	<b>29</b>
<b>G8</b>	<b>-10</b>	<b>60</b>	<b>50</b>

\* Argentina, Australia, Kuwait, Libano, Messico, Qatar, Arabia Saudita e EAU non avevano partecipato alla prima wave, pertanto non sono inclusi nella media di marzo.

## Aspettative di guadagno

Lei prevede che nei prossimi 12 mesi il reddito delle Sua famiglia aumenterà, rimarrà invariato o diminuirà?

- Quasi metà (45%) del totale degli intervistati ritiene che il suo reddito rimarrà invariato, 25% ritiene che crescerà e solo il 24% pensa che il suo reddito diminuirà, il che può corrispondere ad una visione ottimistica in tempi di crisi finanziaria.
- Sorprendentemente, benché la crisi finanziaria sia iniziata negli USA, 35% degli intervistati ritiene che il proprio reddito aumenterà, mentre il 20% ritiene che diminuirà.
- Il pessimismo è al massimo in Islanda, Giappone e Russia, dove rispettivamente il 55%, 49% e 43% ritiene che il proprio reddito diminuirà nel corso del prossimo anno.
- Mentre gli intervistati nei Paesi BRIC hanno una visione piuttosto ottimistica (con il 34% che ritiene che il proprio reddito aumenterà nel corso del prossimo anno), gli intervistati nei Paesi del G8 hanno delle aspettative piuttosto pessimistiche per quanto riguarda il proprio reddito nel prossimo anno, con solo il 20% che ritiene che questo aumenterà.

	Aumenteranno %	Rimarranno invariate %	Diminuiranno %
Brasile	61	32	5
Qatar	44	34	10
USA	35	39	20
Arabia Saudita	34	45	11
India	33	43	16
Cina	30	35	35
Kuwait	30	54	5
Messico	28	43	25
EAU	27	36	21
Germania	26	41	24
Libano	26	41	29
Canada	25	48	20
UK	25	49	19
Australia	22	54	18
Olanda	21	54	23
Argentina	21	43	34
Corea	21	48	28
Austria	18	62	17
Spagna	18	56	19
Svizzera	16	56	23
Francia	15	44	33
Russia	14	27	43
Italia	10	66	21
Giappone	10	35	49
Islanda	7	35	55
Totale	25	45	24
<b>BRIC</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>25</b>
<b>G8</b>	<b>20</b>	<b>44</b>	<b>29</b>

## Aspettative di reddito tre mesi fa e oggi

Lei si aspetta che nei prossimi 12 mesi il reddito della Sua famiglia aumenterà, rimarrà invariato o diminuirà?

- Dappertutto, rispetto a tre mesi fa, la maggioranza degli intervistati ritiene che il proprio reddito diminuirà nel corso del prossimo anno.
- La Cina (15%) e la Russia (15%) sono i Paesi dove il pessimismo sul reddito familiare è cresciuto di più.
- D'altra parte, in Corea (-25%) e nel Regno Unito (-6%) meno cittadini che tre mesi fa pensano che il proprio reddito diminuirà.
- E' interessante notare che benché solo il 25% dei cittadini dei Paesi BRIC ritenga che il proprio reddito diminuirà da ora, il loro numero è pur sempre aumentato del 9% rispetto a tre mesi fa.

Gennaio 09    Marzo 09

	Differenza	Diminuzione %	Diminuzione %
Cina	15	20	35
Russia	15	28	43
Austria	6	11	17
Germania	6	18	24
Islanda	5	50	55
Canada	4	16	20
India	4	12	16
Giappone	4	45	49
Svizzera	4	19	23
USA	2	18	20
Olanda	1	22	23
Brasile	1	4	5
Francia	1	32	33
Italia	-1	22	21
Spagna	-4	23	19
UK	-6	25	19
Corea	-25	53	28
* Argentina	NA	NA	34
* Libano	NA	NA	29
* Messico	NA	NA	25
* EAU	NA	NA	21
* Australia	NA	NA	18
* Arabia Saudita	NA	NA	11
* Qatar	NA	NA	10
* Kuwait	NA	NA	5
<b>Totale</b>	<b>2</b>	<b>25</b>	<b>27</b>
<b>BRIC</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>25</b>
<b>G8</b>	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>29</b>

\* Argentina, Australia, Kuwait, Libano, Messico, Qatar, Arabia Saudita e gli EAU non avevano partecipato alla prima wave e pertanto non sono inclusi nella media di marzo.

## Il mercato immobiliare

Lei ritiene che in genere questo sia un momento favorevole o sfavorevole per acquistare una casa?

- Complessivamente il 41% degli intervistati nei Paesi in cui si svolge la ricerca pensa che questo non sia un buon momento per acquistare una casa.
- Il pessimismo in questo senso raggiunge il livello più alto in Argentina (77%), seguito da Olanda (65%), Italia (63%), Messico (63%), Libano (62%) e Brasile (60%).
- L'Australia è l'unico Paese dove più di metà degli intervistati (54%) ritiene che questo sia un buon momento per acquistare una casa.
- I cittadini dei Paesi del G8 sono abbastanza divisi, con solo il 31% degli intervistati che pensa che questo non sia un buon momento per acquistare una casa, mentre al contrario il 27% pensa che lo sia.

	Buon momento %	Incerto %	Brutto momento %	Non sa / Non risponde %
Australia	54	29	13	4
Svizzera	49	16	23	12
Austria	42	12	38	8
Canada	42	32	19	7
USA	41	29	22	8
Kuwait	40	23	23	14
UK	35	39	20	6
Spagna	33	7	56	4
Corea	26	35	30	9
Germania	25	33	27	15
Francia	23	38	27	12
India	23	18	44	15
Cina	21	46	33	0
Italia	21	11	63	5
Olanda	20	6	65	9
Qatar	19	32	43	6
Libano	19	17	62	2
EAU	18	25	47	10
Messico	16	19	63	3
Brasile	15	18	60	7
Islanda	15	28	52	5
Giappone	15	31	45	9
Argentina	13	8	77	2
Russia	12	32	46	10
Arabia Saudita	11	33	44	12
<b>Totale</b>	<b>26</b>	<b>25</b>	<b>41</b>	<b>7</b>
<b>BRIC</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>46</b>	<b>8</b>
<b>G8</b>	<b>27</b>	<b>33</b>	<b>31</b>	<b>8</b>

## Il mercato immobiliare tre mesi fa e oggi

In generale, Lei ritiene che sia un momento favorevole o sfavorevole per acquistare una casa?

- Sorprendentemente, rispetto al cambiamento della visione delle prospettive finanziarie e alle aspettative di reddito dei cittadini tra oggi e tre mesi fa, più intervistati in media ritengono che questo sia un momento favorevole per acquistare una casa, con un incremento del 2% rispetto a tre mesi fa (25% contro 27%), e meno intervistati ritengono che il momento sia sfavorevole (-4%).
- L'India e il Brasile sono i soli Paesi dove si nota una differenza significativa nel numero di intervistati che rispetto a tre mesi fa ritengono che questo sia un momento sfavorevole per acquistare una casa, con un incremento rispettivamente del 18% e 5%.
- D'altra parte, Paesi che nel corso della ricerca hanno dimostrato un continuo pessimismo, come il Regno Unito, l'Islanda, la Francia, la Corea e il Canada, mostrano una importante diminuzione nel numero di intervistati che ritengono che questo sia un momento sfavorevole per acquistare una casa, con un calo rispettivamente del 19%, 14%, 10%, 9%, e 7%.
- E' anche interessante notare che, mentre ora rispetto a tre mesi fa più cittadini dei Paesi BRIC ritengono che questo non sia un momento favorevole per acquistare una casa, meno intervistati dei Paesi del G8 pensano allo stesso modo (-6%).

		Gennaio 09	Marzo 09
	Differenza	Brutto momento %	Brutto momento %
India	18	26	44
Brasile	5	55	60
Olanda	2	63	65
Russia	-1	47	46
Austria	-2	40	38
Italia	-2	65	63
Svizzera	-2	25	23
Cina	-3	36	33
Germania	-3	30	27
Giappone	-4	49	45
Spagna	-5	61	56
USA	-5	27	22
Canada	-7	26	19
Corea	-9	39	30
Francia	-10	37	27
Islanda	-14	66	52
UK	-19	39	20
* Libano	NA	NA	62
* Arabia Saudita	NA	NA	44
* Qatar	NA	NA	43
* Argentina	NA	NA	34
* Messico	NA	NA	25
* Kuwait	NA	NA	23
* EAU	NA	NA	21
* Australia	NA	NA	18
<b>Totale</b>	<b>-4</b>	<b>43</b>	<b>39</b>
<b>BRIC</b>	<b>5</b>	<b>41</b>	<b>46</b>
<b>G8</b>	<b>-6</b>	<b>40</b>	<b>34</b>

\* Argentina, Australia, Kuwait, Libano, Messico, Qatar, Arabia Saudita ed EAU non hanno partecipato alla prima wave, pertanto non sono inclusi nella media di marzo.

## Fiducia nel proprio governo

Qual è il Suo livello di fiducia nella capacità del Suo governo di gestire la crisi finanziaria?

- In media, gli intervistati hanno espresso un livello di fiducia nella capacità dei loro governi di gestire la crisi finanziaria più basso (4,8) che tre mesi fa (5,2).
- Austria, Islanda e Germania sono gli unici Paesi che, rispetto a tre mesi fa, non dimostrano un livello più basso di fiducia nella capacità del proprio governo di gestire la situazione finanziaria.
- Gli intervistati di Cina (6,7), Brasile (6,4), Olanda (6,2) e India (5,5), fra cui 3 dei 4 Paesi BRIC, hanno espresso i più alti livelli di fiducia nella capacità dei propri governi di gestire la crisi finanziaria.
- Viceversa, fra tutti i 25 Paesi dove si è svolta la ricerca, il Giappone (2,9) rimane quello che esprime la fiducia più bassa nella capacità del proprio governo di gestire la situazione finanziaria.
- E' interessante notare che gli intervistati negli Stati Uniti hanno espresso un livello di fiducia molto più alto oggi (6,3), rispetto a tre mesi fa, prima dell'insediamento presidenziale (4,8).

Gennaio 09

Marzo 09

	Livello di fiducia 1-10	Livello di fiducia 1-10
Cina	7,0	6,7
Brasile	6,7	6,4
Olanda	6,3	6,2
India	6,6	5,5
Svizzera	5,9	5,4
USA	6,3	4,8
Russia	4,9	4,7
Austria	4,6	4,7
Italia	4,7	4,6
Islanda	4,4	4,6
Germania	4	4,6
Canada	4,8	4,5
Spagna	4,7	4
Francia	4,6	4
Corea	5,4	3,9
UK	4,5	3,4
Giappone	3	2,9
* Argentina	NA	3,9
* Australia	NA	5,5
* Kuwait	NA	7,5
* Libano	NA	3,7
* Messico	NA	5,3
* Qatar	NA	8
* Arabia Saudita	NA	8
* EAU	NA	7,4
<b>Totale</b>	<b>5,2</b>	<b>4,8</b>
<b>BRIC</b>	<b>6,3</b>	<b>5,8</b>
<b>G8</b>	<b>4,6</b>	<b>4,2</b>

\* Argentina, Australia, Kuwait, Libano, Messico, Qatar, Arabia Saudita ed EAU non hanno partecipato alla prima wave, pertanto non sono inclusi nella media di marzo.

## Stabilità delle banche

### Qual è il Suo livello di fiducia nella stabilità / solidità delle banche?

- In media, il livello di fiducia degli intervistati nella stabilità e solidità delle banche è diminuito (5,1) rispetto a tre mesi fa (5,3).
- Con l'eccezione di India, Cina, Olanda, Islanda e Germania, gli intervistati di tutti i Paesi dove si è svolta la ricerca hanno espresso un livello di fiducia nella stabilità delle proprie banche più basso rispetto a tre mesi fa.
- Come tre mesi fa, gli intervistati in India (6,6), Cina (6,6), Olanda (6,4) e Canada (6,1) hanno espresso un alto livello di fiducia nella stabilità / solidità delle loro banche, mentre gli intervistati in Russia (4,4), Germania (4,3) e nel Regno Unito (3,3) hanno espresso bassi livelli di fiducia.
- E' interessante il fatto che, rispetto agli altri Paesi BRIC, gli intervistati in Russia restano quelli che presentano il punteggio medio più basso (4,4) (rispetto alla media dei Paesi BRIC pari a 5,9 complessivamente).

Gennaio 09

Marzo 09

	Livello di fiducia 1-10	Livello di fiducia 1-10
India	5,4	6,6
Cina	6,6	6,6
Olanda	6,4	6,4
Canada	6,3	6,1
Brasile	6,1	5,9
Corea	5,3	5,2
Italia	5,1	4,9
Svizzera	5,1	4,8
Spagna	5,4	4,7
Francia	5,1	4,7
Austria	4,9	4,7
Islanda	4,6	4,7
USA	5,4	4,5
Giappone	4,6	4,5
Russia	4,4	4,4
Germania	4	4,3
UK	4,2	3,3
* Argentina	NA	4,5
* Australia	NA	5,8
* Messico	NA	5,1
* EAU	NA	5
* Kuwait	NA	6,5
* Libano	NA	6,8
* Qatar	NA	6,3
* Arabia Saudita	NA	7
<b>Totale</b>	<b>5,3</b>	<b>5,1</b>
<b>BRIC</b>	<b>6</b>	<b>5,9</b>
<b>G8</b>	<b>4,9</b>	<b>4,6</b>

\* Argentina, Australia, Kuwait, Libano, Messico, Qatar, Arabia Saudita ed EAU non hanno partecipato alla prima wave, pertanto non sono inclusi nella media di marzo.

## Stabilità del mercato azionario

Qual è il Suo livello di fiducia nella stabilità / solidità del mercato azionario?

- Dappertutto, in corrispondenza del livello di fiducia nella capacità dei propri governi di gestire la situazione finanziaria e nella stabilità delle banche, il livello di fiducia degli intervistati nella stabilità / solidità del mercato azionario è sceso fino a 3,7.
- Solo gli intervistati di quattro Paesi, cioè Austria, Germania, Italia e Cina hanno espresso livelli più alti di fiducia nella stabilità / solidità del mercato azionario rispetto a tre mesi fa.
- D'altra parte, gli intervistati nel Regno Unito hanno espresso un livello di fiducia ancora più basso, con un punteggio pari a 2,7.

	Gennaio 09	Marzo 09
	Livello di fiducia 1-10	Livello di fiducia 1-10
<b>Brasile</b>	5,7	5,5
<b>Olanda</b>	4,7	4,7
<b>India</b>	5,5	4,2
<b>Cina</b>	3,8	4,1
<b>Italia</b>	3,9	4,0
<b>Russia</b>	4,1	3,9
<b>USA</b>	4,3	3,7
<b>Corea</b>	3,9	3,6
<b>Spagna</b>	4,1	3,5
<b>Germania</b>	3,4	3,5
<b>Svizzera</b>	4,1	3,4
<b>Canada</b>	3,5	3,4
<b>Francia</b>	3,5	3,4
<b>Islanda</b>	3,5	3,4
<b>Giappone</b>	3,5	3,4
<b>Austria</b>	3,0	3,1
<b>UK</b>	3,2	2,7
* Argentina	NA	4,1
* Australia	NA	4,0
* Messico	NA	5,0
* EAU	NA	3,4
* Kuwait	NA	4,8
* Libano	NA	4,1
* Qatar	NA	4,8
* Arabia Saudita	NA	5,8
<b>Totale</b>	<b>4,0</b>	<b>3,7</b>
<b>BRIC</b>	<b>4,8</b>	<b>4,4</b>
<b>G8</b>	<b>3,7</b>	<b>3,5</b>

\* Argentina, Australia, Kuwait, Libano, Messico, Qatar, Arabia Saudita ed EAU non hanno partecipato alla prima wave, pertanto non sono inclusi nella media di marzo.

## Tagli alle spese in totale

### Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese per ... ?

- Com'era da aspettarsi, gli intervistati in tutti i 25 Paesi dove si è svolta la ricerca hanno operato dei tagli per ciascuna delle dieci categorie oggetto della domanda.
- L'industria che sembra essere meno colpita dalla situazione finanziaria è quella dell'IT insieme al settore delle Telecomunicazioni, come dimostrato dalle percentuali relativamente basse, anche se comunque significative, delle diminuzioni di spesa per telefoni cellulari, connessioni internet dalle abitazioni e TV a pagamento.
- D'altra parte, si notano tagli estremamente alti in tutte le altre categorie, dove l'impatto maggiore si è verificato sulle spese per abbigliamento/ calzature/accessori.
- E' interessante notare che mentre gli americani restano piuttosto ottimisti sulle prospettive della crisi finanziaria, proprio loro hanno ridotto in maniera notevole le spese per ogni categoria.
- Il pessimismo osservato durante tutto il corso di questo studio si riflette abbondantemente nei grossi tagli di spesa effettuati per tutte le categorie in tutti i 25 Paesi dove si svolge la ricerca.

	Abbigliamento/ calzature/ accessori %	Divertimento, come ristoranti, cinema %	Acquisti per la casa (es. mobili, elettrodom., ecc.) %	Vacanze/ viaggi %	Spesa quotidiana %	Lavori di restauro/ riparazioni in casa %	Trasporti o tragitti pendolari %	Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia %	Costi per la televisione digitale/satellite/via cavo %	Costi per connessione Internet dall'abitazione %
Argentina	72	66	63	60	72	56	41	49	24	23
Australia	58	56	50	46	50	39	30	31	10	11
Austria	37	37	30	31	40	26	35	27	10	13
Brasile	45	38	45	37	31	38	27	37	10	12
Canada	47	54	42	42	33	32	29	19	13	8
Cina	43	46	45	51	34	37	29	23	13	18
Francia	63	61	55	50	51	50	47	34	24	14
Germania	45	46	39	40	40	34	27	29	9	13
Islanda	71	63	72	72	65	43	45	32	21	8
India	45	53	49	50	32	42	35	33	18	15
Italia	70	60	50	54	52	38	20	47	21	20
Giappone	70	58	58	57	58	43	52	35	13	13
Kuwait	26	41	50	49	16	38	15	12	13	9
Libano	37	36	37	31	29	29	25	36	9	11
Messico	73	62	62	60	74	57	50	57	31	26
Qatar	27	23	32	30	13	29	12	16	10	7
Russia	61	43	47	36	40	49	34	38	9	15
Arabia Saudita	41	31	43	45	22	42	16	36	15	21
Spagna	59	48	31	37	46	35	16	40	8	11
Svizzera	30	27	32	22	23	15	16	16	3	4
EAU	42	39	53	44	24	26	29	23	10	19
UK	57	50	48	43	55	42	33	30	13	11
USA	70	69	60	42	61	52	52	26	22	13
<b>Totale</b>	<b>52</b>	<b>48</b>	<b>48</b>	<b>45</b>	<b>42</b>	<b>39</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<b>BRIC</b>	48	45	47	44	34	41	37	33	13	15
<b>G8</b>	60	55	50	48	49	42	31	32	16	13

\* In Corea e Olanda non è stata posta la domanda sui tagli alle spese, pertanto questi due Paesi non sono inclusi nella media di marzo.

