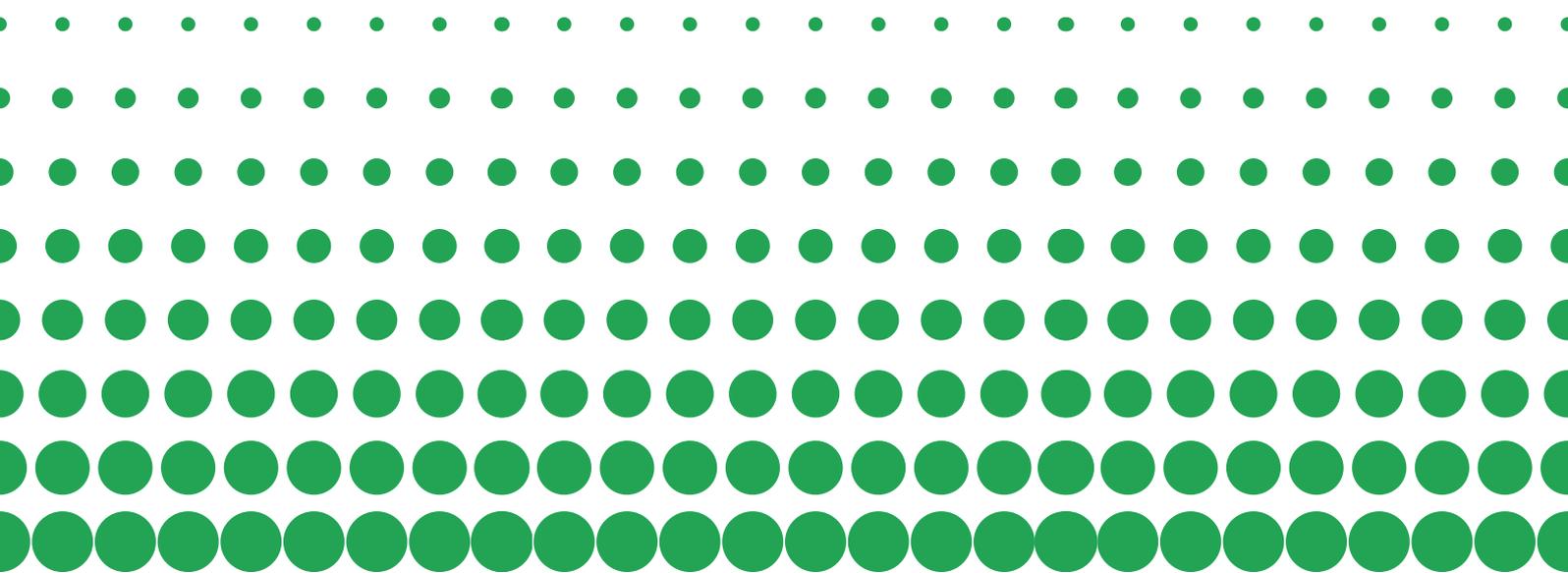


# L'ottimismo è il sale della vita

*Speranza, felicità e  
pianificazione  
alimentano la  
serenità finanziaria o  
è vero il contrario?*<sup>1</sup>

Novembre 2024

**Giovanna Paladino,**  
Direttore e curatore  
Museo del Risparmio



# 1. Introduzione

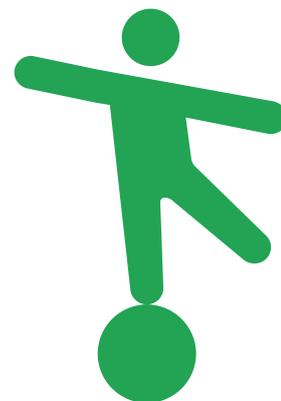
Questa analisi si basa sui dati raccolti attraverso un'indagine campionaria condotta a metà ottobre 2024, che ha coinvolto 3.868 partecipanti rappresentativi della popolazione italiana di età compresa tra 18 e 74 anni. L'obiettivo della ricerca è esplorare in che modo ottimismo (o speranza), felicità e capacità di pianificazione influenzino la serenità nell'affrontare questioni economiche personali.

