

L'Osservatorio

Findomestic · Mensile



Il clima di fiducia
e le intenzioni di acquisto
degli italiani

**INDAGINE
AGOSTO
2016**





MILANO, 1 AGOSTO 2016

Il 95% degli italiani ha almeno un'assicurazione, il 93% ne ha una legata ad auto e moto.

Sebbene sempre più italiani siano proprietari di case, solo il 23% ha una polizza incendio/furto sulla propria abitazione. Il 22% ha una polizza vita, il 19% una polizza per la previdenza integrativa.

Quasi 1 italiano su 2 (44%) si assicura quando parte per un viaggio.

Il 5% degli intervistati non ha invece alcuna polizza: di questi, il 50% afferma di non potersela permettere, mentre il 20% dichiara di non essere interessato.

La convenienza (65%) guida la scelta della compagnia assicurativa, seguono l'affidabilità e la sicurezza della compagnia (48%) e poi la chiarezza e la trasparenza delle informazioni (35%).

Un focus sulla polizza RC auto rivela che il 7% degli intervistati ha circolato senza copertura assicurativa per risparmiare.

Dall'analisi delle intenzioni di acquisto i

mercati dei beni durevoli risultano complessivamente in trend positivo: aumenta la voglia di vacanza ed evasione con un incremento di quasi 8 punti percentuali rispetto ad un anno fa. In crescita anche la propensione ad effettuare acquisti di auto ed elettrodomestici. Segno positivo per l'intenzione di acquistare casa (+0,8%) e per i progetti di ristrutturazione (+1,2%).

Dal rapporto tra italiani ed assicurazioni emerge che il 95% degli intervistati ha almeno un'assicurazione. Quasi tutti (93%) hanno una polizza RC auto/moto, mentre il restante 7% dichiara di non avere alcun veicolo. La polizza RC auto è obbligatoria e da alcuni mesi la copertura RCA è verificata online, il che rende sempre più difficile circolare senza assicurazione. A parte la polizza RC auto/moto, sono pochi gli italiani che hanno assicurato altri beni, circa 1 su 2 (54%). Sebbene gli italiani siano tra i maggiori proprietari di case, solo il 23% degli intervistati ha una polizza in caso di incendio/furto; il 22% ha

una polizza vita, il 19% ha una polizza per la previdenza integrativa e il 18% una polizza infortuni.

Il 5% degli intervistati non ha alcuna assicurazione: di questi, il 50% afferma di non potersela permettere, mentre il 20% dichiara di non essere interessato ad assicurarsi. Chi non ha un'assicurazione, nella maggior parte dei casi (64%), non è nemmeno interessato a stipularla nei prossimi 12 mesi.

Agli intervistati che hanno dichiarato di aver sottoscritto almeno una polizza è stato chiesto quali siano i fattori che guidano la scelta della compagnia assicurativa: la convenienza è il primo aspetto (65%), seguono l'affidabilità e la sicurezza della compagnia (48%), la chiarezza e la trasparenza delle informazioni (35%).

Per la propria polizza RC auto/moto il 69% degli intervistati opta per le compagnie tradizionali contro il 29% che sceglie quelle dirette (ossia quelle che operano solo via Internet e via telefono). Quando si tratta di pagare la polizza,



il 63% valuta una soluzione annuale, il 29% un pagamento semestrale e solo l'8% preferisce pagare a rate tutti i mesi.

Amici e parenti sono le principali fonti di informazione (48%) quando si deve scegliere a quale compagnia affidarsi per assicurare i propri veicoli, seguono i siti web che comparano le offerte delle diverse compagnie (27%) e i siti web delle compagnie stesse (27%).

Al momento di rinnovare la polizza il 68% lo fa con la stessa agenzia: di questi, il 44% la rinnova in automatico, senza cercare cosa offre il mercato, mentre il 24% prima confronta le varie offerte sul mercato, ma poi si affida all'agenzia di fiducia; il 31%, invece, compara le diverse offerte scegliendo poi quella più conveniente.

È stato chiesto ai titolari di una polizza RC auto/moto se hanno mai pensato di circolare senza copertura assicurativa: l'83% ha dichiarato di non averci nemmeno pensato perché è un reato e le sanzioni per i trasgressori sono gravose; il 10% è stato

tentato dall'idea ma poi non l'ha fatto; il 7% ha affermato di averlo fatto per risparmiare.

Al momento di partire per un viaggio o una vacanza solo il 44% degli intervistati pensa ad una copertura assicurativa. In queste circostanze gli italiani si preoccupano soprattutto della salute, in particolare quando ci si trova all'estero (58% scelgono la protezione sanitaria), ma ci si assicura anche per non incorrere in perdite materiali: il 51% degli intervistati, infatti, sceglie di tutelarsi qualora all'ultimo momento sia costretto a rinunciare al viaggio e il 45% si assicura in caso di smarrimento di bagagli, oggetti personali, documenti.

Per quanto riguarda il sentiment, la soddisfazione degli italiani per la propria situazione personale e per il Paese rimane sostanzialmente invariata rispetto sia al mese scorso che al confronto congiunturale con lo stesso periodo dell'anno precedente.

