

# L'Osservatorio Findomestic • Mensile



Il clima di fiducia  
e le intenzioni di acquisto  
degli italiani

**INDAGINE  
NOVEMBRE  
2018**





MILANO, 22 NOVEMBRE 2018

## AGLI ITALIANI PIACE IL PRODOTTO SOSTENIBILE PURCHÉ NON COSTI OLTRE IL 10% IN PIÙ

*Secondo l'ultimo Osservatorio mensile Findomestic uno su quattro non può permettersi spese aggiuntive per articoli 'verdi' e 'etici'*

Si ai prodotti sostenibili nel carrello della spesa, purché non costino oltre il 10% in più: la pensano così quasi sette italiani su dieci secondo il nuovo Osservatorio mensile realizzato da Findomestic in collaborazione con Doxa. Soltanto l'1% degli intervistati, inoltre, è disposto a spendere oltre il 20% in più. «Sebbene il tema della sostenibilità sia sempre più al centro dell'attenzione dei consumatori – commenta Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio Findomestic – il prezzo rimane il principale driver di spesa per il 64% degli intervistati e ben un cittadino su quattro dichiara di non potersi permettere spese

aggiuntive per prodotti 'verdi' ed etici».

**PRIMA DI TUTTO ALIMENTI SOSTENIBILI.** Chi si dichiara interessato al tema della sostenibilità è disposto a pagare di più soprattutto per beni alimentari (29%), interventi di riqualificazione dell'abitazione (13%), elettrodomestici e automobili (9%).

**UNO SU QUATTRO RESTA SCETTICO.** Il 51% degli intervistati da Findomestic associa la sostenibilità a un impegno concreto delle aziende per ridurre il loro impatto sull'ambiente, un altro quarto (25%) pensa che la sostenibilità sia a tutti gli effetti uno stile di vita sempre più diffuso. Il 24% degli intervistati rimane invece scettico: per il 9% la sostenibilità è un ideale portato avanti dagli ambientalisti, per il 9% si tratta di uno slogan utilizzato dalle aziende per vendere di più, per il 4% si configura come un costo per le imprese e per un altro 3% è una moda passeggera.

## RACCOLTA DIFFERENZIATA E RIDUZIONE DEI CONSUMI.

Secondo l'Osservatorio Findomestic il 43% degli italiani adotta comportamenti sostenibili per contribuire alla tutela dell'ambiente, mentre il 37% lo fa perché ha a cuore il benessere delle generazioni future. La sostenibilità è fatta anche di piccoli gesti alla portata di tutti: il 58% degli intervistati dichiara di prestare attenzione alla raccolta differenziata, il 42% di ridurre al minimo i consumi, il 23% di limitare riscaldamento e condizionamento ove possibile e un altro 22% cerca di ricorrere alla riparazione degli oggetti piuttosto che alla loro sostituzione. Il 17% degli intervistati preferisce gli «spostamenti sostenibili», scegliendo di muoversi a piedi o in bicicletta o con i mezzi pubblici (10%), oppure utilizzando servizi di car, moto e bike sharing (4%).

**AZIENDE SOSTENIBILI SE NON INQUINANTI.** Le aziende sostenibili sono, secondo il campione intervistato da
























MILANO, 22 NOVEMBRE 2018

Findomestic, quelle che si sforzano di ridurre le emissioni e l'impatto ambientale (62% con punte del 66% tra le donne). Ci sono altri fattori che secondo gli italiani caratterizzano un'azienda sostenibile: l'adozione di un codice etico di comportamento (28%), dare priorità a ricerca, sviluppo e innovazione (26%), tutelare le condizioni lavorative dei propri dipendenti (25%), mantenere la produzione sul suolo nazionale (23%). Meno prioritari appaiono il miglioramento della qualità dei prodotti/servizi a beneficio dei consumatori (16%), lo sviluppo del territorio in cui opera (15%), la generazione di occupazione (13%), informazioni chiare e trasparenti sui prodotti (12%) e sull'operato finanziario (10%).