Questi fattori sono strettamente interconnessi e si influenzano reciprocamente. La speranza si traduce in una visione ottimistica del futuro e nella fiducia nelle proprie capacità di raggiungere obiettivi, elementi fondamentali per mantenere motivazione e benessere psicologico. Gli individui ottimisti tendono a essere più resilienti di fronte alle difficoltà, incluse quelle economiche. La felicità, intesa come uno stato di benessere e soddisfazione generale, può rafforzare questa speranza: le persone felici vedono il futuro in modo più positivo. Questo stato "mentale" contribuisce a gestire meglio lo stress e le sfide quotidiane, anche in ambito finanziario.

L'ipotesi di fondo che si intende verificare è quanto la serenità nell'affrontare questioni economiche personali dipenda dall'equilibrio tra speranza/ottimismo, felicità e pianificazione. Gli individui ottimisti, pur partendo da condizioni economiche non ideali, sono più inclini a pianificare efficacemente il loro futuro. Questo approccio riduce incertezza e ansia, favorendo una maggiore serenità. La felicità, d'altro canto, è spesso legata a una percezione di sicurezza finanziaria e al raggiungimento degli obiettivi personali, generando un circolo virtuoso.

In sintesi, speranza/ottimismo e felicità rappresentano una fonte di motivazione e resilienza che facilita una pianificazione efficace. Quest'ultima, a sua volta, migliora la gestione delle finanze personali, riducendo l'ansia economica e permettendo agli individui di affrontare le sfide finanziarie con maggiore fiducia e tranquillità. Questo equilibrio contribuisce a migliorare il benessere generale.

Va sottolineato che i dati raccolti in questa indagine preliminare permettono di individuare solo correlazioni tra le variabili analizzate, senza evidenziare nessi causali, che saranno oggetto di un'analisi econometrica futura<sup>2</sup>. Tuttavia, lo studio offre una panoramica completa sullo stato d'animo della popolazione italiana nel periodo post-pandemia e consente di trarre alcune interessanti conclusioni.



<sup>1</sup> Qualsiasi riferimento a questi dati va associato alla ricerca "L'Ottimismo è il sale della vita" del Museo del Risparmio. La richiesta di informazioni può essere inviata a [direzione@museodelrisparmio.it](mailto:direzione@museodelrisparmio.it).  
Composizione grafica Danila Gotti. Editing Liliana Chiariglione.

<sup>2</sup> Il questionario è frutto della collaborazione con Luciano Canova, che proseguirà con l'analisi econometrica a valle della seconda wave dell'indagine prevista nel marzo 2025.

## 2. Il campione e la raccolta dati

L'indagine è stata condotta utilizzando la metodologia CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) su un campione di 3.868 partecipanti. Il campione è stato selezionato da CSA Research, proprietaria del Telepanel Nielsen, al fine di rappresentare fedelmente l'universo ISTAT aggiornato al 2024, tenendo conto di variabili quali genere, area geografica e fasce d'età (cfr. Appendice). La raccolta dei dati si è svolta tra l'11 e il 25 ottobre 2024.

Il questionario è costituito da 45 domande suddivise in quattro sezioni: la prima sociodemografica che include anche informazioni sul reddito medio mensile del nucleo familiare, sullo stile di vita e sul possesso di case e automobili; la seconda e la terza contengono domande riferite all'ottimismo/speranza e alla felicità sulla base di quanto contenuto nel *Life Orientation Test Revised* (LOT-R) di Scheier, M. F., Carver, C. S., & Bridges, M. W. (1994). Il test è composto da dieci domande volte a misurare l'ottimismo vs il pessimismo. Tre domande misurano l'ottimismo, tre misurano il pessimismo e quattro servono come domande di controllo. Le domande sulla felicità afferiscono al senso di soddisfazione personale nel contesto lavorativo e nelle relazioni sociali e al senso di serenità e gioia nella vita personale. La quarta sezione analizza l'abitudine alla pianificazione quotidiana e al grado di efficacia di questa pratica nel raggiungere i propri obiettivi personali.

Sono stati costruiti due indici sintetici, la cui rilevanza è stata testata attraverso l'analisi delle componenti principali su alcune domande chiave, rimandando a una successiva verifica econometrica l'approfondimento sulle modalità di aggregazione dell'intero set di domande.