## Tagli alle spese in Argentina

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Basandosi sulle dieci categorie considerate da questa ricerca, in media il 53% dei cittadini argentini ha tagliato le proprie spese.
- Inoltre, per ogni categoria, rispetto alla media degli intervistati l'Argentina presenta medie più alte di intervistati che hanno tagliato le spese e medie più basse di coloro che non lo hanno fatto.
- Gli argentini hanno tagliato più di tutte le spese per abbigliamento/calzature/accessori e per la spesa quotidiana (72% per entrambe le categorie).
- Al contrario, gli argentini non hanno tagliato più di tanto le spese per le connessioni Internet dall'abitazione (23%) e per la televisione (24%). C'è da dire però che entrambe queste percentuali restano alte rispetto a quelle registrate in altri Paesi dove si è svolta questa ricerca.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	49	40	11	0
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	23	43	32	2
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	24	56	20	0
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	72	28	0	0
Trasporti o tragitti pendolari	41	56	3	0
Abbigliamento/calzature/accessori	72	26	1	1
Lavori di restauro/riparazioni in casa	56	31	12	1
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	63	26	11	0
Vacanze/Viaggi	60	27	13	0
Divertimento come ristoranti, cinema	66	24	10	0
<b>Totale</b>	<b>53</b>	<b>36</b>	<b>11</b>	<b>0</b>

## Tagli di spesa in Australia

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Complessivamente, più del 50% degli intervistati australiani ha effettuato tagli di spesa in quattro delle dieci categorie considerate.
- Gli australiani hanno ridotto meno le loro spese per la televisione e le connessioni ad Internet dall'abitazione, con rispettivamente solo il 10% e l'11% degli intervistati che ha tagliato le spese in queste categorie.
- D'altra parte, gli australiani hanno ridotto di più le loro spese nella categoria abbigliamento/calzature/accessori (58%).

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	31	61	6	2
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	11	84	4	1
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	10	35	54	2
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	50	47	1	2
Trasporti o tragitti pendolari	30	57	11	2
Abbigliamento / calzature / accessori	58	39	2	1
Lavori di restauro/riparazioni in casa	39	34	25	2
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	50	30	17	3
Vacanze/Viaggi	46	37	16	1
Divertimento come ristoranti, cinema	56	35	8	1
<b>Totale</b>	<b>38</b>	<b>46</b>	<b>14</b>	<b>2</b>

## Tagli alle spese in Austria

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In media, gli austriaci hanno effettuato meno tagli alle spese rispetto all'insieme di tutti gli altri intervistati.
- Infatti, la media dei loro tagli è bassa per ogni categoria considerata, se confrontata con i risultati degli altri Paesi.
- A differenza di altri Paesi dove si è svolta la ricerca, gli austriaci hanno effettuato i tagli più considerevoli nella categoria "spesa quotidiana" (40%).
- Gli intervistati in Austria hanno ridotto anche le spese per le categorie abbigliamento/calzature/accessori (37%) e divertimento (37%).

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	27	61	12	0
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	13	61	24	2
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	10	78	11	1
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	40	56	3	1
Trasporti o tragitti pendolari	35	57	8	0
Abbigliamento / calzature / accessori	37	57	6	0
Lavori di restauro/riparazioni in casa	26	62	11	1
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	30	56	14	0
Vacanze/Viaggi	31	58	10	1
Divertimento come ristoranti, cinema	37	54	9	0
<b>Totale</b>	<b>29</b>	<b>60</b>	<b>11</b>	<b>0</b>

## Tagli alle spese in Brasile

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Riflettendo l'ottimismo dimostrato finora durante il corso della ricerca, i brasiliani hanno effettuato i tagli minori alle spese nelle dieci categorie considerate.
- I brasiliani hanno ridotto maggiormente le spese in due categorie: abbigliamento/calzature/accessori (45%) e acquisti importanti per la casa (45%).
- E' importante notare che le dieci categorie di spesa esaminate non sono applicabili per un'alta percentuale di intervistati in Brasile. In particolare, questo vale per le due aree di spesa per le quali i brasiliani hanno tagliato di meno: le spese per la televisione (10%) e per la connessione ad Internet dall'abitazione (12%).

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	37	47	15	1
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	12	29	57	2
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	10	26	63	1
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	31	66	2	1
Trasporti o tragitti pendolari	27	61	11	1
Abbigliamento / calzature / accessori	45	51	3	1
Lavori di restauro/riparazioni in casa	38	41	20	1
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	45	42	11	2
Vacanze/Viaggi	37	33	27	3
Divertimento come ristoranti, cinema	38	41	20	1
<b>Totale</b>	<b>32</b>	<b>44</b>	<b>23</b>	<b>1</b>

## Tagli alle spese in Canada

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In media il 32% degli intervistati canadesi ha effettuato tagli alle spese nelle dieci categorie considerate dalla ricerca.
- Tuttavia, la percentuale media dei canadesi che ha ridotto le spese risulta più bassa rispetto ad altri Paesi ad eccezione di una categoria: il 54% dei canadesi ha tagliato le spese per il divertimento.
- Altre aree dove i canadesi hanno effettuato le maggiori riduzioni di spesa sono abbigliamento/calzature/accessori (47%), vacanze/viaggi (42%) e acquisti importanti per la casa (42%).
- D'altra parte, solo l'8% dei canadesi ha risparmiato sulla connessione Internet dall'abitazione. Parimenti, solo il 13% dei canadesi ha effettuato tagli alle spese per la televisione.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	19	62	18	1
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	8	86	4	2
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	13	75	9	3
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	33	63	1	3
Trasporti o tragitti pendolari	29	60	9	2
Abbigliamento / calzature / accessori	47	47	4	2
Lavori di restauro/riparazioni in casa	32	36	29	3
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	42	31	25	2
Vacanze/Viaggi	42	37	19	2
Divertimento come ristoranti, cinema	54	40	4	2
<b>Totale</b>	<b>32</b>	<b>54</b>	<b>12</b>	<b>2</b>