# LA SINTESI DEI TREND

		CONFRONTO SET 2018	CONFRONTO OTT 2017	
	<b>SENTIMENT</b>	Cala, rispetto allo scorso mese di settembre, la soddisfazione degli italiani sia rispetto alla situazione del paese che alla propria situazione personale. Si mantiene, invece, un trend positivo del sentiment a livello tendenziale.		
	<b>VEICOLI</b>	A ottobre rimane stabile il comparto «veicoli»: si registra infatti un lieve calo delle intenzioni d'acquisto per le automobili nuove e usate, mentre appare in crescita il settore motocicli/scooter rispetto a settembre. Positivo invece, per tutte le voci, l'andamento tendenziale del comparto, trainato soprattutto dalla crescita delle intenzioni d'acquisto per le auto nuove.		
	<b>CASA</b>	Il comparto «casa» nel mese di ottobre registra un calo a livello congiunturale per tutte le voci di spesa. Segno negativo anche a livello tendenziale, il settore registra una lieve crescita solo per quanto riguarda le intenzioni di acquisto di case e appartamenti.		
	<b>INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA</b>	Il comparto «informatica, telefonia e fotografia» torna a crescere a ottobre, registrando un segno positivo sia a livello congiunturale (grazie alla buona performance di pc e accessori) sia a livello tendenziale. Unica eccezione è rappresentata dalla voce «tablet/e-book», che si mantiene invariata rispetto al mese di settembre e registra un lieve calo a livello tendenziale.		
	<b>ELETTRODOMESTICI</b>	Segno positivo rispetto al mese scorso per il comparto «elettrodomestici», che registra una flessione solo per quanto riguarda gli elettrodomestici bianchi. A livello tendenziale il comparto è in forte crescita: si registra un lieve calo solo per le intenzioni di acquisto di piccoli elettrodomestici.		
	<b>EFFICIENZA ENERGETICA</b>	In crescita a livello congiunturale il comparto «efficienza energetica»: rispetto allo scorso mese di settembre aumentano le intenzioni di acquisto per le voci infissi/serramenti e impianto solare termico. A livello tendenziale il comparto rimane stabile, con un calo delle intenzioni di acquisto per infissi/serramenti bilanciato dalle altre voci di spesa.		
	<b>TEMPO LIBERO</b>	L'andamento altalenante per il comparto «tempo libero» si mantiene anche a ottobre. A livello congiunturale permane il segno negativo per tutte le voci di spesa. Rimane elevata, invece, a livello tendenziale la crescita delle intenzioni di acquisto per tutte le voci, trainata dal settore viaggi e vacanze.		



# SCENARIO ECONOMICO



# SCENARIO ECONOMICO

## PIL



2017	2018 apr-giu (A-1)
+1,5%	+1,2%

Il PIL italiano è cresciuto dell'1,5% nel 2017. Nel secondo trimestre del 2018 il prodotto interno lordo è aumentato dell'1,2% nei confronti del secondo trimestre del 2017.

## CONSUMO BENI DUREVOLI



2017	2018 apr-giu (A-1)
+5,1%	+3,2%

Il consumo di beni durevoli è aumentato del 5,1% nel 2017. Rispetto al secondo trimestre del 2017 il consumo di beni durevoli è aumentato del 3,2%.

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE



	2017 dic	2018 ago	2018 set
<b>Overall</b>	<b>10,8%</b>	<b>9,7%</b>	<b>10,1%</b>
<b>Giovanile (15-24 anni)</b>	<b>32,2%</b>	<b>31,0%</b>	<b>31,6%</b>

La disoccupazione totale sale di 0,4 p.p. rispetto ad agosto 2018 e scende di 0,7 p.p. rispetto a dicembre 2017. La disoccupazione giovanile sale di 0,6 p.p. a livello congiunturale e scende di 0,6 p.p. rispetto a dicembre 2017.

## INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO



2017	2018 set (M-1)
+1,2%	-0,5%

Nel 2017 il tasso di inflazione medio annuo è stato pari a +1,2%. Nel mese di settembre 2018 l'indice dei prezzi al consumo diminuisce di 0,5% su base mensile.



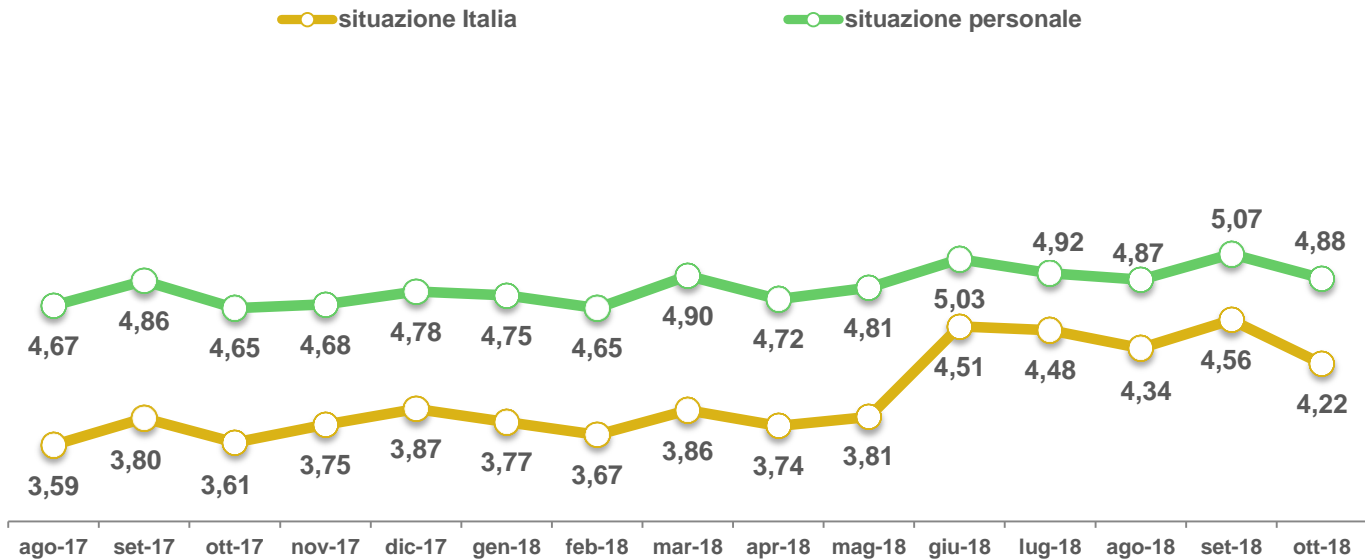
**SENTIMENT**



# 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 SET 2018      CONFRONTO OTT 2017

-0,2	+0,2
-0,3	+0,6

Base: totale campione (751). Dato su base wave di ottobre





# INTENZIONI D'ACQUISTO

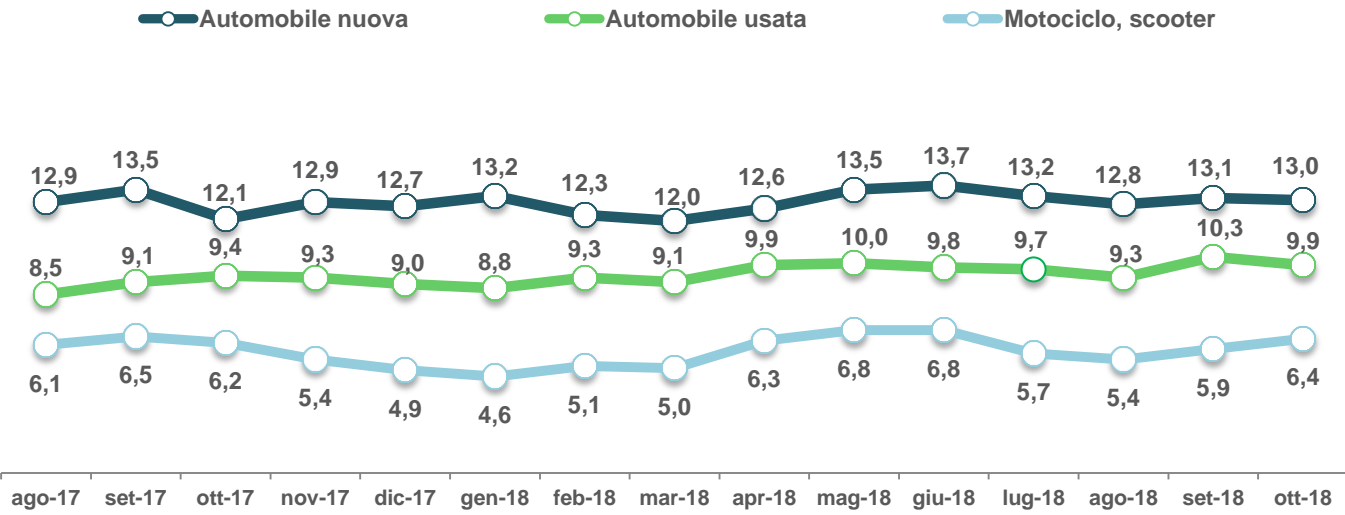