Gli strumenti principali per l'analisi sono:

- l'indice di ottimismo/speranza: esso misura la propensione a considerare il futuro in termini positivi. Gli item utilizzati includono affermazioni come "In tempi incerti mi aspetto sempre che si verifichi lo scenario migliore" e "Sono sempre ottimista riguardo al futuro";
- l'indice di felicità: si basa sulla percezione soggettiva del benessere, include elementi quali la soddisfazione per la vita sociale, il tempo libero e le scelte personali.

Dall'analisi è emersa una correlazione significativa (0,54) tra ottimismo/speranza e felicità, indicando che questi due elementi si influenzano positivamente a vicenda. Sebbene non sia possibile al momento stabilire una relazione causale, i dati suggeriscono una forte connessione tra queste variabili.



### 3. L'ottimismo e la speranza

Le domande della seconda sezione mettono in luce che essere circondati da amici e mantenersi impegnati sono i fattori con cui il campione si identifica maggiormente. Questi aspetti risultano influenzati da variabili sociodemografiche, in particolare l'età e il luogo di residenza, mentre il genere non sembra avere un ruolo significativo. In particolare, le persone con più di 55 anni, residenti nel Sud e nelle Isole o in grandi centri abitati, mostrano un grado di accordo superiore alla media, come riportato nel grafico Fig. 1.

Il 60% degli intervistati si aspetta che il futuro riservi eventi positivi. Tuttavia, un'uguale percentuale ritiene che la qualità della vita e la situazione economica rimarranno invariate nel prossimo anno.

Gli ottimisti sono principalmente giovani di età compresa tra i 18 e i 34 anni, uomini e persone con redditi elevati o stili di vita agiati. Al contrario, coloro che si trovano in difficoltà economica mostrano un minor grado di ottimismo. Le persone con più di 55 anni adottano un approccio più realistico, ma con una maggiore inclinazione all'impegno personale. Geograficamente, i livelli di ottimismo più elevati si registrano nel Sud e nelle Isole, mentre nel Nord-Est prevale un senso di incertezza economica, che influisce negativamente sulle aspettative future.

La tranquillità finanziaria risulta positivamente correlata con l'ottimismo: chi vive in condizioni di difficoltà economica è meno propenso a immaginare scenari futuri favorevoli.



#### Livelli di ottimismo e aspettative



Fig. 1. Livelli di ottimismo e aspettative

Un esempio rappresentativo emerge dall'affermazione: *"Mi aspetto sempre che le cose vadano come desidero vadano"* condivisa da oltre il 50% degli intervistati, sebbene meno frequentemente dalle donne e dai giovani con difficoltà economiche. Analogamente, solo il 38,9% si definisce *"sempre ottimista riguardo al futuro"*, con una percentuale più alta tra gli uomini, soprattutto nella fascia d'età 18-34 anni, mentre il 36,1% si dichiara incerto.

Fattori come un reddito elevato e uno stile di vita abbiente sembrano favorire una maggiore capacità di rilassarsi. L'età, invece, influisce sulla propensione ad arrabbiarsi, una reazione più comune tra le donne e i giovani di età compresa tra 18 e 34 anni, ma meno frequente tra chi ha superato i 55 anni.

Le donne appaiono generalmente meno ottimiste e più inclini all'irritazione, in particolare le giovani lavoratrici. Questo potrebbe essere legato agli ostacoli che affrontano nel conciliare vita lavorativa e personale, oltre che alle persistenti disparità di trattamento nel mondo del lavoro.

Infine, il contesto economico rappresenta un fattore cruciale per la percezione del futuro: condizioni economiche favorevoli contribuiscono a una visione più positiva, anche se l'età rimane una variabile chiave nella determinazione dell'ottimismo.

## 4. Il benessere soggettivo e la felicità

L'autopercezione della felicità, misurata su una scala da 0 a 10, ha rivelato che circa il 29% degli intervistati si considera pienamente felice (punteggi tra 8 e 10). Un ulteriore 23% si colloca nella fascia di minor felicità (punteggi tra 0 e 5), mentre il 47,4% si posiziona su valori medi (tra 6 e 7), con una media generale pari a 6,5.

La felicità risulta maggiore tra i giovani, chi gode di un buon reddito e i residenti del Nord-Ovest. Al contrario, livelli più bassi di felicità sono strettamente associati a difficoltà economiche, età adulta, minore istruzione e residenza in piccoli centri abitati (cfr. Fig. 2).



## Livelli di benessere soggettivo

Nella giornata di ieri....

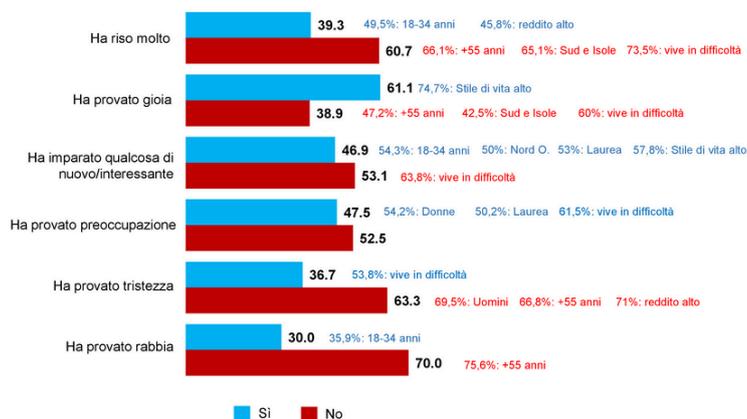


Fig2. Livelli di benessere soggettivo

L'esperienza quotidiana di risate, gioia e apprendimento sono correlati positivamente con l'autopercezione del benessere. Di contro, sentimenti di tristezza e preoccupazione prevalgono tra coloro che vivono in condizioni economiche difficili.

Analizzando le variabili sociodemografiche, emergono ulteriori dettagli:

- si ride di meno e si prova meno gioia al Sud e tra le persone adulte;
- i giovani, i laureati e i residenti del Nord-Ovest riportano un maggiore apprendimento quotidiano;
- uomini e adulti si dichiarano meno tristi e meno inclini all'irritazione rispetto ad altre categorie.

Gli indicatori economici influenzano significativamente tutti gli aspetti del benessere analizzati, con un impatto particolarmente evidente su tristezza e preoccupazione. Le donne si dimostrano generalmente più preoccupate, tristi e arrabbiate rispetto agli uomini.

Dal punto di vista dell'armonia interiore, dell'appagamento e della soddisfazione personale, emerge una prevalente soddisfazione per la propria vita (cfr. Fig. 3), che tende a crescere in condizioni di maggiore benessere economico, quali reddito elevato e uno stile di vita agiato.

L'età rappresenta un ulteriore parametro discriminante:

- i giovani (18-34 anni) si dichiarano più soddisfatti dell'ambiente di lavoro e delle loro relazioni sociali;
- gli adulti (oltre 55 anni) sono maggiormente in pace con sé stessi e più appagati dalle attività del tempo libero.

Infine, il benessere percepito è più elevato nelle regioni del Nord rispetto al Centro-Sud, una differenza attribuibile alle migliori condizioni economiche di cui godono i residenti delle aree settentrionali.