I MERCATI

I veicoli: in crescita la propensione d'acquisto per auto nuove e usate. Lieve contrazione nell'intenzione d'acquisto di motocicli.

Trend positivo per il settore della mobilità: la propensione all'acquisto di automobili nuove passa da 10,8% a 11,6% e la spesa media che si intende sostenere è di 19.707 euro. In crescita anche il segmento delle auto usate (da 8,0% a 8,7%) con un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 5.525 euro. Si registra una flessione, invece, nel comparto dei motocicli (da 6,0 % a 5,8% con una spesa di 2.355 euro)

Casa e arredamento: andamento positivo per tutti i segmenti del settore ad eccezione del comparto mobili.

I dati del settore registrano un segno positivo per quanto riguarda i progetti di ristrutturazione che passano da un 15,3% a un 16,1%. In crescita anche la propensione all'acquisto nel



comparto casa/appartamenti (da 7,0% a 8,2%). Lieve contrazione per il segmento mobili che passa da 22,9 % a 22,7%. La previsione di spesa per l'acquisto dei mobili si attesta a 2.655 euro.

Informatica, telefonia e fotografia: cresce l'intenzione d'acquisto nei settori della telefonia e della fotografia.

Il segmento della telefonia registra una crescita nell'intenzione d'acquisto, che passa dal 22,1% al 22,6%; segue il settore della fotografia (da 11,5% a 11,7%). In flessione le intenzioni di acquisto di tablet (dal 14,3% al 13,7%) e PC ed accessori (dal 22,5% al 22,0%). La previsione in termini di spesa per l'acquisto dei beni del settore va dai 300 ai 500 euro.

Elettrodomestici: si registra una crescita per l'intero comparto.

Cresce l'intenzione d'acquisto per l'elettronica di consumo (da 20,4% a 20,7%), a cui fa seguito un aumento nei comparti dei grandi e piccoli elettrodomestici (rispettivamente da

19,1% a 19,6% e da 31,7% a 32,1%). Cresce anche la previsione di spesa che si attesta a 933 euro per i grandi elettrodomestici, 548 euro per l'elettronica di consumo ed infine 181 euro per i piccoli elettrodomestici.

Efficienza energetica: trend positivo per tutti i segmenti del settore. In crescita anche la previsione di spesa.

Si registra una crescita per gli impianti fotovoltaici (da 4,8% a 5,3%) per un controvalore in previsione di spesa che ammonta a 6.567 euro. In aumento anche i segmenti di impianti solari termici (da 4,7% a 5,0%) e stufe a pellet (da 8,6% a 8,7%). Stabile, invece, il settore infissi/serramenti (11,9%). La previsione di spesa è di 4.592 euro per gli impianti solari/termici, 2.990 euro per gli infissi/serramenti e 1.618 euro per il segmento delle stufe a pellet e caldaie.






















Tempo Libero: si registra un andamento in crescita per l'intero comparto.

Segno positivo per il settore di viaggi e vacanze

dove le intenzioni d'acquisto passano dal 50,1% al 52,2%. Gli intervistati si dimostrano molto propensi anche all'acquisto nei segmenti di attrezzature ed abbigliamento sportivo e di attrezzature fai-da-te che registrano una crescita rispettivamente da 24,9% a 25,7% e da 29,0% a 29,3%.



LA SINTESI DEI TREND

		CONFRONTO GIU 2016	CONFRONTO LUG 2015	
	SENTIMENT	Gli indicatori di sentiment rimangono sostanzialmente invariati sia rispetto al mese precedente che rispetto a luglio 2015.		
	VEICOLI	Rispetto allo scorso mese di giugno cresce la quota degli intenzionati ad acquistare un veicolo nuovo o usato mentre si registra un lieve calo nelle intenzioni di acquisto di motocicli. Il comparto «veicoli» registra un calo rispetto al 2015, più marcato per le auto nuove.		
	CASA	In crescita, rispetto a giugno, la quota di coloro che vorrebbero acquistare o ristrutturare casa mentre calano lievemente gli intenzionati ad acquistare mobili. Le intenzioni di acquisto per il comparto casa sono in forte crescita a livello «tendenziale».		
	INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA	Andamento altalenante per il comparto «informatica, telefonia e fotografia». A livello congiunturale cala l'intenzione di acquisto di PC e tablet mentre cresce per telefoni o fotocamere/videocamere. A livello tendenziale, segno positivo per PC e tablet, segno negativo per telefoni e fotocamere.		
	ELETTRODOMESTICI	Rispetto al mese scorso aumentano i propensi ad acquistare elettrodomestici. In crescita rispetto a un anno fa gli intenzionati ad acquistare grandi ma soprattutto piccoli elettrodomestici, in calo la quota di chi intende acquistare beni di elettronica di consumo (TV, Hi-Fi).		
	EFFICIENZA ENERGETICA	Le intenzioni di acquisto di beni di efficienza energetica sono in lieve crescita rispetto al mese scorso. Rispetto a luglio 2015 crescono gli intenzionati ad acquistare infissi/serramenti, stufe a pellet/caldaie e un impianto solare termico; cala lievemente la quota per l'impianto di fotovoltaico.		
	TEMPO LIBERO	Trend positivo per il comparto «tempo libero», a livello congiunturale ma soprattutto tendenziale. In particolare, prosegue la crescita degli intenzionati a effettuare un viaggio nei prossimi tre mesi in aumento di circa 8 punti percentuali rispetto allo scorso anno.		