## Tagli alle spese in Cina

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In generale i cinesi hanno effettuato meno tagli alle spese degli intervistati in altri Paesi esaminati dalla ricerca.
- Il 51% degli intervistati cinesi ha ridotto maggiormente le spese per la categoria vacanze/viaggi.
- I cinesi hanno tagliato in misura minore le spese per le categorie televisione (13%) e collegamento ad Internet dall'abitazione (18%).
- E' interessante notare come la maggior parte dei Paesi ha mostrato la tendenza a ridurre in misura minore le spese per la connessione ad Internet dall'abitazione, ma in particolare in Cina, come in India, gli intervistati hanno dichiarato di aver ridotto in misura minore le spese per la televisione (13%).

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	23	74	4	0
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	18	71	11	0
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	13	82	6	0
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	34	62	4	0
Trasporti o tragitti pendolari	29	67	4	0
Abbigliamento / calzature / accessori	43	51	7	0
Lavori di restauro/riparazioni in casa	37	38	26	0
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	45	36	18	1
Vacanze/Viaggi	51	29	20	0
Divertimento come ristoranti, cinema	46	41	14	0
<b>Totale</b>	<b>34</b>	<b>55</b>	<b>11</b>	<b>0</b>

## Tagli alle spese in Francia

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Più della metà dei cittadini francesi ha ridotto le spese per 6 delle 10 categorie considerate.
- Inoltre, la Francia ha mostrato una media più alta di intervistati che hanno ridotto le proprie spese rispetto agli altri Paesi esaminati dalla ricerca.
- I francesi hanno tagliato di più le spese per abbigliamento/calzature/accessori (63%) e le spese per il divertimento (61%).
- D'altra parte, solo il 14% degli intervistati ha effettuato tagli alle spese per il collegamento ad Internet dall'abitazione.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	34	55	9	2
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	14	73	9	4
Costi per la televisione digitale/satellite/via cavo	24	40	31	5
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	51	43	3	3
Trasporti o tragitti pendolari	47	41	9	3
Abbigliamento / calzature / accessori	63		5	2
Lavori di restauro/riparazioni in casa	50	27	18	5
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	55	24	18	3
Vacanze/Viaggi	50	29	16	5
Divertimento come ristoranti, cinema	61	28	8	3
<b>Totale</b>	<b>45</b>	<b>40</b>	<b>13</b>	<b>3</b>

## Tagli alle spese in Germania

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Considerando le 10 categorie della nostra ricerca, meno tedeschi hanno ridotto le proprie spese rispetto agli altri Paesi esaminati.
- Le due categorie dove le spese sono state tagliate di più sono divertimento (46%) e abbigliamento/calzature/accessori (45%).
- Come in altri Paesi, solo il 13% degli intervistati tedeschi ha ridotto le spese per la connessione ad Internet dalla propria abitazione.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	29	58	11	2
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	13	74	12	1
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	9	62	27	2
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	40	50	8	2
Trasporti o tragitti pendolari	27	54	16	3
Abbigliamento / calzature / accessori	45	44	9	2
Lavori di restauro/riparazioni in casa	34	40	23	3
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	39	39	20	2
Vacanze/Viaggi	40	40	18	2
Divertimento come ristoranti, cinema	46	41	12	1
<b>Totale</b>	<b>32</b>	<b>50</b>	<b>16</b>	<b>2</b>

## Tagli alle spese in Islanda

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In media, sono più numerosi i cittadini islandesi che hanno effettuato tagli alle loro spese (49%) rispetto a quelli che non l'hanno fatto (41%), sempre considerando le dieci categorie esaminate da questa ricerca.
- Su 7 delle 10 categorie, gli intervistati in Islanda hanno ridotto le proprie spese più della media degli intervistati nei 25 Paesi considerati.
- Le categorie di spesa per le quali gli islandesi hanno effettuato i tagli maggiori sono vacanze/viaggi (72%), acquisti importanti per la casa (72%), abbigliamento/calzature/accessori (71%) e spesa quotidiana (65%).
- Gli intervistati in Islanda hanno tagliato in misura minore le spese per la connessione ad Internet dalla propria abitazione (8%).

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	32	60	6	2
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	8	82	8	2
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	21	62	15	2
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	65	33	1	1
Trasporti o tragitti pendolari	45	48	5	2
Abbigliamento / calzature / accessori	71	23	4	2
Lavori di restauro/riparazioni in casa	43	36	19	2
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	72	17	9	2
Vacanze/Viaggi	72	21	6	1
Divertimento come ristoranti, cinema	63	30	6	1
<b>Totale</b>	<b>49</b>	<b>41</b>	<b>8</b>	<b>2</b>

## Tagli alle spese in India

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In generale, sulla base delle categorie di spesa esaminate in questa ricerca, gli indiani si sono dimostrati piuttosto divisi sui loro tagli alle spese.
- Ci sono aree dove gli indiani hanno effettuato significative riduzioni di spesa, ad esempio sui divertimenti (53%) e per vacanze/viaggi (50%).
- D'altra parte, solo l'11% degli intervistati ha ridotto le spese per la connessione ad Internet dall'abitazione. Tuttavia, si deve notare che quasi la metà (44%) degli indiani ha risposto che questa categoria di spesa non è valida per loro.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	33	62	2	3
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	15	32	44	9
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	18	74	5	3
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	32	63	2	3
Trasporti o tragitti pendolari	35	43	8	14
Abbigliamento / calzature / accessori	45	48	3	4
Lavori di restauro/riparazioni in casa	42	33	16	9
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	49	31	14	6
Vacanze/Viaggi	50	29	12	9
Divertimento come ristoranti, cinema	53	32	9	6
<b>Totale</b>	<b>37</b>	<b>45</b>	<b>12</b>	<b>7</b>

## Tagli alle spese in Italia

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Per quanto riguarda le categorie considerate dalla nostra ricerca, in media gli italiani sono piuttosto divisi sull'aver effettuato dei tagli alle proprie spese oppure no.
- La categoria di spesa per la quale gli italiani hanno effettuato i maggiori tagli è abbigliamento/calzature/ accessori (70%).
- E' interessante notare che, benché la connessione ad Internet dall'abitazione (20%) sia una delle due aree per le quali gli italiani hanno effettuato meno tagli (l'altra è "lavori di restauro/riparazioni in casa" con il 38%), il numero di italiani che hanno ridotto le spese in questa prima categoria è notevolmente più alto che negli altri Paesi.
- Inoltre, bisogna considerare il fatto che molte delle categorie esaminate non sono applicabili per gli italiani, specialmente per quanto riguarda le spese per la televisione (51%).