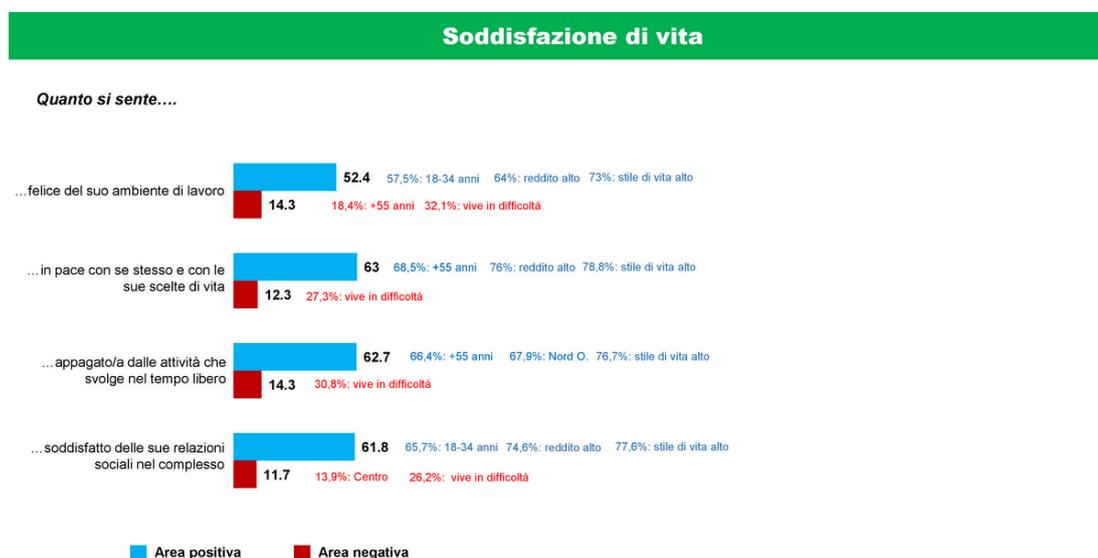


Fig3. Grado di soddisfazione personale

L'età è un altro parametro selettivo: i giovani (18-34 anni) sono più soddisfatti dell'ambiente di lavoro e delle loro relazioni sociali; gli adulti (+55 anni) sono più in pace con sé stessi e più appagati dalle attività del tempo libero.

Le regioni del Nord mostrano un benessere maggiore rispetto al Centro-Sud, correlato a migliori condizioni economiche.

## 5. La relazione tra ottimismo/speranza e felicità

Come indicato poco sopra, le domande per definire il livello di ottimismo e felicità rappresentano varie sfaccettature di un approccio individuale alle esperienze della vita personale e lavorativa.

Per sintetizzare una relazione tra ottimismo e felicità, e successivamente analizzarne il legame con la propensione alla pianificazione, sono stati costruiti indici sintetici. In questo modo si è cercato di eliminare eventuali informazioni ridondanti derivanti dalle risposte.

L'indice di **OTTIMISMO** è stato calcolato in base al "Self Report Measures for Love and Compassion Research: Optimism" del Fetzer Institute come media dei seguenti item:

*In tempi incerti mi aspetto sempre che si verifichi lo scenario migliore  
Se qualcosa può andare storto per me, accadrà (rovesciato)  
Sono sempre ottimista riguardo al futuro  
Mi aspetto sempre che le cose vadano come desidero vadano  
Nel complesso mi aspetto che accadano cose positive nella mia vita*

Gli item sono stati sottoposti a un'analisi PCA (Analisi delle Componenti Principali) per verificare che fossero correlati e che caricassero tutti sul primo fattore, confermando la coerenza dell'indice.

Un'analoga procedura è stata adottata per costruire l'indice di **FELICITÀ**, basato sui seguenti item:

*Considerando ogni aspetto della sua vita se ci fosse una scala a dieci gradini...  
su che gradino si posizionerebbe?*

*Quanto si sente in pace con sé stesso/a e con le sue scelte di vita?*

*Quanto si sente appagato/a dalle attività che svolge nel tempo libero?*

*Quanto si sente soddisfatto/a dalle sue relazioni sociali nel complesso?*

Entrambi gli indici sono stati sottoposti a un'analisi di correlazione, che ha evidenziato un forte legame tra ottimismo e felicità, con un coefficiente di correlazione pari a 0,54. Successivamente, tutti gli item utilizzati per i due indici sono stati opportunamente uniformati e analizzati attraverso una PCA, che ha confermato la presenza di un unico fattore rappresentativo (denominato INDICE MIX).

Di seguito saranno analizzate le principali caratteristiche sociodemografiche relative agli indici sintetici.

## 5.1 Identikit dell'ottimista

Il valore medio dell'indice sintetico di ottimismo è 56.9, esso sale in funzione del reddito, dello stile di vita, ed è correlato positivamente all'età e al genere maschile. Geograficamente sono più ottimisti al Sud e nelle Isole che al Nord Est. Più alto il valore dell'indice per chi vive in grandi centri abitati e ha un livello di istruzione più basso, a indicare che chi ha più strumenti per interpretare la realtà nella sua complessità ha meno ragioni per essere ottimista, data anche la situazione economica e geopolitica internazionale caratterizzante il periodo dell'indagine.