SCENARIO ECONOMICO



SCENARIO ECONOMICO

PIL



2015	2016 gen-mar (A-1)
+0,8%	+1,0%

Il PIL italiano è cresciuto dello 0,8% nel 2015. Da gennaio a marzo 2016 il prodotto interno lordo è aumentato dell'1,0% rispetto al primo trimestre 2015.

CONSUMO BENI DUREVOLI



2015	2016 gen-mar (A-1)
+6,9%	+6,0%

I consumi di beni durevoli sono cresciuti del 6,9% nel 2015 rispetto all'anno precedente. Da gennaio a marzo 2016 si registra un'ulteriore crescita del 6,0% rispetto al primo trimestre del 2015.

TASSO DI DISOCCUPAZIONE



	2015 dic	2016 apr	2016 mag
Overall	11,4%	11,7%	11,5%
Giovanile (15-24 anni)	37,9%	36,9%	36,9%

Rispetto al mese di aprile 2016 a maggio la disoccupazione totale è in calo di 0,2 punti percentuali, mentre rimane stabile quella giovanile. Rispetto a dicembre 2015 la disoccupazione giovanile è in calo di 1 punto percentuale.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO



2015	2016 giu (M-1)
+0,1%	+0,1%

Nel 2015 il tasso di inflazione medio annuo è stato pari a +0,1%. Nel mese di giugno 2016 l'indice dei prezzi al consumo registra un incremento dello 0,1% rispetto al mese precedente.

Fonte: Istat



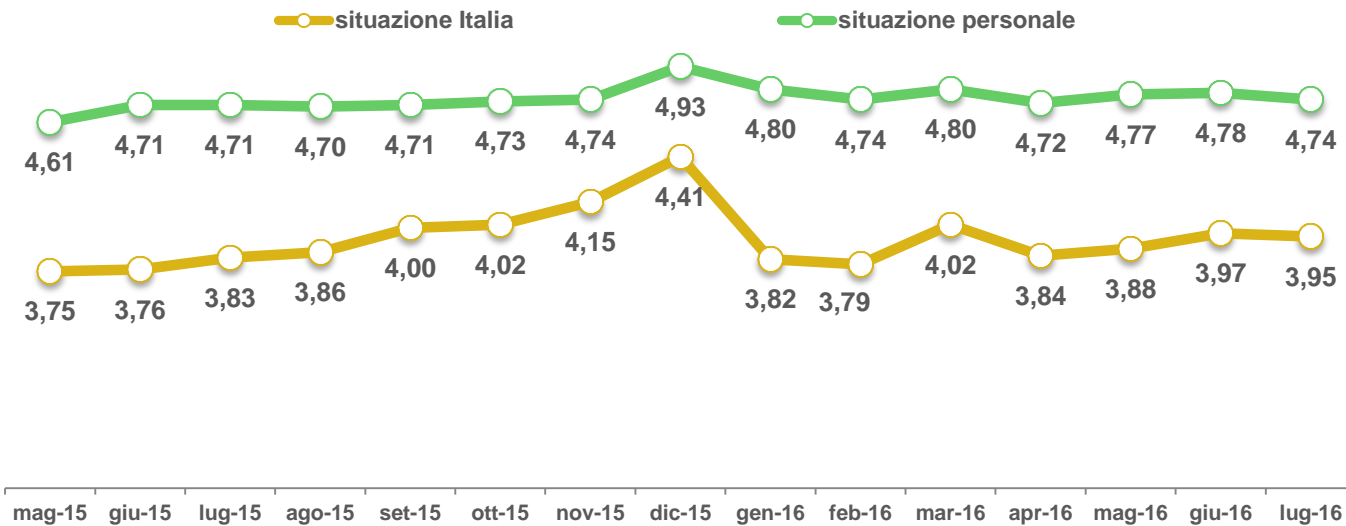
SENTIMENT



SENTIMENT



In che misura sei soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica, sociale)?
E della tua condizione economica? Voto medio: scala da 1 a 10



CONFRONTO GIU 2016 CONFRONTO LUG 2015

0,0	0,0
0,0	+0,1

Base: totale campione (503). Dato su base wave di luglio



INTENZIONI D'ACQUISTO

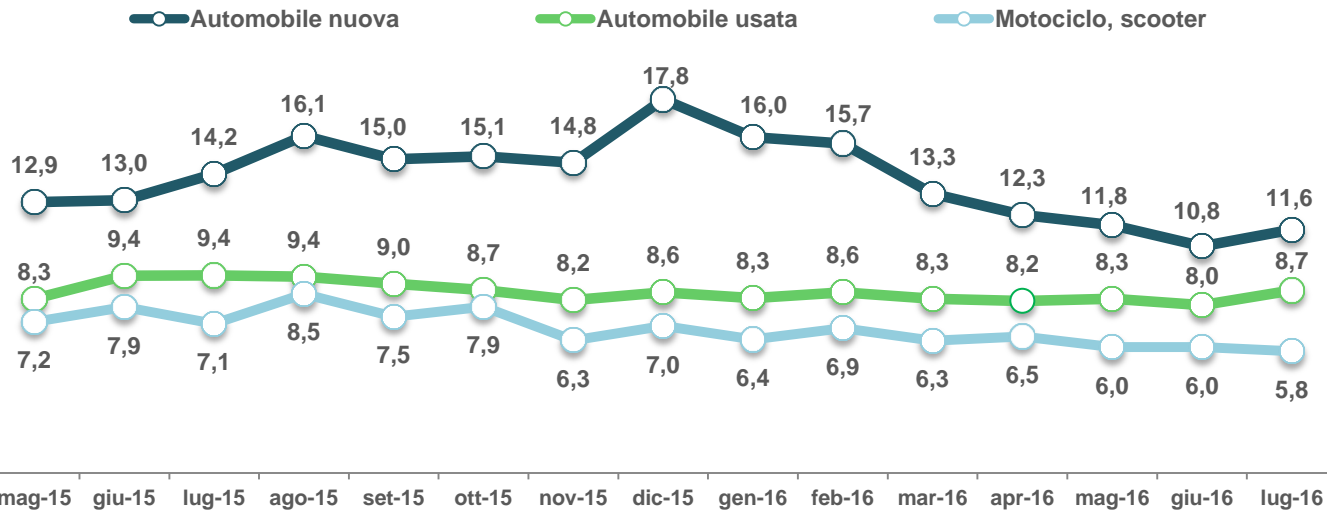


MERCATO VEICOLI



Pensi di acquistare un'automobile nuova/un'automobile usata/un motociclo nei prossimi 3 mesi?
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



	CONFRONTO GIU 2016	CONFRONTO LUG 2015
	+0,8 P.P.	-2,6 P.P.
	+0,7 P.P.	-0,7 P.P.
	-0,2 P.P.	-1,3 P.P.



Quanto pensi di spendere al massimo per questo acquisto?



19.707€



5.525€



2.355€

Base: % pensano di acquistare il bene

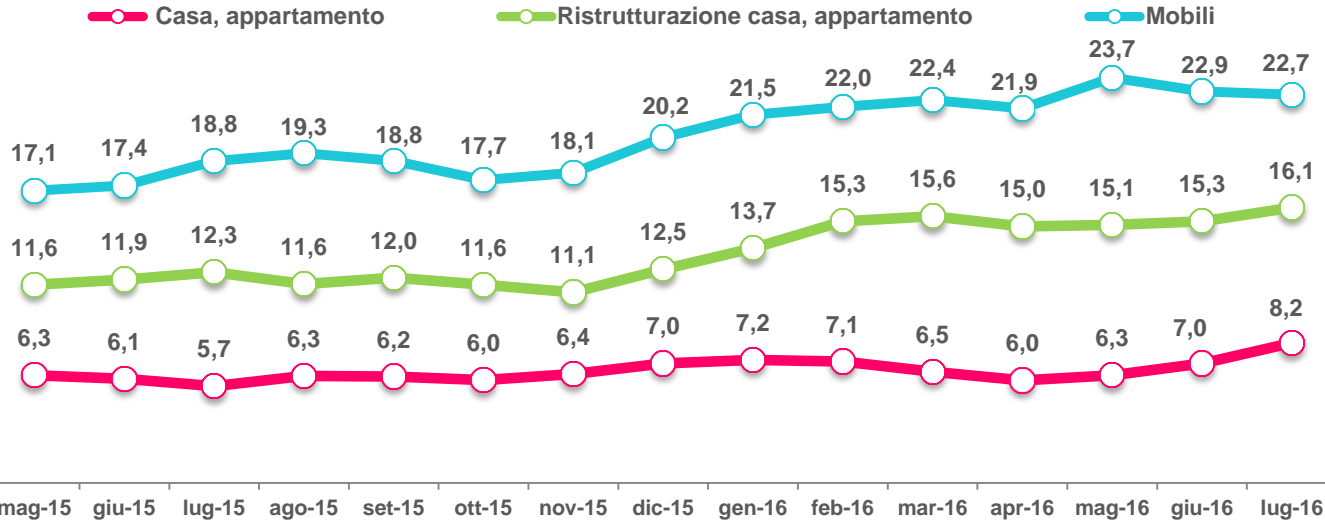


CASA



Pensi di acquistare una casa/appartamento o di ristrutturare casa/appartamento o di acquistare mobili nei prossimi 3 mesi?
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO
GIU 2016

CONFRONTO
LUG 2015



-0,2 P.P.