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	47	47	5	1
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	20	48	31	1
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	21	26	51	2
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	52	47	1	0
Trasporti o tragitti pendolari	20	51	28	1
Abbigliamento / calzature / accessori	70	28	2	0
Lavori di restauro/riparazioni in casa	38	48	14	0
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	50	42	7	1
Vacanze/Viaggi	54	32	15	0
Divertimento come ristoranti, cinema	60	31	9	1
<b>Totale</b>	<b>43</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>1</b>

## Tagli alle spese in Giappone

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In generale i giapponesi hanno ridotto le loro spese più degli altri Paesi esaminati dalla ricerca.
- La categoria in cui sono state effettuate le maggiori riduzioni di spesa è abbigliamento/calzature/accessori con un picco del 70%.
- Come negli altri Paesi oggetto della ricerca, anche i giapponesi hanno effettuato i tagli più contenuti per la connessione ad Internet dall'abitazione, con solo il 13% degli intervistati che ha fornito questa risposta.
- Parimenti, solo il 13% degli intervistati giapponesi ha tagliato le proprie spese per la televisione. Tuttavia, è importante notare che il 40% dei giapponesi ha risposto che questa categoria di spesa non è valida per loro.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	35	58	4	3
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	13	82	3	2
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	13	45	40	2
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	58	39	1	2
Trasporti o tragitti pendolari	52	44	3	1
Abbigliamento / calzature / accessori	70	26	2	2
Lavori di restauro/riparazioni in casa	43	23	32	2
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	58	28	11	3
Vacanze/Viaggi	57	32	9	2
Divertimento come ristoranti, cinema	58	35	5	2
<b>Totale</b>	<b>46</b>	<b>41</b>	<b>11</b>	<b>2</b>

## Tagli alle spese in Kuwait

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Questa ricerca evidenzia come i cittadini del Kuwait abbiano effettuato meno tagli alle spese rispetto agli abitanti in altri Paesi da noi esaminati.
- Solo il 9% degli intervistati del Kuwait ha ridotto le proprie spese per la connessione ad Internet dall'abitazione.
- In contrasto alla tendenza presente in altri Paesi, ma come nel Qatar e negli Emirati Arabi Uniti, nel Kuwait i tagli alla spesa più significativi sono stati effettuati per "acquisti importanti per la casa" (50%).

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	12	72	8	8
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	9	74	11	6
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	13	65	14	8
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	16	74	4	6
Trasporti o tragitti pendolari	15	65	10	10
Abbigliamento / calzature / accessori	26	62	5	7
Lavori di restauro/riparazioni in casa	38	45	9	8
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	50	36	6	8
Vacanze/Viaggi	49	32	8	11
Divertimento come ristoranti, cinema	41	46	5	8
<b>Totale</b>	<b>27</b>	<b>57</b>	<b>8</b>	<b>8</b>

## Tagli alle spese in Libano

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In media gli intervistati libanesi hanno effettuato meno tagli alle loro spese rispetto agli altri Paesi considerati dalla ricerca.
- Infatti, la media di queste riduzioni è relativamente più bassa in ogni categoria rispetto ai risultati degli altri Paesi.
- Solo il 9% degli intervistati in Libano ha ridotto le sue spese per la televisione.
- E' da notare che, mentre nella maggioranza dei Paesi considerati le spese meno tagliate sono state quelle per la connessione ad Internet dall'abitazione, questa categoria non è applicabile per il 41% degli intervistati in Libano.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	36	54	9	1
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	11	48	41	0
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	9	85	5	1
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	29	68	1	2
Trasporti o tragitti pendolari	25	73	2	0
Abbigliamento / calzature / accessori	37	62	1	0
Lavori di restauro/riparazioni in casa	29	59	10	2
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	37	55	6	2
Vacanze/Viaggi	31	43	20	6
Divertimento come ristoranti, cinema	36	56	8	0
<b>Totale</b>	<b>28</b>	<b>60</b>	<b>10</b>	<b>2</b>

## Tagli alle spese in Messico

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In media, il 55% degli intervistati in Messico ha ridotto le proprie spese per tutte le dieci categorie di spesa considerate in questa ricerca.
- Inoltre, i tagli di spesa in Messico sono ampi in ogni categoria rispetto ai risultati degli altri Paesi.
- Le aree dove si sono verificate le maggiori riduzioni di spesa sono state abbigliamento/calzature/accessori e spesa quotidiana (rispettivamente 73% e 74%).
- Le due categorie per le quali i messicani hanno tagliato di meno sono state la connessione ad Internet dall'abitazione (26%) e le spese per la televisione (31%). Tuttavia, non solo le percentuali sono alte in confronto agli altri Paesi, ma è anche importante notare che una percentuale altrettanto alta di intervistati ha affermato che queste spese non li riguardano.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	57	33	9	1
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	26	41	32	1
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	31	42	27	0
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	74	25	1	0
Trasporti o tragitti pendolari	50	46	3	1
Abbigliamento / calzature / accessori	73	25	1	1
Lavori di restauro/riparazioni in casa	57	37	6	0
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	62	27	11	0
Vacanze/Viaggi	60	24	15	1
Divertimento come ristoranti, cinema	62	27	11	0
<b>Totale</b>	<b>55</b>	<b>33</b>	<b>12</b>	<b>0</b>

## Tagli alle spese in Qatar

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Fra tutti i Paesi considerati da questa ricerca, il Qatar è quello dove sono stati effettuati meno tagli alle spese.
- Infatti, meno di 1/3 degli intervistati ha ridotto le proprie spese in una qualsiasi delle dieci categorie esaminate. Inoltre, più della metà degli intervistati non ha fatto alcun taglio in nessuna delle categorie di spesa.
- Come in Kuwait e negli Emirati Arabi Uniti, sono stati gli acquisti importanti per la casa ad essere i più colpiti dalla crisi economica nel Qatar, dove il 32% degli intervistati ha ridotto le proprie spese in questa categoria.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	16	80	1	3
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	7	77	13	3
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	10	65	19	6
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	13	67	17	3
Trasporti o tragitti pendolari	12	77	7	4
Abbigliamento / calzature / accessori	27	63	6	4
Lavori di restauro/riparazioni in casa	29	59	8	4
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	32	56	6	6
Vacanze/Viaggi	30	58	5	7
Divertimento come ristoranti, cinema	23	63	8	6
<b>Totale</b>	<b>20</b>	<b>67</b>	<b>9</b>	<b>5</b>

## Tagli alle spese in Russia

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Rispetto agli altri Paesi considerati da questa ricerca, la Russia mostra la più alta percentuale di intervistati per i quali le categorie di spesa prese in considerazione non sono risultate applicabili.
- Benché i russi abbiano ridotto di poco le spese per la televisione (9%), il 53% le ha giudicate non pertinenti.
- Il 61% dei russi ha effettuato i tagli di spesa più significativi su abbigliamento/calzature/accessori.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	38	44	12	6
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	15	24	47	14
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	9	28	53	10
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	40	43	10	7
Trasporti o tragitti pendolari	34	50	13	3
Abbigliamento / calzature / accessori	61	28	7	4
Lavori di restauro/riparazioni in casa	49	25	22	4
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	47	20	28	5
Vacanze/Viaggi	36	15	41	8
Divertimento come ristoranti, cinema	43	16	35	3
<b>Totale</b>	<b>37</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>6</b>

## Tagli alle spese in Arabia Saudita

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In media, il 31% dei cittadini dell'Arabia Saudita ha effettuato tagli alle proprie spese.
- Le due aree di spesa più colpite dalla crisi economica in Arabia Saudita sono state: "acquisti importanti per la casa" (43%) e "vacanze/viaggi" (45%).
- D'altra parte, solo il 15% degli intervistati in Arabia Saudita ha effettuato tagli alle spese per la televisione. Tuttavia, il 45% degli intervistati ha dichiarato questa categoria "non pertinente".

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	36	61	3	0
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	21	50	26	3
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	15	36	45	4
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	22	64	8	6
Trasporti o tragitti pendolari	16	65	13	6
Abbigliamento / calzature / accessori	41	53	4	2
Lavori di restauro/riparazioni in casa	42	36	15	7
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	43	39	11	7
Vacanze/Viaggi	45	41	11	3
Divertimento come ristoranti, cinema	31	63	4	2
<b>Totale</b>	<b>31</b>	<b>51</b>	<b>14</b>	<b>4</b>

## Tagli alle spese in Spagna

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Gli intervistati in Spagna si sono dimostrati piuttosto divisi sul fatto di aver tagliato o meno le proprie spese per le categorie considerate.
- Il 59% degli spagnoli ha ridotto le proprie spese per abbigliamento/calzature/accessori.
- Per gli spagnoli, la categoria di spesa dove sono stati effettuati i tagli minori è quella che riguarda la connessione ad Internet dall'abitazione (11%).
- In generale, la percentuale di intervistati per i quali queste categorie non sono applicabili è più alta rispetto agli altri Paesi esaminati dalla ricerca.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa / Non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	40	52	7	1
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	11	57	30	2
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	8	31	57	4
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	46	50	1	3
Trasporti o tragitti pendolari	16	62	21	1
Abbigliamento/calzature/accessori	59	39	1	1
Lavori di restauro/riparazioni in casa	35	44	21	6
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	31	44	24	1
Vacanze/viaggi	37	42	19	2
Divertimento come ristoranti, cinema	48	37	14	1
<b>Totale</b>	<b>33</b>	<b>46</b>	<b>20</b>	<b>1</b>

## Tagli alle spese in Svizzera

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In media, i cittadini svizzeri hanno effettuato meno tagli alle spese rispetto agli altri Paesi considerati dalla ricerca.
- Inoltre, la percentuale di intervistati che ha tagliato le proprie spese è più bassa della media complessiva, ad eccezione di una categoria.
- Per di più, meno di un terzo dei cittadini svizzeri ha ridotto le spese per tutte le categorie considerate.
- I tagli meno significativi sono stati effettuati per la connessione ad Internet dall'abitazione e per la televisione, con rispettivamente solo il 4% e il 3% degli intervistati che affermano di aver ridotto le proprie spese in queste aree.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa/non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	16	79	3	2
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	4	81	14	1
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	3	82	12	3
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	23	71	3	3
Trasporti o tragitti pendolari	16	73	10	1
Abbigliamento/calzature/accessori	30	67	2	1
Lavori di restauro/riparazioni in casa	15	61	21	3
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	32	53	11	4
Vacanze/viaggi	22	68	8	2
Divertimento come ristoranti, cinema	27	68	4	1
<b>Totale</b>	<b>19</b>	<b>70</b>	<b>9</b>	<b>2</b>

## Tagli alle spese negli Emirati Arabi Uniti

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In generale, gli intervistati negli EAU hanno effettuato meno tagli alle loro spese degli intervistati di altri Paesi in cui si è svolta la ricerca.
- Come nel Kuwait e nel Qatar, il 53% dei cittadini degli EAU ha ridotto di più le spese per importanti acquisti per la casa.
- Altre categorie dove gli intervistati hanno effettuato tagli di spesa sono vacanze/viaggi (44%) e abbigliamento/calzature/accessori (42%).
- D'altra parte, solo il 10% degli intervistati ha ridotto le spese per la televisione.

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa/non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	23	69	6	2
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	19	59	18	4
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	10	55	31	4
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	24	72	2	2
Trasporti o tragitti pendolari	29	62	8	1
Abbigliamento/calzature/accessori	42	54	2	2
Lavori di restauro/riparazioni in casa	26	43	23	8
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	53	29	13	5
Vacanze/viaggi	44	40	13	3
Divertimento come ristoranti, cinema	39	53	7	1
<b>Totale</b>	<b>31</b>	<b>53</b>	<b>12</b>	<b>4</b>

## Tagli alle spese negli Regno Unito

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- In media, il 38% degli intervistati nel Regno Unito ha effettuato tagli alle proprie spese nelle categorie esaminate da questo studio.
- Escludendo le categorie comprese nel settore IT (telefono cellulare, connessione ad Internet dall'abitazione e spese per la televisione), più di un terzo dei cittadini britannici ha affermato di aver effettuato tagli in ogni categoria di spesa.
- Le aree dove si notano le maggiori riduzioni di spesa sono: "abbigliamento/calzature/accessori" (57%) e "spesa quotidiana" (55%).
- Gli intervistati nel Regno Unito hanno effettuato i minori tagli alle spese per la connessione ad Internet dall'abitazione (l'81% non ne ha effettuati).