## Indice di ottimismo

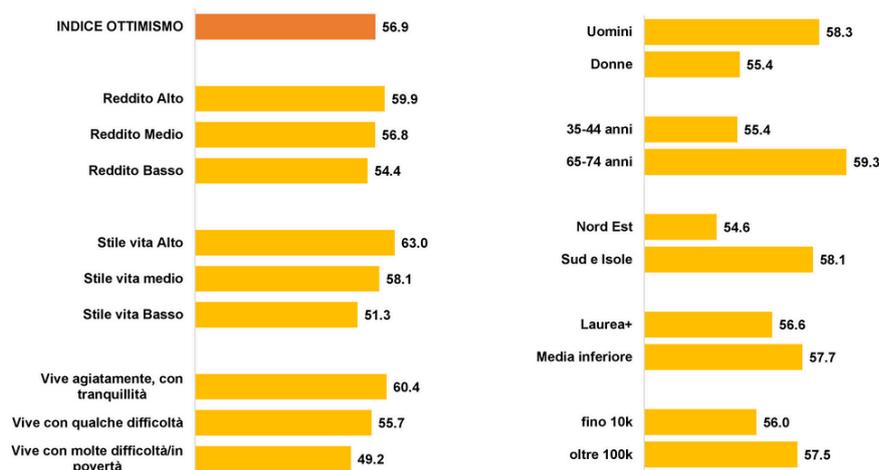


Fig4. Indice sintetico di ottimismo

Gli italiani si rivelano moderatamente ottimisti, ma le donne tendono a adottare un approccio più complesso verso la vita personale e lavorativa, così come le persone che vivono in condizioni di difficoltà economica. (cfr. Fig4).

## 5.2 L'identikit della persona felice

Gli italiani si dichiarano felici, ma in modo moderato. Come per l'ottimismo, anche l'autopercezione della felicità dipende dal reddito e dallo stile di vita. In particolare, i livelli di felicità sono più elevati tra gli uomini e tra coloro che possiedono un titolo di studio universitario.

## Indice di felicità

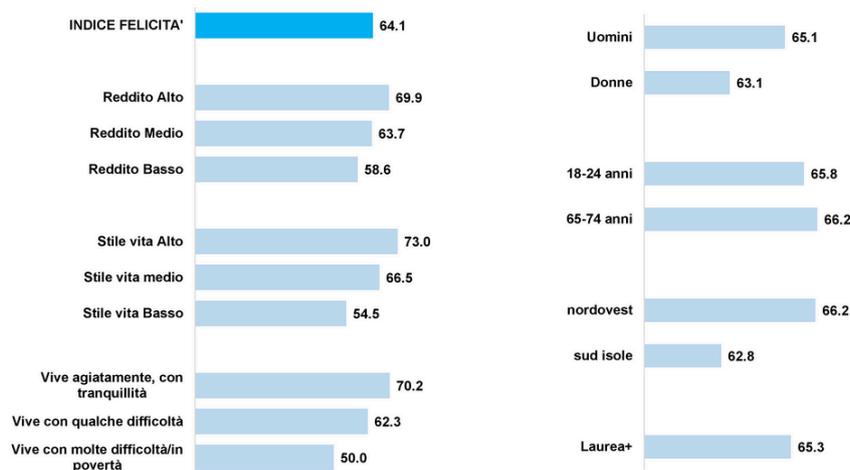


Fig5. Indice sintetico di felicità

La felicità, misurata in base all'appagamento nelle relazioni sociali e nelle attività del tempo libero, risulta più alta nel Nord-Ovest rispetto al Sud e alle Isole, dove la condizione di minore benessere economico incide notevolmente. Le differenze legate all'età sono, invece, meno marcate

Dichiararsi felici appare, infatti, più complesso rispetto a dichiarare di essere ottimisti, poiché implica uno stato di soddisfazione già raggiunto, un concetto che può risultare più difficile da valutare (cfr. Fig. 5).

## 6. Pianificazione e obiettivi

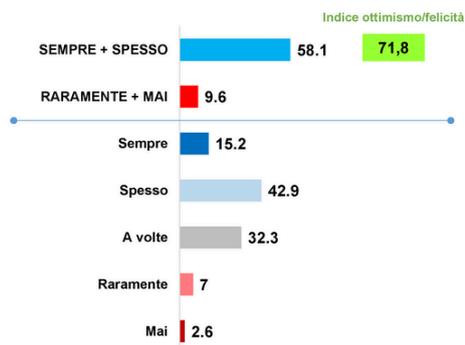
Come sottolineato nell'introduzione, la ricerca esplora come le caratteristiche personali influenzino l'abitudine a pianificare e come, a sua volta, la pianificazione possa aumentare la probabilità di raggiungere gli obiettivi personali, contribuendo così a un benessere sia personale che economico.