+3,9 P.P.



+0,8 P.P.

+3,8 P.P.



+1,2 P.P.

+2,5 P.P.



Quanto pensi di spendere al massimo per questo acquisto (mobili)?



2.655€

Base: % pensano di acquistare il bene

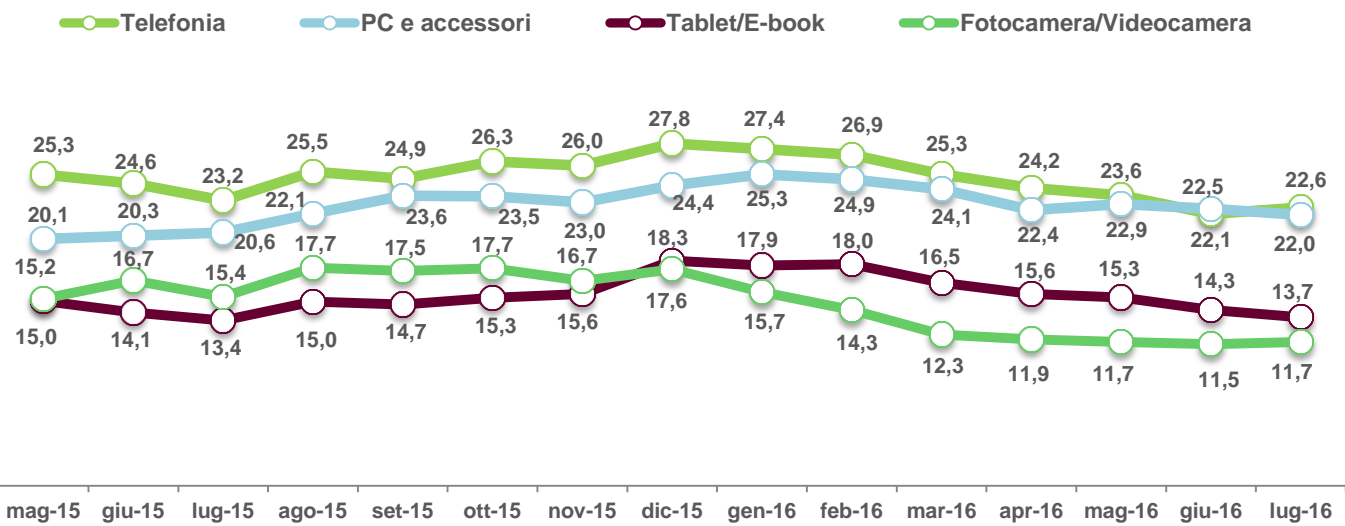


INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



Pensi di acquistare un telefono cellulare/smartphone o PC portatile/fisso/stampanti, tablet/ebook o una fotocamera/videocamera nei prossimi 3 mesi? % sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO GIU 2016 CONFRONTO LUG 2015

	+0,5 P.P.	-0,6 P.P.
	-0,5 P.P.	+1,4 P.P.
	-0,6 P.P.	+0,3 P.P.
	+0,2 P.P.	-3,7 P.P.



Quanto pensi di spendere al massimo per questo acquisto?



362€



495€



282€



382€

Base: % pensano di acquistare il bene

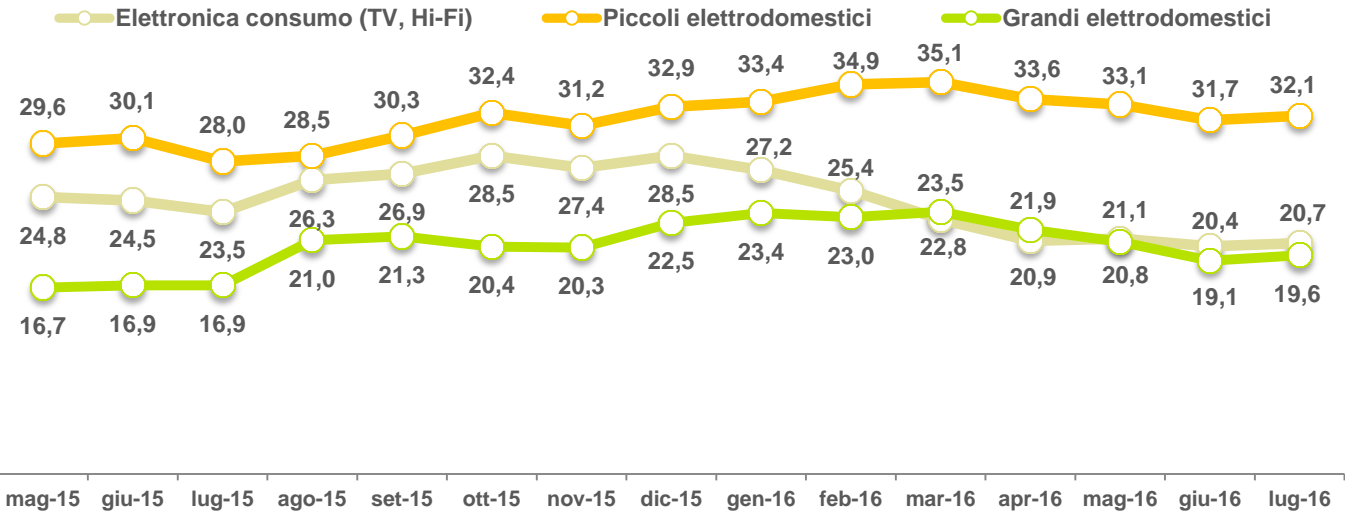


ELETTRODOMESTICI



Pensi di acquistare elettronica di consumo (TV, Hi-Fi), elettrodomestici bianchi o piccoli elettrodomestici nei prossimi 3 mesi?
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