# MERCATO VEICOLI



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 SET 2018	CONFRONTO OTT 2017
-0,1 P.P.	+0,9 P.P.
-0,4 P.P.	+0,5 P.P.
+0,5 P.P.	+0,2 P.P.



-0,1 P.P.

+0,9 P.P.



-0,4 P.P.

+0,5 P.P.



+0,5 P.P.

+0,2 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



19.394€



5.885€



2.769€

Base: % pensano di acquistare il bene



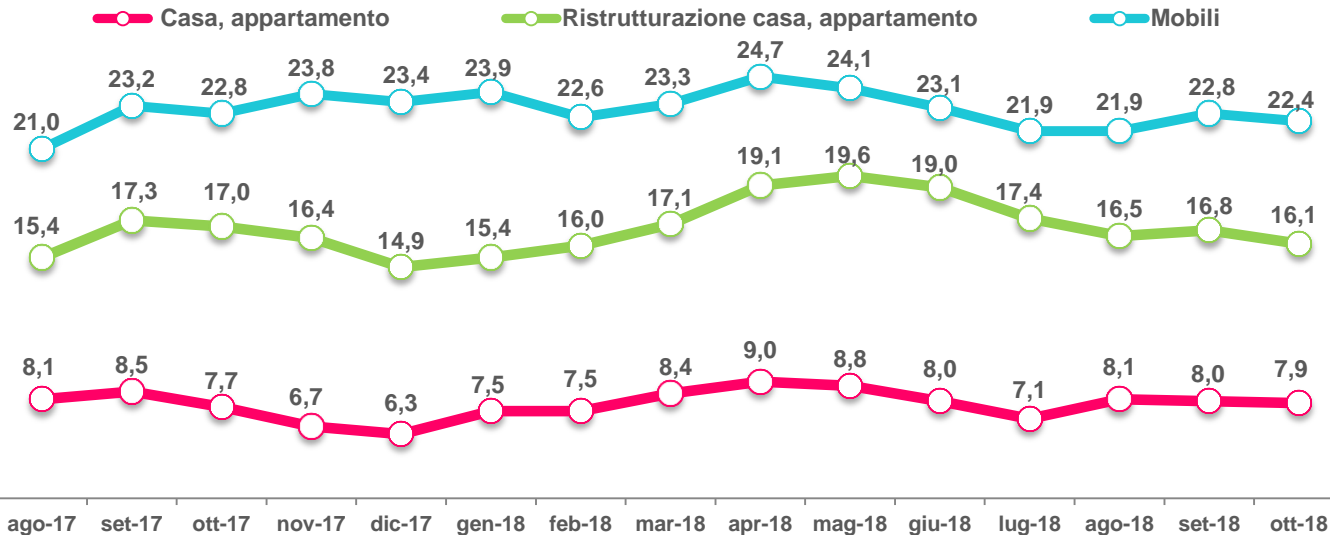
# CASA



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  
SET 2018

CONFRONTO  
OTT 2017



-0,4 P.P.