Circa il 60% del campione pianifica regolarmente le proprie attività quotidiane, tendenza più marcata tra gli individui con alti livelli di felicità e ottimismo (come indicato nell'indice composto). Pertanto, le caratteristiche personali precedentemente analizzate influenzano significativamente l'abitudine alla pianificazione. Questo comportamento è anche condizionato da fattori sociodemografici, tra cui lo stile di vita, il reddito, il livello di istruzione, il genere (il 60% delle donne nel campione dichiarano di pianificare regolarmente) e la localizzazione geografica, con una maggiore prevalenza di questa abitudine nelle regioni del Nord rispetto al Sud. Questo potrebbe essere legato a una mentalità più orientata alla pianificazione, supportata da un maggiore ottimismo e speranza e dalle differenti condizioni economiche. La relazione tra pianificazione e tenore di vita potrebbe essere bidirezionale, con l'abitudine alla pianificazione che favorisce il raggiungimento di obiettivi economici (cfr. Fig. 6).



## Abitudini di pianificazione

Quanto spesso pianifica le sue attività quotidiane?



Quanto tempo dedica mediamente alla pianificazione delle sue settimane o mesi futuri?

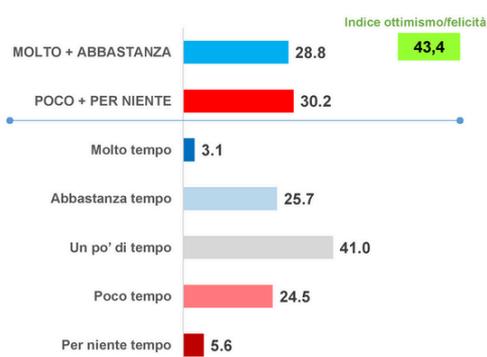


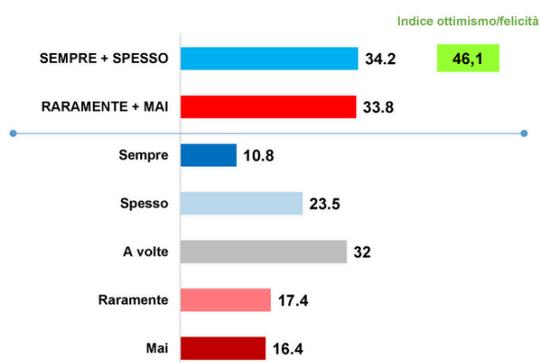
Fig6. Abitudini di pianificazione

Il tempo dedicato alla pianificazione risulta generalmente limitato, ma tende a crescere in presenza di un maggiore ottimismo e benessere economico. L'uso di strumenti di pianificazione è particolarmente diffuso tra laureati, giovani e residenti nei grandi centri urbani. Tuttavia, la percentuale di chi considera la pianificazione una priorità rimane inferiore al 50%.

L'utilizzo di strumenti di pianificazione divide il campione quasi equamente tra utenti frequenti e meno frequenti, con un maggiore ricorso a tali strumenti tra i laureati, i giovani, le donne e coloro che mostrano alti livelli di ottimismo e felicità.

## Strumenti e obiettivi

Utilizza strumenti di pianificazione (es. Agenda, app, calendari)?



Quanto si sente sicuro/a nel seguire i piani che ha stabilito?

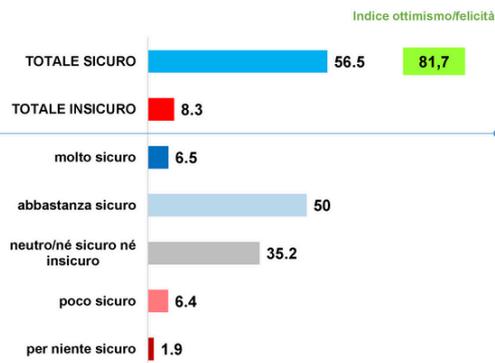


Fig7. Strumenti e obiettivi della pianificazione

Seguendo una logica di pianificazione, oltre la metà del campione si sente rassicurato, e questa sensazione aumenta ulteriormente in presenza di alti livelli di ottimismo e felicità (81,7%). Tale correlazione è altrettanto significativa rispetto agli indicatori economici, con una maggiore incidenza tra coloro che possiedono una formazione universitaria (61,6%) e tra i residenti nelle grandi città (60,9%).

La fiducia nella pianificazione come strumento per raggiungere obiettivi personali e professionali è alta (78,8%), con una propensione maggiore tra i giovani e coloro che godono di uno stile di vita elevato. In particolare, i giovani (67,2%) e i laureati (69,7%), così come chi presenta indicatori economici favorevoli (oltre il 69%), risultano particolarmente fiduciosi nella capacità della pianificazione di favorire il raggiungimento dei propri obiettivi (cfr. Fig. 8)

### Pianificazione e raggiungimento degli obiettivi

Quanto ritiene che la pianificazione influisca sul raggiungimento dei suoi obiettivi personali e professionali?

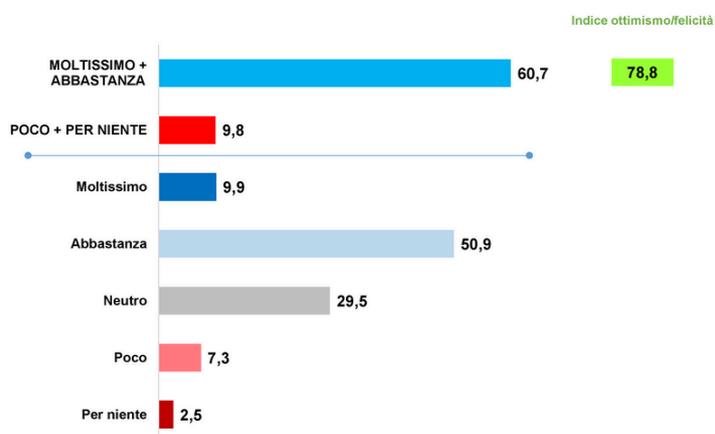


Fig8. Pianificazione e raggiungimento degli obiettivi

## 7. Conclusioni

L'indagine evidenzia la stretta connessione tra ottimismo, felicità e pianificazione. La situazione economica emerge come un fattore determinante per il benessere soggettivo, mentre la pianificazione si presenta come uno strumento fondamentale per affrontare le sfide quotidiane e raggiungere obiettivi personali.

Lo studio ha rivelato una popolazione generalmente ottimista, seppur cauta, con i livelli di felicità strettamente legati alla situazione economica e alla percezione del proprio tenore di vita. Gli intervistati riconoscono l'importanza della pianificazione personale tanto più rilevante quanto migliori sono le condizioni socioeconomiche.

Dal punto di vista generazionale, emergono alcune caratteristiche distintive. I giovani (18-34 anni) mostrano livelli di ottimismo più elevati e aspettative future più rosee, accompagnate da una maggiore felicità, favorita dalle relazioni sociali soddisfacenti e dall'uso più frequente di strumenti di pianificazione. Gli adulti (35-54 anni) utilizzano la pianificazione principalmente come strumento per gestire le proprie responsabilità e pongono una maggiore attenzione alla stabilità economica. Infine, gli over 55 anni tendono ad associare la felicità al tempo libero e alle relazioni consolidate, prestando minore enfasi sulla pianificazione, ma godendo di una maggiore serenità derivante dalle scelte compiute nel corso della loro vita.

La possibilità di una relazione bidirezionale tra ottimismo, felicità, pianificazione e benessere economico sottolinea quanto sia importante promuovere strategie di supporto economico e sociale, nonché incentivare l'educazione alla pianificazione personale. Un'eventuale relazione causale tra questi fattori potrà essere individuata solo con l'analisi econometrica dei dati che seguirà la seconda raccolta dell'indagine prevista a marzo 2025.



## Appendice

Confronto tra universo campionario e universo ISTAT 2024.

	ISTAT%	CAMPIONE %
<b>Genere</b>		
Uomo	49.7	49.7
Donna	50.3	50.2
Non dichiarata	0.0	0.1
<b>Fasce d'età</b>		
18-24 anni	9.7	10.0
25-34 anni	14.7	14.3
35-44 anni	16.5	16.3
45-54 anni	21.5	21.7
55-64 anni	21.4	21.5
65-74 anni	16.2	16.2
<b>Aree geografiche</b>		
Nord-Ovest	26.8	26.6
Nord-Est	19.5	19.3
Centro	19.8	19.9
Sud e Isole	33.9	34.3

## Referenze

Scheier, M. F., Carver, C. S., & Bridges, M. W. (1994). Distinguishing optimism from neuroticism (and trait anxiety, self-mastery, and self-esteem): A re-evaluation of the Life Orientation Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 1063-1078.