	CONFRONTO GIU 2016	CONFRONTO LUG 2015
	 +0,4 P.P.	 +4,1 P.P.
	 +0,3 P.P.	 -2,8 P.P.
	 +0,5 P.P.	 +2,7 P.P.



Quanto pensi di spendere al massimo per questo acquisto?



181€



548€



933€

Base: % pensano di acquistare il bene

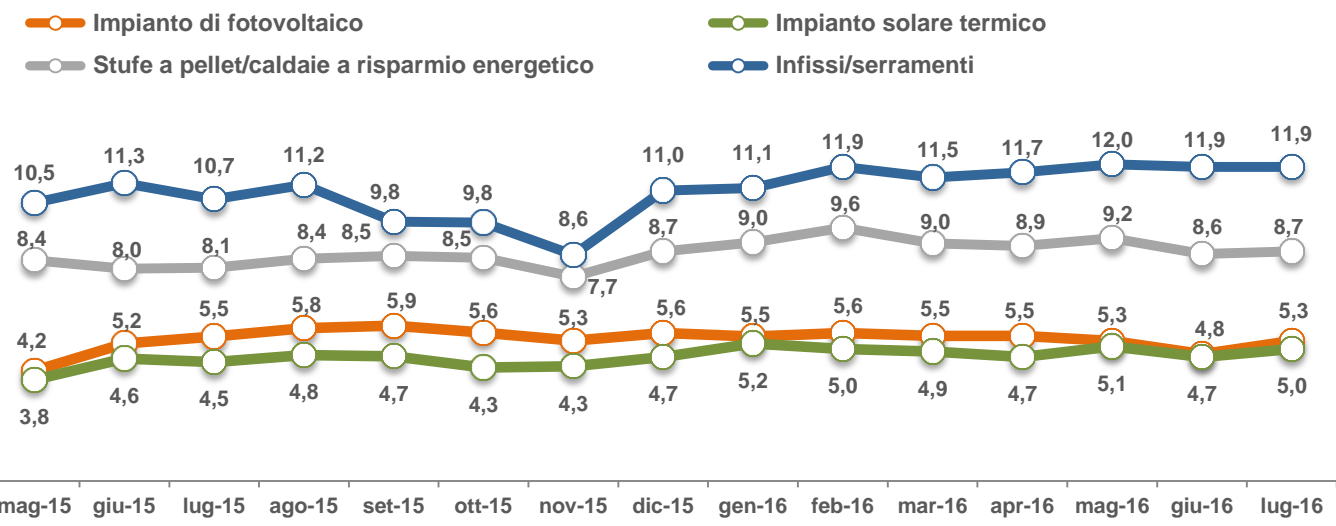


EFFICIENZA ENERGETICA



Pensi di acquistare un impianto fotovoltaico, un impianto solare termico, stufe a pellet o infissi/serramenti nei prossimi 3 mesi?
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO GIU 2016 CONFRONTO LUG 2015



—	↑
0,0 P.P.	+1,2 P.P.



↑	↑
+0,1 P.P.	+0,6 P.P.



↑	↓
+0,5 P.P.	-0,2 P.P.



↑	↑
+0,3 P.P.	+0,5 P.P.



Quanto pensi di spendere al massimo per questo acquisto?