-0,4 P.P.



-0,7 P.P.

-0,9 P.P.



-0,1 P.P.

+0,2 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto (mobili)?



2.346€

Base: % pensano di acquistare il bene

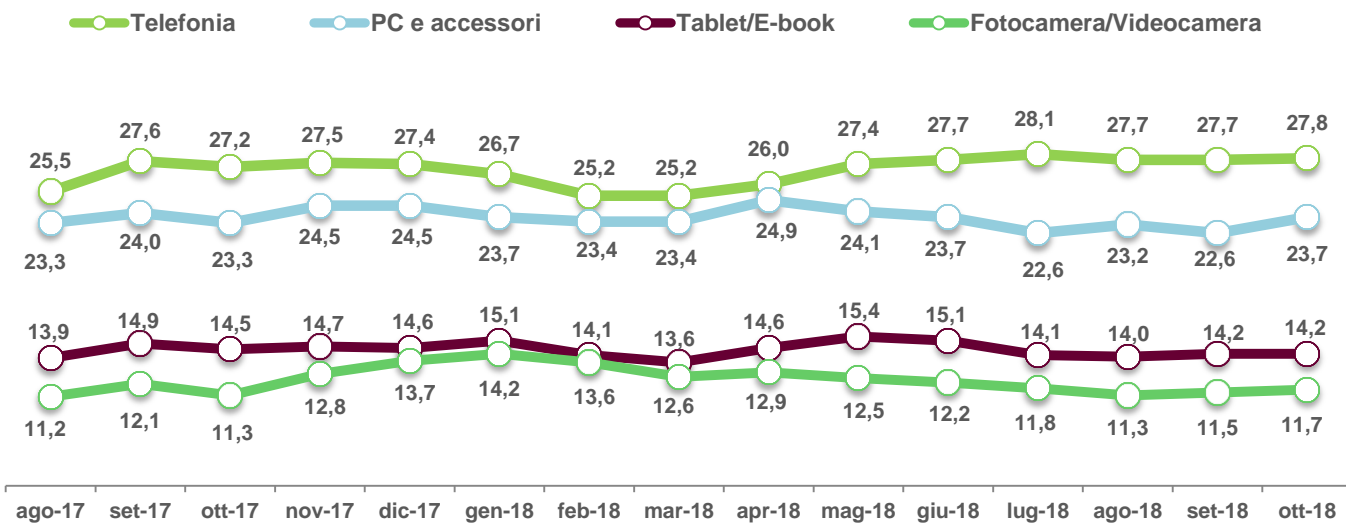


# INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



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 SET 2018      CONFRONTO OTT 2017

	↑ <b>+0,1 P.P.</b>	↑ <b>+0,6 P.P.</b>
	↑ <b>+1,1 P.P.</b>	↑ <b>+0,4 P.P.</b>
	— <b>0,0 P.P.</b>	↓ <b>-0,3 P.P.</b>
	↑ <b>+0,2 P.P.</b>	↑ <b>+0,4 P.P.</b>