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa/non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	30	56	12	2
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	11	81	6	2
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	13	60	25	2
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	55	42	1	2
Trasporti o tragitti pendolari	33	51	14	2
Abbigliamento / calzature / accessori	57	37	4	2
Lavori di restauro/riparazioni in casa	42	37	17	4
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	48	32	17	3
Vacanze/Viaggi	43	38	16	3
Divertimento come ristoranti, cinema	50	38	10	2
<b>Totale</b>	<b>38</b>	<b>47</b>	<b>12</b>	<b>3</b>

## Tagli alle spese negli USA

Dall'inizio della crisi economica, ha effettuato dei tagli alle spese in una delle seguenti categorie?

- Pur restando piuttosto ottimisti sulle prospettive della crisi finanziaria, gli americani hanno effettuato tagli alle proprie spese per ciascuna delle categorie considerate da questo studio.
- Il 70% degli intervistati negli USA ha ridotto maggiormente le proprie spese per abbigliamento /calzature/accessori, come pure per il divertimento (69%).
- Più della metà degli intervistati ha affermato di aver tagliato le proprie spese in 6 delle 10 categorie esaminate da questa ricerca.
- D'altra parte, le spese che gli americani hanno ridotto di meno sono quelle per la connessione ad Internet dall'abitazione (13%), per la televisione a pagamento (22%) e per il telefono cellulare (26%).

Categoria	Si, ho tagliato %	No, non ho tagliato %	Non pertinente %	Non sa/non risponde %
Costi per il(i) cellulare(i) della famiglia	26	61	12	1
Costi per la connessione ad Internet dall'abitazione	13	80	6	1
Costi per la televisione digitale/satellitare/via cavo	22	64	14	0
Spesa quotidiana, come comprare generi alternativi meno cari	61	37	2	0
Trasporti o tragitti pendolari	52	41	7	0
Abbigliamento / calzature / accessori	70	27	3	0
Lavori di restauro/riparazioni in casa	52	26	21	1
Acquisti importanti per la casa (come mobili, elettrodomestici, ecc.)	60	22	16	2
Vacanze/Viaggi	42	37	19	2
Divertimento come ristoranti, cinema	69	26	4	1
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>42</b>	<b>10</b>	<b>1</b>

## Conclusioni

### L'impatto che la crisi economica ha sulle prospettive e sui comportamenti delle popolazioni

- I risultati di questa rilevazione mostrano quattro distinti gruppi di Paesi per quanto riguarda la percezione che le loro popolazioni hanno delle prospettive economiche e i loro comportamenti d'acquisto.
- **Economie più forti:** le popolazioni di Brasile, Cina, Kuwait, Libano, Qatar, Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti sono le meno colpite dalla crisi economica, hanno una visione del futuro del proprio Paese superiore alla media e non hanno effettuato riduzioni significative alle proprie spese. I cittadini di questi Paesi tollerano bene questa crisi economica.
- **Economie deboli:** le popolazioni di India e Russia hanno una percezione della situazione economica superiore alla media, ma hanno ridotto in misura più considerevole rispetto al resto del mondo le proprie spese personali. Perciò, a breve termine le loro economie rimangono fragili.
- **Economie in declino:** le popolazioni di Austria, Canada, Germania e Svizzera hanno una visione inferiore alla media della propria economia, ma non hanno ancora ridotto significativamente le proprie spese personali. Almeno a breve termine, le prospettive negative dovrebbero spingerli a tagliare le proprie spese. Rimarranno più a lungo in un ciclo economico negativo.
- **Economie malfunzionanti:** le popolazioni di Argentina, Australia, Francia, Islanda, Italia, Giappone, Messico, Spagna, Regno Unito e degli Stati Uniti sono quelle che risentono maggiormente della crisi economica. Le loro prospettive economiche sono inferiori alla media e hanno già drasticamente ridotto le spese personali a confronto della media nazionale. Probabilmente per loro occorrerà più tempo per riprendersi.

Prospettive superiori alla media

Prospettive inferiori alla media

<b><u>Economie deboli</u></b>  India Russia	<b><u>Economie più forti</u></b>  Brasile Cina Kuwait Libano Qatar Arabia Saudita EAU
<b><u>Economie malfunzionanti</u></b>  Argentina Australia Francia Islanda Italia Giappone Messico Spagna UK USA	<b><u>Economie in declino</u></b>  Austria Canada Germania Svizzera

Tagli superiori alla media

Tagli inferiori alla media

\* Corea e Olanda non hanno risposto alle domande sui tagli di spesa, pertanto non sono incluse nella media di marzo.



## Network di Istituti Indipendenti di Ricerche di Mercato

WIN è un network che raggruppa i più importanti Istituti indipendenti di ricerche di mercato in tutto il mondo. Questi ultimi si sono riuniti per creare una piattaforma globale su cui poter scambiare affari internazionali continuando a garantire il più alto livello di competenza, professionalità e cura del Cliente.

WIN fornisce in modo veloce e flessibile ricerche a livello globale o focalizzate su regioni specifiche, a seconda delle esigenze del Cliente.

WIN assicura più della presenza a livello globale dei suoi membri, offre soluzioni cosmopolite. Oltre a rendere possibili ricerche internazionali, WIN permette a ciascuno dei suoi membri di condurre le ricerche più appropriate in ogni singola regione o su scala globale.

WIN garantisce il più alto livello di competenza del mercato, una radicata conoscenza locale e una smisurata varietà di prodotti, servizi e metodologie in ogni parte del mondo.

Per ulteriori informazioni contattare:

D.ssa Vilma Scarpino – Amministratore Delegato Doxa S.p.A.

Telefono: +39 02 48 19 33 20

Email: [vilma.scarpino@doxa.it](mailto:vilma.scarpino@doxa.it)