2.990€



1.618€



6.567€



4.592€

Base: % pensano di acquistare il bene

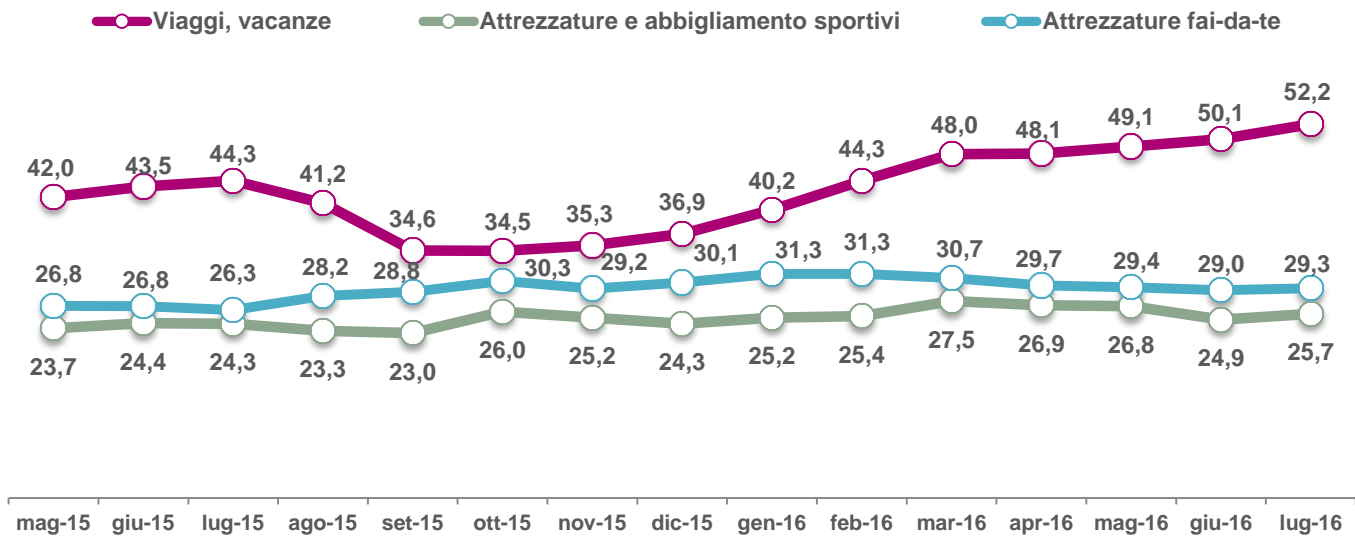


TEMPO LIBERO



Pensi di fare un viaggio/vacanza o di acquistare attrezzature sportive e/o abbigliamento sportivo o attrezzature fai-da-te per casa o giardino nei prossimi 3 mesi? % sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO GIU 2016	CONFRONTO LUG 2015
--------------------	--------------------



+2,1 P.P.



+7,9 P.P.



+0,3 P.P.



+3,0 P.P.



+0,8 P.P.



+1,4 P.P.



ARGOMENTO DEL MESE



GLI ITALIANI E LE ASSICURAZIONI

MILANO, 1 AGOSTO 2016

LA MAGGIOR PARTE DELLE POLIZZE INTERESSA «OBBLIGATORIAMENTE» AUTO E MOTO.

Il 95% degli intervistati ha almeno un'assicurazione e gli italiani hanno in media 2 polizze intestate.

Ma che cosa assicurano? Quasi tutti (93%) hanno una polizza RC auto/moto (solo il 7% degli intervistati dichiara di non avere alcun veicolo). La polizza RC auto è infatti obbligatoria e da alcuni mesi la copertura RCA è verificata online attraverso la ricerca della targa del veicolo nella banca dati della Motorizzazione civile, aggiornata in tempo reale dalle compagnie assicuratrici. Circolare senza assicurazione è quindi sempre più difficile.

A parte la polizza RC auto/moto, non sono molti gli italiani che hanno assicurato altri beni: solo il 54% ha infatti altre polizze oltre alla RC auto/moto. Pensiamo alla casa: sebbene sempre più italiani siano proprietari di case, solo il 23% degli intervistati ha una polizza in caso di incendio/furto. Il 22% degli intervistati ha poi una

polizza vita, il 19% ha una polizza per la previdenza integrativa e il 18% una polizza infortuni.

Il 5% degli intervistati non ha alcuna assicurazione: di questi, il 50% afferma di non potersela permettere mentre il 20% dichiara di non essere interessato ad assicurarsi.

Chi non ha un'assicurazione, nella maggior parte dei casi (64%) non è nemmeno interessato a stipularla nei prossimi 12 mesi.

LA CONVENIENZA GUIDA LA SCELTA DELLA COMPAGNIA

Per coloro che hanno sottoscritto almeno una polizza la convenienza risulta il primo fattore che guida la scelta della compagnia assicurativa (65%), seguita dall'affidabilità e la sicurezza della stessa compagnia (48%) e dalla chiarezza e trasparenza delle informazioni (35%).

Quando si tratta di pagare la polizza, il 63% opta per una soluzione annuale, il 29% per un pagamento semestrale e solo l'8% preferisce pagare a rate tutti i mesi.

FOCUS SULLA POLIZZA RC AUTO – RESISTONO LE COMPAGNIE TRADIZIONALI

Quando si tratta di scegliere una compagnia assicurativa per la propria polizza RC auto/moto il 69% degli intervistati opta per le compagnie tradizionali contro il 29% che sceglie quelle dirette.

Amici e parenti sono le principali fonti di informazione (48%) quando si deve scegliere a quale compagnia affidarsi per assicurare i propri veicoli, seguono i siti web che comparano le offerte delle diverse compagnie (27%) e i siti web delle compagnie stesse (27%).

Al momento di rinnovare la polizza il 68% lo fa con la stessa agenzia: di questi, il 44% la rinnova in automatico, mentre il 24% prima confronta le varie offerte sul mercato ma poi torna ad affidarsi all'agenzia di fiducia; il 31% invece compara le diverse offerte scegliendo poi quella più conveniente.

E' stato poi chiesto ai titolari di una polizza RC auto/moto se hanno mai pensato di circolare



GLI ITALIANI E LE ASSICURAZIONI

MILANO, 1 AGOSTO 2016

senza copertura assicurativa: l'**83%** ha dichiarato di non averci nemmeno pensato perché è **un reato** e le sanzioni per i trasgressori sono pesanti; il **10%** è **stato tentato** dall'idea ma poi non l'ha fatto; il **7%** ha dichiarato di averlo **fatto per risparmiare**.

1 SU 2 NON SI ASSICURA QUANDO PARTE PER UN VIAGGIO

Al momento di partire per un viaggio o una vacanza **solo il 44%** degli intervistati **pensa ad una copertura assicurativa**.

In queste circostanze gli italiani si preoccupano soprattutto della **salute**, in particolare quando ci si trova all'estero (**58%** scelgono la **protezione sanitaria**). Ma ci si assicura anche per non incorrere in perdite «materiali»: infatti il **51%** degli intervistati sceglie di tutelarsi qualora all'ultimo momento sia costretto a **rinunciare al viaggio** e il **45%** si assicura in caso di **smarrimenti di bagagli**, oggetti personali, documenti.

GLI ITALIANI E LE ASSICURAZIONI

TIPO DI POLIZZA POSSEDUTA



RC
auto/moto

93%



incendio/furto
abitazione

23%



vita

22%



previdenza
integrativa

19%



infortuni

18%

hanno almeno
un'assicurazione

95%

n°. medio di
assicurazioni
possedute

2

PAGAMENTO POLIZZA



63%

unica soluzione
annuale

29%

semestralmente

8%

mensilmente

CRITERI DI SCELTA DELLA COMPAGNIA ASSICURATIVA



convenienza

65%



affidabilità
e sicurezza

48%



trasparenza
contratto

35%



assistenza
tempestiva

28%

ASSICURATI IN VIAGGIO/VACANZA



44%

sono assicurati quando partono per un
viaggio, una vacanza

e lo fanno per...

58%

protezione
sanitaria
all'estero

51%

rinuncia,
cancellazione
viaggio

45%

smarrimento
bagagli



FOCUS SU RC AUTO/MOTO

TIPO DI COMPAGNIA



tradizionale



diretta



2% non indica

RINNOVO DELLA POLIZZA



rinnovo presso
agenzia di fiducia

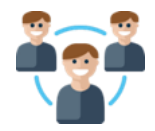


confronto le
offerte e scelgo la
più conveniente



1% non indica

FONTI DI INFORMAZIONE PER LA SCELTA DELLA COMPAGNIA



consiglio
amici/parenti



siti web che comparano le
offerte sul mercato



sito web della
compagnia



GUIDARE SENZA COPERTURA ASSICURATIVA



non l'ho mai pensato, è un reato



l'ho pensato ma poi non l'ho fatto



l'ho fatto per risparmiare



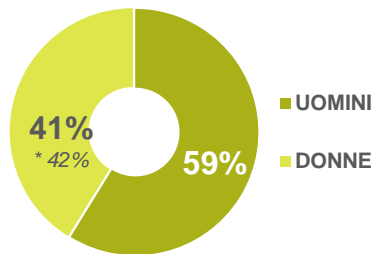
CAMPIONE



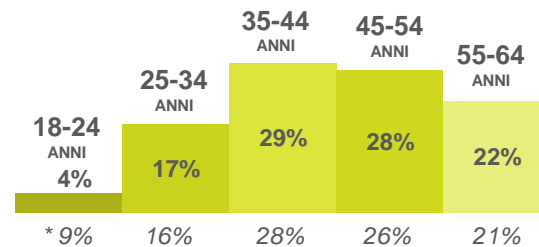
CAMPIONE



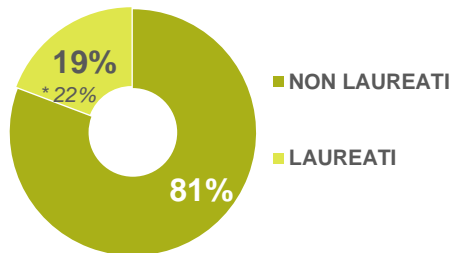
SESSO



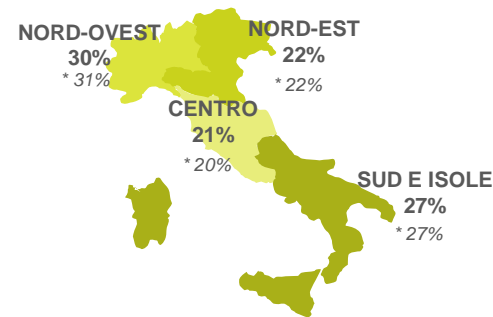
ETÀ



TITOLO DI STUDIO



AREA GEOGRAFICA



Base: totale campione ponderato (503). Dato su base wave di luglio
 Universo di riferimento: occupati e pensionati 18-64 anni

* Dato non ponderato