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



402€



520€



304€



315€

Base: % pensano di acquistare il bene

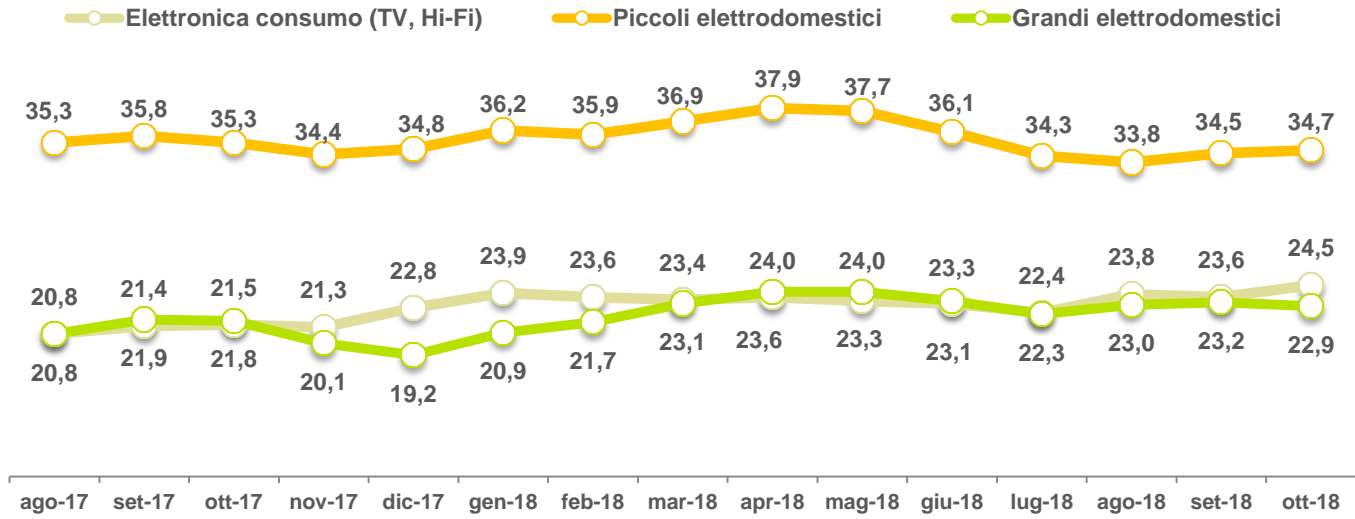


# ELETTRODOMESTICI



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 SET 2018

CONFRONTO OTT 2017



+0,2 P.P.



-0,6 P.P.



+0,9 P.P.



+3,0 P.P.



-0,3 P.P.



+1,1 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



195€



523€



741€

Base: % pensano di acquistare il bene

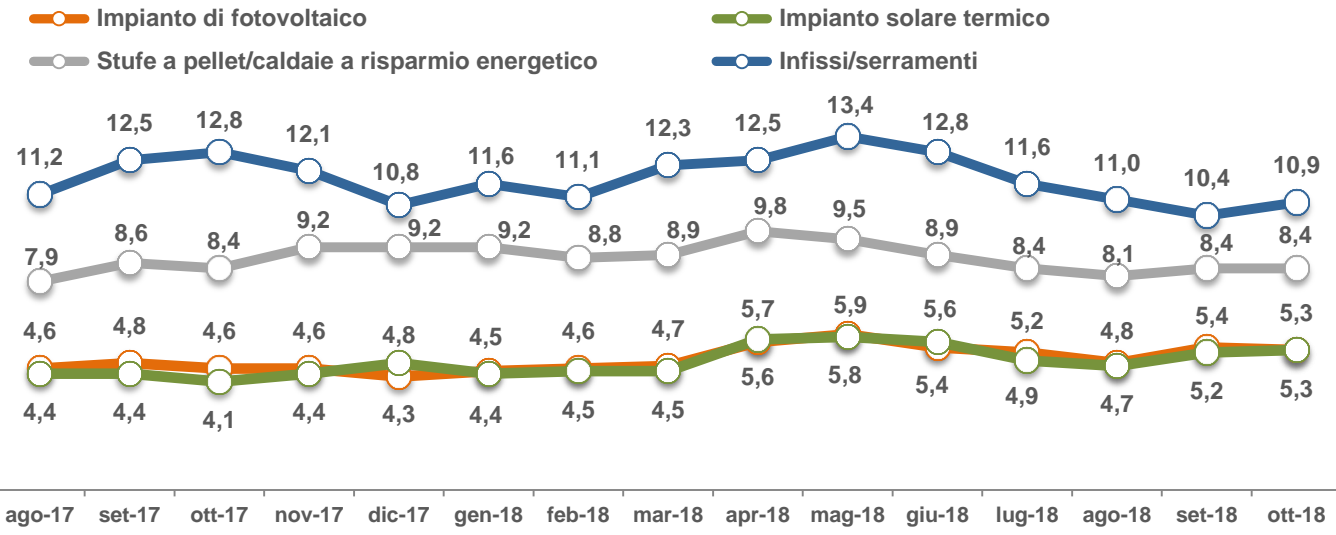


# EFFICIENZA ENERGETICA



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 SET 2018      CONFRONTO OTT 2017



↑	↓
+0,5 P.P.	-1,9 P.P.



—	—
0,0 P.P.	0,0 P.P.



↓	↑
-0,1 P.P.	+0,7 P.P.



↑	↑
+0,1 P.P.	+1,2 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



2.828€



1.478€



5.944€



4.739€

Base: % pensano di acquistare il bene

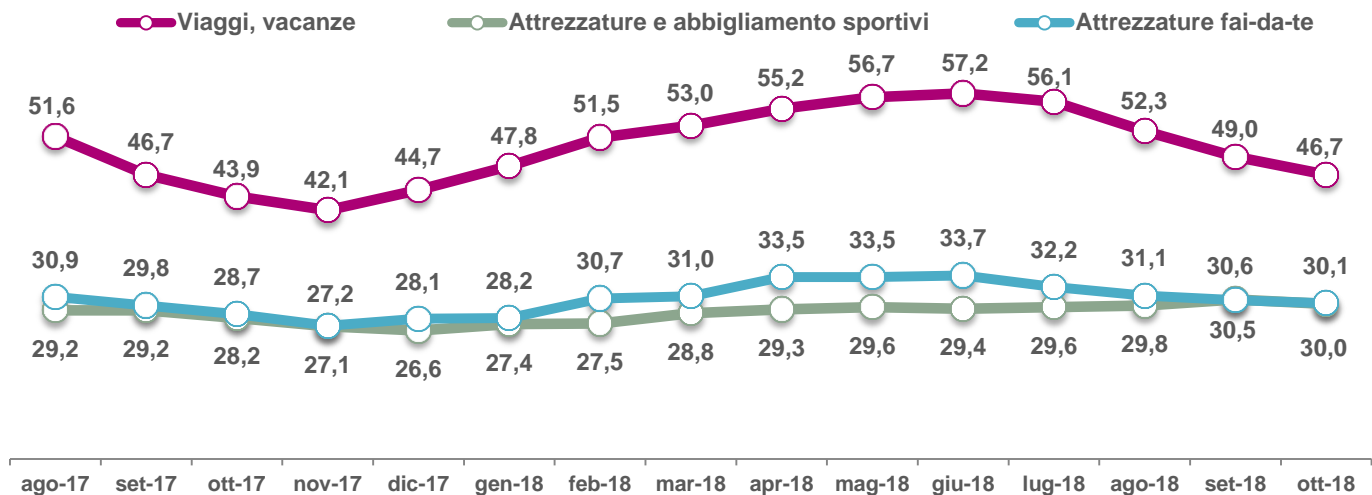


# TEMPO LIBERO



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 SET 2018



-2,3 P.P.

CONFRONTO OTT 2017



+2,8 P.P.



-0,4 P.P.



+1,4 P.P.



-0,6 P.P.



+1,8 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



1.274€



225€



237€

Base: % pensano di acquistare il bene



# ARGOMENTO DEL MESE





# GLI ITALIANI E LA SOSTENIBILITÀ

## I principali driver nella scelta di acquisto di prodotti



65%

qualità



64%

prezzo

34%

promozioni

34%

affidabilità della marca

22%

prodotto sicuro e certificato

## Per me la sostenibilità è ...



51%

un impegno concreto delle aziende per ridurre il loro impatto sull'ambiente



25%

uno stile di vita sempre più diffuso

## Un prodotto è sostenibile quando



42%

è riciclabile, eco-compatibile in tutte le sue parti

29%

è prodotto secondo i più alti standard ambientali

25%

è prodotto con energia pulita

## Le «priorità» che si deve dare un'azienda per essere sostenibile:



62%

ridurre emissioni e impatto ambientale



28%

adottare un codice etico di comportamento



26%

ricerca, sviluppo e innovazione



25%

preoccuparsi delle condizioni lavorative dei dipendenti



23%

non delocalizzare la produzione

Base: totale campione (751 casi)



# GLI ITALIANI E LA SOSTENIBILITÀ

## Sono attento alla sostenibilità perché ...



43%

voglio contribuire alla tutela dell'ambiente



37%

voglio contribuire al benessere delle generazioni future



5%

consumatori che si dichiarano non interessati al tema della sostenibilità

Base: totale campione (751 casi)

## I comportamenti sostenibili più diffusi

58%



raccolta differenziata

42%



riduzione dei consumi (acqua, luce, cibo...)

23%

ridotto uso del riscaldamento domestico in inverno e/o del condizionatore in estate

22%

aggiustare i prodotti rotti prima di acquistarne di nuovi

Base: interessati al tema della sostenibilità (716 casi)

## Pagare di più per i prodotti «sostenibili»?

Base: interessati al tema della sostenibilità (716 casi)

73%

favorevoli



22%

per qualunque tipo di prodotto

29%

per prodotti alimentari

13%

per riqualificazione abitazione

9%

per elettrodomestici e automobili



89%

disposti a pagare fino al 10% in più

Base: pagherebbero di più per prodotti sostenibili (522 casi)

24%

non possono permettersi di spendere di più per prodotti «sostenibili»



3%

non sono interessati ad acquistare prodotti «sostenibili»



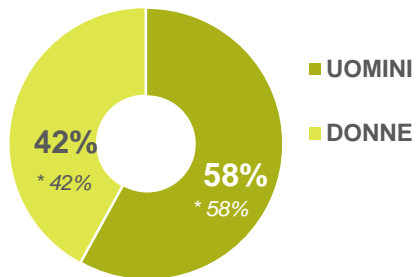
**CAMPIONE**



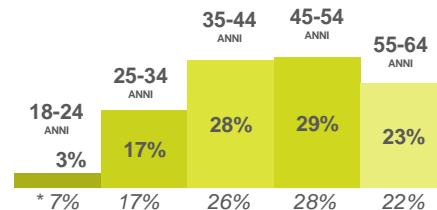
# CAMPIONE



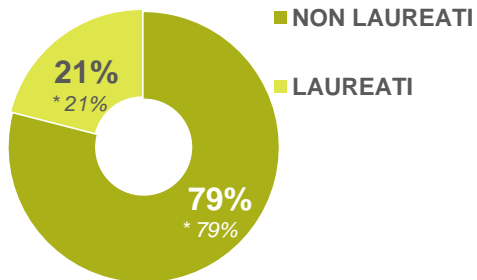
## SESSO



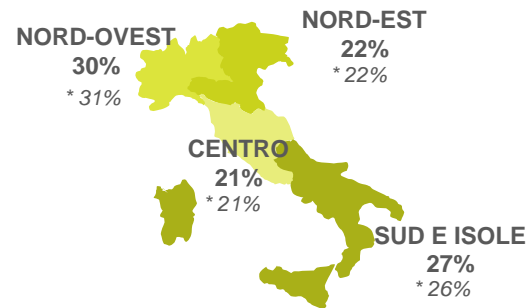
## ETÀ



## TITOLO DI STUDIO



## AREA GEOGRAFICA



Base: totale campione ponderato (751). Dato su base wave di ottobre. \* Dato non ponderato