

L'intervista. Emanuela Rinaldi. Professoressa in sociologia dei processi culturali e comunicativi

## Risparmiare è possibile con ricerche, passaparola ma anche investimenti

nell'epoca dei social si può risparmiare anche con il semplice passaparola tra parenti e amici. Oppure imparando a distinguere tra brand ed "etichetta", intesa come l'elenco degli ingredienti e dei valori nutrizionali di un prodotto alimentare. E valutando forme di risparmio gestito che non implicino necessariamente l'investimento di grosse somme oppure polizze assicurative che evitino di dover tamponare danni inattesi con somme messe da parte faticosamente. Sono queste alcune delle indicazioni di Emanuela Rinaldi, professoressa associata in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso

l'Università Bicocca di Milano, interpellata sugli effetti del periodo inflattivo sulle famiglie italiane. E sugli strumenti per gestire gli aumenti.

**Professoressa, lei da anni si occupa di educazione finanziaria e risparmio. Da oltre un anno e mezzo le famiglie italiane devono fare i conti un'inflazione che riguarda soprattutto ambiti di spesa "essenziali". Come è possibile gestire questi incrementi?**

Innanzitutto distinguendo, nell'ambito delle categorie di spesa, i beni necessari e quelli che invece possono essere oggetto di una valutazione ed eventualmente di un taglio. Mi spiego meglio: sull'aumento del biglietto del treno c'è poco da fare; quello degli alimentari, invece,

si può gestire internamente

alla famiglia.

**In che modo?**

Imparando a scegliere: prediligendo prodotti che a parità di qualità abbiano magari un packaging meno importante - che si riflette inevitabilmente sui prezzi, alzandoli - oppure che non subiscano l'impatto dei costi di trasporto. Quel che accade con i prodotti alimentari a chilometro zero, per esempio.

Le ricerche sul carrello della spesa degli italiani mostrano come una quota sempre maggiore decida di acquistare al discount o prediliga prodotti a marchio del distributore. **È il prezzo che sorpassa la qualità?**

Non necessariamente. Mi piace pensare che soprattutto le nuove generazioni, complice una maggiore educazione alimentare, a parità di prodotto, acquistino quello con l'etichetta migliore in termini nutrizionali. Che non sempre è quello del grande brand e non sempre costa di più.

**Il tema delle offerte e delle economie di scala quanto conta realmente?**

Le economie di scala possono essere fatte su generi non deperibili, altrimenti non sempre fanno risparmiare. Per quanto riguarda le offerte, in alcuni ambiti conta molto il passaparola: se chiama l'operatore di un call center per proporre un'offerta sul gestore telefonico o energetico le persone sbuffano, ma se il consiglio arriva da un amico o da un parente il rapporto di fiducia favorisce un processo decisionale razionale che può portare a un risparmio che

magari non si sapeva di poter realizzare.

**I rincari stanno erodendo i risparmi che gli italiani- quelli che hanno potuto - hanno accantonato durante la pandemia. Come arginare il fenomeno?**

Diversificando nel lungo periodo. La storia insegna che la ripresa segue la crisi, quindi una diversificazione degli investimenti anche con titoli e prodotti azionari può essere una strategia sensata. Gli italiani, tuttavia, non hanno grande familiarità con i piani di investimento. Poi ci sono le polizze assicurative: essere coperti in caso di calamità, come abbiamo imparato da eventi recenti, è il modo per evitare di vedere andare in fumo risparmi accantonati sul conto corrente, a fronte di un esborso periodico più ridotto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA