

L'Osservatorio Findomestic • Mensile



Il clima di fiducia
e le intenzioni di acquisto
degli italiani

INDAGINE
LUGLIO
2018





MILANO, 11 LUGLIO 2018

SITUAZIONE DEL PAESE, LA FIDUCIA DEGLI ITALIANI E' ALLE STELLE

Osservatorio Findomestic di luglio: rispetto ad un anno fa le intenzioni di acquisto sono in forte ascesa, nonostante la lieve flessione dell'ultimo mese (ad eccezione di viaggi e telefonia, che continuano a crescere)

Migliora nettamente la fiducia degli italiani sia nei confronti del Paese che rispetto alla situazione personale, ma le intenzioni d'acquisto fanno registrare una lieve flessione rispetto al mese precedente: sono in chiaroscuro i numeri dell'Osservatorio mensile Findomestic di luglio che, comunque, delineano una tendenza in decisa crescita nella propensione alla spesa in raffronto allo scorso anno.

SENTIMENT. Dopo una lunga fase di sfiducia, nell'ultimo mese, è tornato a crescere il livello di soddisfazione dei cittadini italiani: +0,7% per la

situazione del Paese e + 0,2% per la condizione economica personale. Un effetto della stabilità politica percepita dopo l'insediamento del nuovo Governo. La variazione è positiva sia a livello congiunturale (su base mensile) che tendenziale (su base annua).

VEICOLI. A giugno l'andamento del comparto 'veicoli' è invariato rispetto al mese precedente. Stabili le intenzioni d'acquisto di motocicli e scooter, in leggero decremento quelle di auto usate (-0,2%) e in lieve risalita quelle di auto nuove (+0,2% con una spesa media prevista di 19.496 euro). Si registra invece una crescita, per tutte le voci, rispetto allo stesso periodo di un anno fa.

CASA. Andamento altalenante per il comparto 'casa' nel mese di giugno. Segno negativo rispetto al mese precedente per le intenzioni di acquisto di mobili (-1% con una spesa media prevista di 2.659 euro), ristrutturazioni (-0,6%) e nuove abitazioni (-0,8%). Molto buona,

comunque, risulta la performance del settore rispetto a un anno fa: la crescita è trainata soprattutto dai mobili (+4,5%) e dalle ristrutturazioni (+3,9%).

HI-TECH. Anche il comparto 'informatica, telefonia e fotografia' a giugno registra un segno negativo a livello congiunturale, fatta eccezione per la telefonia: la 'voglia' di smartphone cresce dello 0,3%. Rispetto a un anno fa, il comparto è invece in crescita: aumentano soprattutto le intenzioni di acquisto di telefoni (3,9%) e pc/accessori (+2,2%); più contenuta la crescita di tablet (+0,9%) e fotocamere/videocamere (+0,4%).

ELETTRODOMESTICI. Rispetto al mese di maggio, a giugno calano le intenzioni di acquisto degli elettrodomestici, in particolare dei piccoli elettrodomestici (-1,6%). A livello tendenziale il comparto è in forte crescita: +3,9% per i piccoli elettrodomestici, +2,3% per l'elettronica di consumo e +2,8% per i grandi



MILANO, 11 LUGLIO 2018

elettrodomestici.

EFFICIENZA ENERGETICA. Il comparto 'efficienza energetica' fa registrare segno negativo rispetto al mese di maggio in particolare per infissi/serramenti (-0,6%) e per stufe e caldaie a pellet (-0,6%). Anche in questo caso, a livello tendenziale il trend è positivo soprattutto per infissi/serramenti (+1,2%) e impianti solari termici (+1,2%).

TEMPO LIBERO. A giugno continua l'andamento positivo del comparto 'tempo libero' sia su base congiunturale che tendenziale trainato ancora una volta dalla voce 'viaggi e vacanze', con le intenzioni di acquisto in crescita dello 0,5% rispetto a maggio e del 4% in raffronto a un anno fa. La spesa media prevista per i viaggi è di 1.461 euro pro capite. Si registra un buona performance anche del 'fai da te': +0,2% nell'ultimo mese e +2,4% rispetto a dodici mesi fa.

ITALIA OUT DAL MONDIALE, TIFOSI IN CALO DEL 13,4%: RESISTONO I FEDELISSIMI DELLO STADIO MA GLI ABBONATI ALLA PAY-TV PASSANO DAL 37 AL 29%

Osservatorio mensile Findomestic: con l'effetto Ronaldo la Juventus è ancora la favorita per lo scudetto secondo un italiano su due

Gli italiani non hanno dubbi: a vincere il prossimo campionato di calcio sarà ancora la Juventus. La pensa così il 47% degli intervistati da Findomestic per il nuovo Osservatorio mensile realizzato in collaborazione con Doxa. Un pronostico su cui 'pesa' l'effetto Cristiano Ronaldo: lo scorso anno la Vecchia Signora - secondo le rilevazioni della società di credito al consumo del Gruppo BNP Paribas - aveva collezionato 'solo' il 29% delle preferenze.

NAPOLI 'SU', MILAN 'GIÙ'. Juve a parte, per la stagione 2018-2019 il Napoli è la squadra favorita

secondo il 15% degli italiani, mentre risultano in calo le quotazioni delle squadre milanesi con il 10% di voti per i nerazzurri e la metà (5%) per i rossoneri. La Roma raccoglie il 7% di preferenze, superando così il Milan nel ranking delle possibili vincitrici. Per l'86% degli italiani il fatturato di un club sportivo pesa anche sulla performance delle squadre. Per questo motivo gli italiani tendono a tenersi aggiornati sulla situazione finanziaria delle principali squadre di calcio italiane (48%).

ITALIA OUT DAL MONDIALE, CALA LA PASSIONE TRA I TIFOSI. Findomestic ha sondato anche le reazioni dei tifosi italiani all'esclusione della Nazionale dai Mondiali di calcio in Russia. Se per 6 su 10 la mancata qualificazione degli Azzurri non ha avuto ripercussioni sulla propria passione, il 13,4% afferma di aver "perso l'interesse nel calcio in generale", tanto che un 2% è addirittura deciso a non seguire più neppure le partite del club preferito. Viceversa, il 10% è motivato a



MILANO, 11 LUGLIO 2018

sostenere con maggiore interesse i prossimi match della Nazionale, mentre l'11% travaserà la propria voglia di tifo dalla maglia azzurra a quella della squadra del cuore.

IL 5,5% ALLO STADIO, IL 29% DAVANTI ALLA PAY-TV. Il 5,5% del campione interpellato da Findomestic ha intenzione di sottoscrivere un abbonamento allo stadio per la prossima stagione calcistica. Tuttavia per il 28% gli stadi sono troppo cari, per il 24% troppo lontani e per l'11% poco sicuri. Nella maggior parte dei casi (62%) l'abbonamento verrà acquistato in un'unica soluzione e con una spesa inferiore ai 400 euro (57%), anche se nel Nord-Est c'è un 18,5% pronto a sborsare tra gli 800 e i 1000 euro. Il 38% degli italiani che non intende andare allo stadio dichiara di preferire la TV (propria o a casa di amici) per vedere le partite di calcio. Quasi 3 italiani su 10 (29% degli intervistati da Findomestic, con un picco del 34% al Sud) affermano di essere intenzionati a sottoscrivere un abbonamento

alla pay-tv per il prossimo anno: un dato in calo rispetto all'anno scorso, quando la percentuale sfiorava il 37%. Il 14%, invece, pensa di seguire le partite sui portali online di streaming gratuito e il 6% attraverso le radiocronache.

MERCHANDISING, SPESA MEDIA DI 73 EURO. Per quanto riguarda i gadget e il merchandising, il 20% degli italiani dichiara di aver fatto acquisti nell'ultimo anno: l'80% di questi ha speso meno di 100 euro (73 euro in media) . Il 21% degli italiani intervistati da Findomestic ha almeno un figlio che coltiva la passione per il calcio attraverso la pratica di questo sport. Le famiglie italiane spendono mediamente 352 euro per la scuola di calcio dei figli (dato in linea con lo scorso anno).






















LE FONTI DI INFORMAZIONE PRINCIPALI. Il 34% degli italiani non segue direttamente le partite, ma si limita a tenersi aggiornato sui risultati attraverso altri mezzi di informazione (web, TV, social, giornali...). Per l'83% degli

italiani la fonte principale di informazioni sul calcio rimane la televisione. Il 41% ricerca le informazioni sul web e il 20% sui social network. Solo il 13% dichiara di informarsi attraverso giornali e riviste specializzate sul calcio.

CALCIO, I PIÙ APPASSIONATI SONO I 35-44ENNI. Il 79% della popolazione italiana attiva tra i 18 e i 64 anni (e pensionati delle stesse classi di età) si dichiara interessato al mondo del pallone. Per il 18% degli italiani, soprattutto maschi di età compresa tra i 35 e i 44 anni (24%), il calcio rappresenta una vera e propria passione. Il 26% si considera abbastanza interessato al calcio e il 35% si dichiara un tifoso occasionale, attivo solo nei momenti salienti delle competizioni nazionali e internazionali. Il 21%, invece, non ha alcun interesse verso questo sport. Le donne dichiarano di essere soprattutto tifose occasionali (45%): seguono con interesse le partite della Nazionale e le competizioni più importanti come gli Europei o i Mondiali.



LA SINTESI DEI TREND

		CONFRONTO MAG 2018	CONFRONTO GIU 2017	
	SENTIMENT	Nel mese di giugno migliora decisamente la soddisfazione degli italiani sia rispetto alla situazione del paese che alla propria situazione personale. La variazione è positiva sia a livello congiunturale che tendenziale.		
	VEICOLI	A giugno l'andamento del comparto «veicoli» è invariato rispetto al mese precedente. Si registra invece una crescita, per tutte le voci, rispetto allo stesso periodo di un anno fa.		
	CASA	Andamento altalenante per il comparto «casa» nel mese di giugno. Segno negativo per le intenzioni di acquisto rispetto al mese precedente. Molto buona la performance del settore rispetto a un anno fa: la crescita è trainata soprattutto dai mobili e dalle ristrutturazioni.		
	INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA	Anche il comparto «informatica, telefonia e fotografia» a giugno registra un segno negativo a livello congiunturale (fatta eccezione per la telefonia). Rispetto a un anno fa, il comparto è invece in crescita: aumentano soprattutto le intenzioni di acquisto di telefoni e pc/accessori; più contenuta la crescita di tablet e fotocamere/videocamere.		
	ELETTRODOMESTICI	Rispetto allo scorso mese di maggio, a giugno calano le intenzioni di acquisto degli elettrodomestici, in particolare dei «piccoli elettrodomestici». A livello tendenziale il comparto è in forte crescita.		
	EFFICIENZA ENERGETICA	Il comparto «efficienza energetica» fa registrare segno negativo rispetto allo scorso mese di maggio. A livello tendenziale il trend è positivo soprattutto per infissi/serramenti e impianti solari termici.		
	TEMPO LIBERO	A giugno continua l'andamento positivo del comparto «tempo libero» sia a livello congiunturale che tendenziale trainato ancora una volta dalla voce «viaggi e vacanze». Si registra un buona performance anche del «fai da te» mentre segna una battuta d'arresto la voce «attrezzature e abbigliamento sportivo».		



SCENARIO ECONOMICO



SCENARIO ECONOMICO

PIL



2017	2018 gen-mar (A-1)
+1,5%	+1,4%

Il PIL italiano è cresciuto del 1,5% nel 2017. Nel primo trimestre del 2018 il prodotto interno lordo è aumentato dell'1,4% nei confronti del primo trimestre del 2017.

TASSO DI DISOCCUPAZIONE



	2017 dic	2018 mar	2018 apr
Overall	10,8%	11,0%	11,2%
Giovanile (15-24 anni)	32,2%	31,7%	33,1%

La disoccupazione totale sale di 0,2 p.p. rispetto a marzo 2018 e sale di 0,4 p.p. rispetto a dicembre 2017. La disoccupazione giovanile sale di 1,4 p.p. a livello congiunturale e sale di 0,9 p.p. rispetto a dicembre 2017.

CONSUMO BENI DUREVOLI



2017	2018 gen-mar (A-1)
+5,1%	+1,4%

Il consumo di beni durevoli è aumentato del 5,1% nel 2017. Rispetto al primo trimestre del 2017 il consumo di beni durevoli è aumentato del 1,4%.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO



2017	2018 mag (M-1)
+1,2%	+0,3%

Nel 2017 il tasso di inflazione medio annuo è stato pari a +1,2%. Nel mese di aprile 2018 l'indice dei prezzi al consumo aumenta di 0,3% su base mensile.



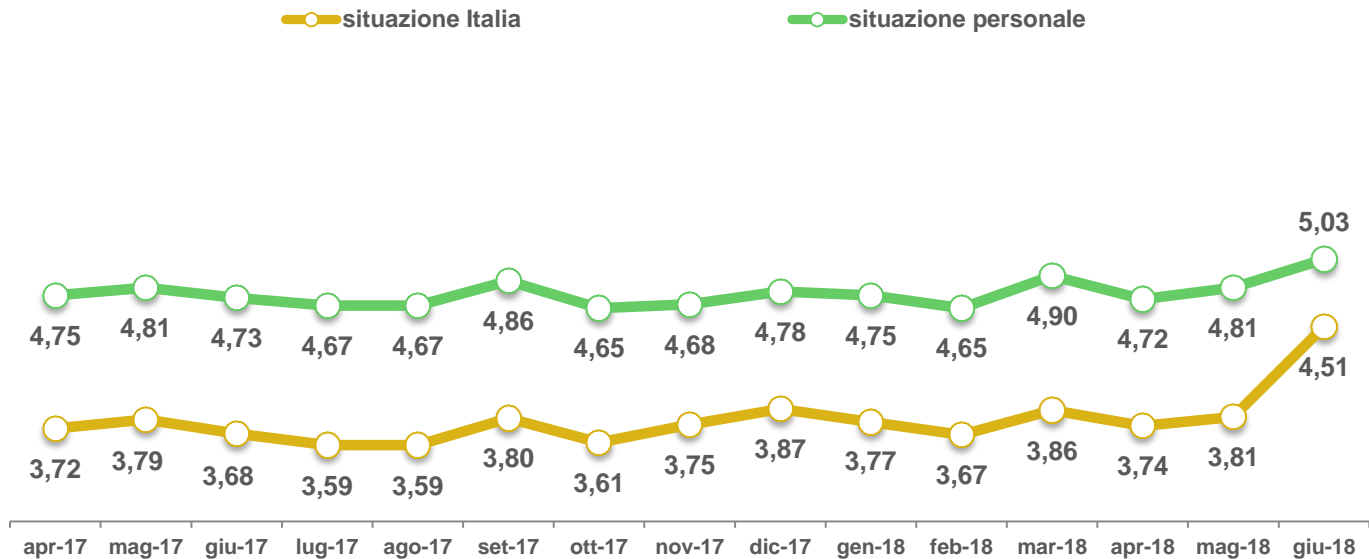
SENTIMENT



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
MAG 2018

CONFRONTO
GIU 2017



+0,2

+0,3



+0,7

+0,8

Base: totale campione (752). Dato su base wave di giugno



INTENZIONI D'ACQUISTO

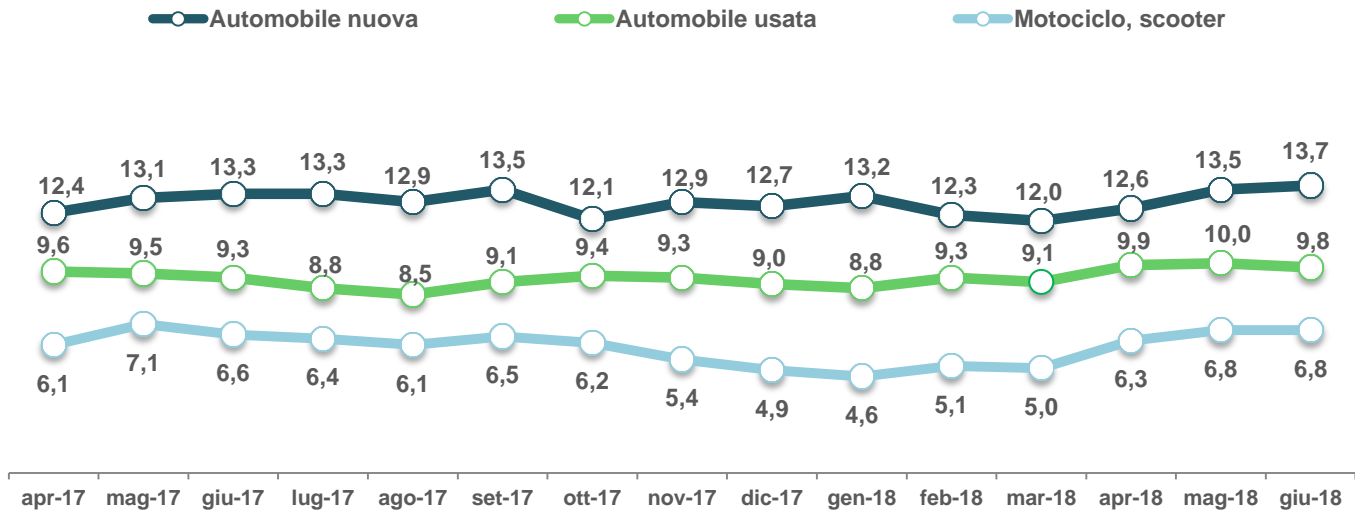


MERCATO VEICOLI



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 MAG 2018	CONFRONTO GIU 2017
	↑ +0,2 P.P.	↑ +0,4 P.P.
	↓ -0,2 P.P.	↑ +0,5 P.P.
	— 0,0 P.P.	↑ +0,2 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



19.496€



6.585€



3.009€

Base: % pensano di acquistare il bene



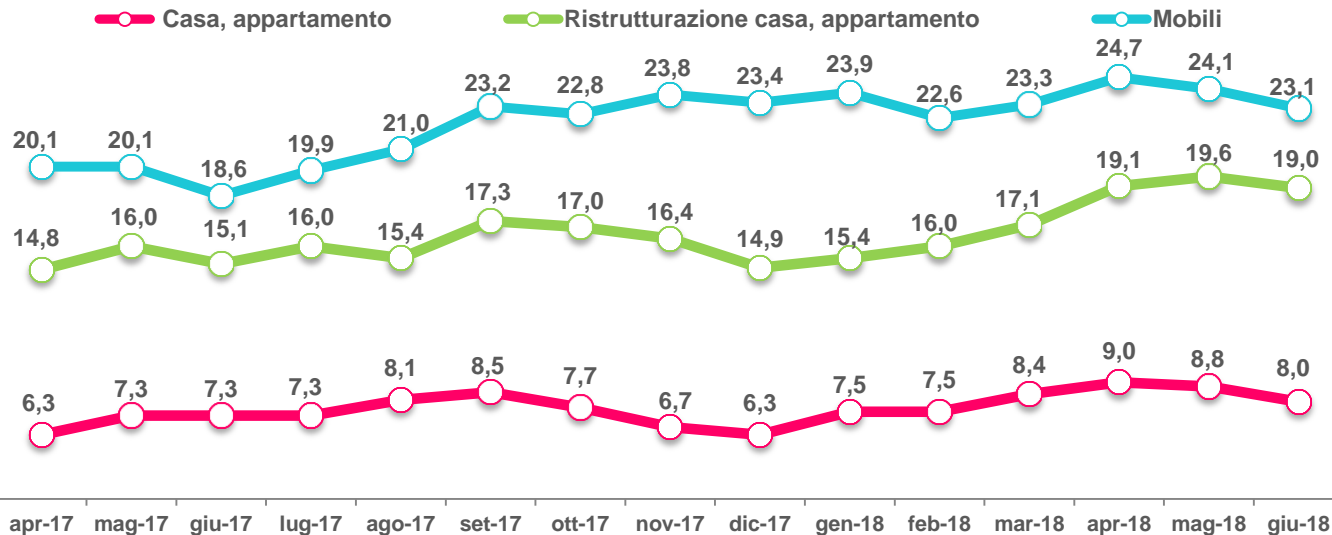
CASA



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
MAG 2018

CONFRONTO
GIU 2017



-1,0 P.P.

+4,5 P.P.



-0,6 P.P.

+3,9 P.P.

-0,8 P.P.

+0,7 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto (mobili)?



2.659€

Base: % pensano di acquistare il bene

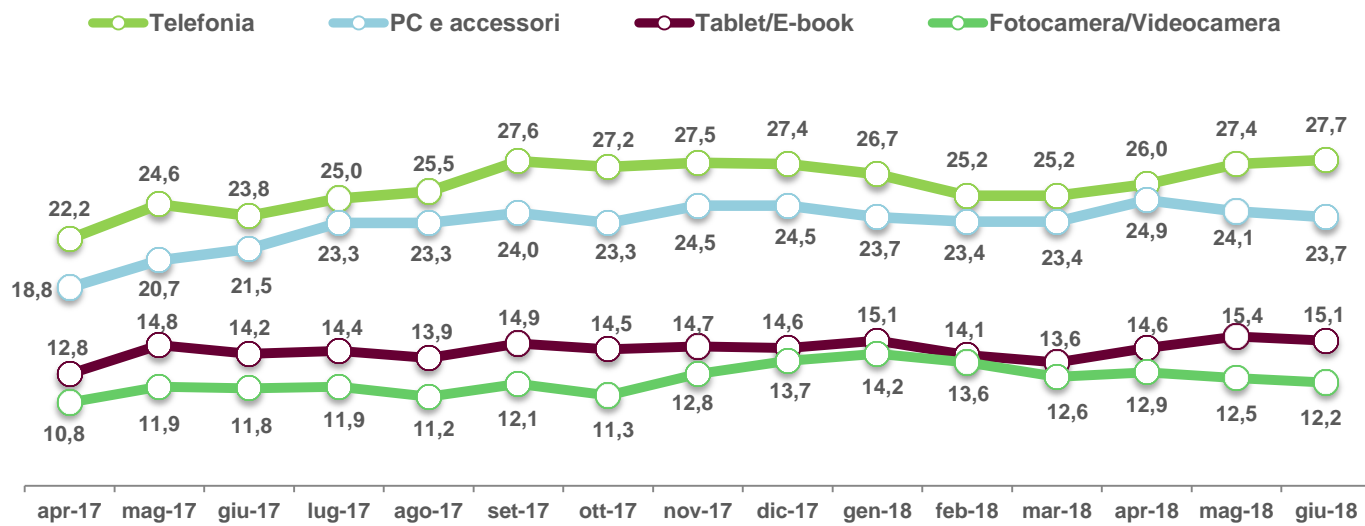


INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



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

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO MAG 2018 CONFRONTO GIU 2017

	↑	+0,3 P.P.	↑	+3,9 P.P.
	↓	-0,4 P.P.	↑	+2,2 P.P.
	↓	-0,3 P.P.	↑	+0,9 P.P.
	↓	-0,3 P.P.	↑	+0,4 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



371€



540€



330€



306€

Base: % pensano di acquistare il bene

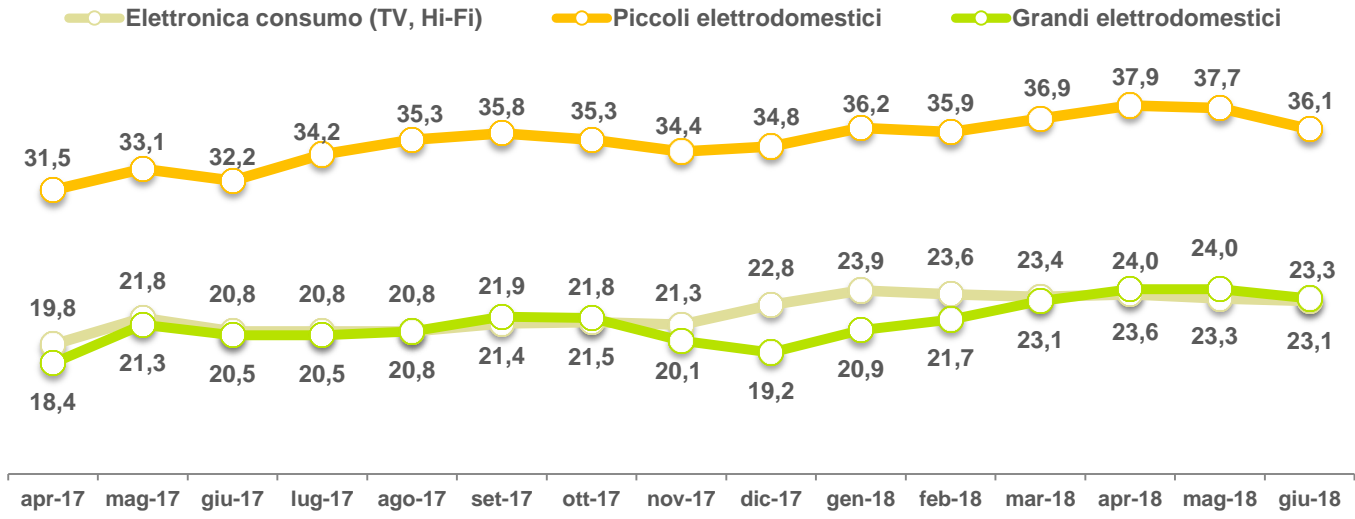


ELETTRODOMESTICI



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 MAG 2018	CONFRONTO GIU 2017
	 -1,6 P.P.	 +3,9 P.P.
	 -0,2 P.P.	 +2,3 P.P.
	 -0,7 P.P.	 +2,8 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



192€



535€



787€

Base: % pensano di acquistare il bene

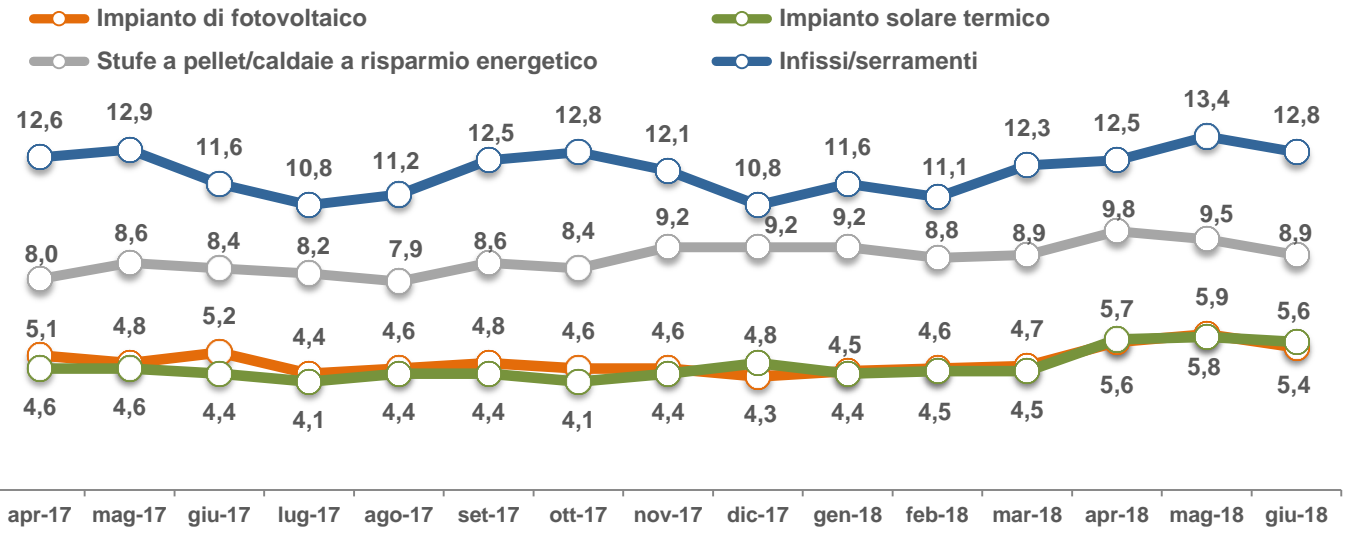


EFFICIENZA ENERGETICA



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 APR 2018 CONFRONTO MAG 2017



↓	↑
-0,6 P.P.	+1,2 P.P.



↓	↑
-0,6 P.P.	+0,5 P.P.



↓	↑
-0,5 P.P.	+0,2 P.P.



↓	↑
-0,2 P.P.	+1,2 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



2.725€



1.430€



6.970€



4.716€

Base: % pensano di acquistare il bene

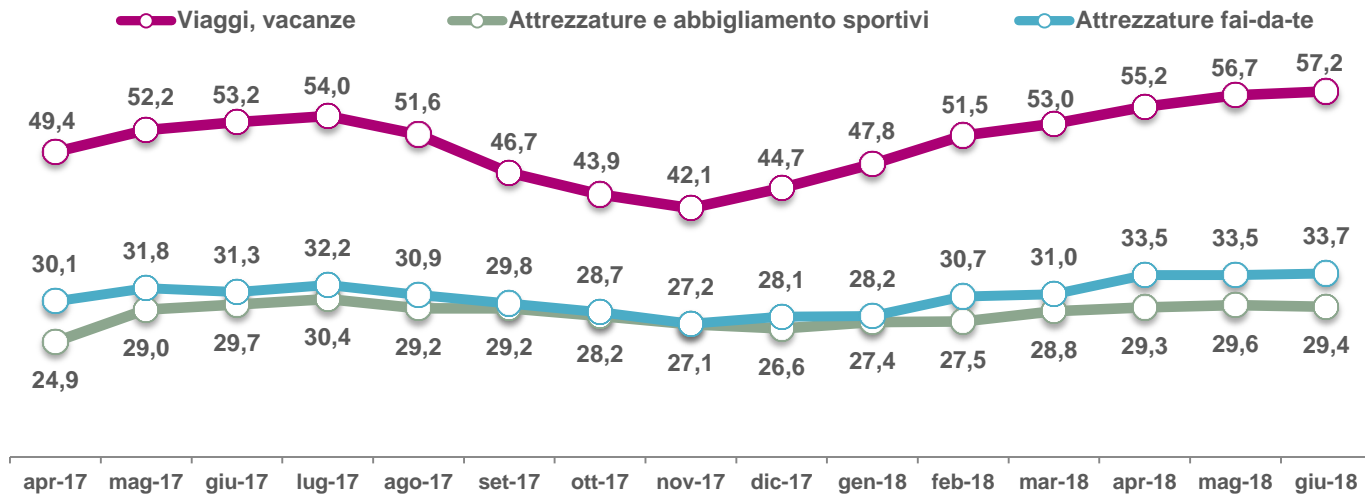


TEMPO LIBERO



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
MAG 2018

CONFRONTO
GIU 2017



+0,5 P.P.



+4,0 P.P.



+0,2 P.P.



+2,4 P.P.



-0,2 P.P.



-0,3 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



1.461€



199€



238€

Base: % pensano di acquistare il bene



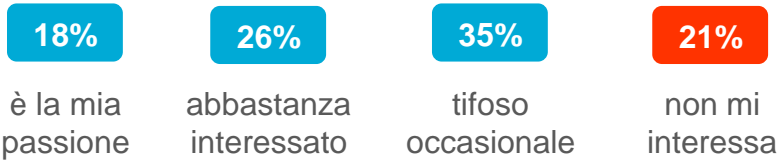
ARGOMENTO DEL MESE



GLI ITALIANI E IL CALCIO



L'interesse per il calcio



Chi vincerà il prossimo campionato?



62% ... gli italiani per cui la mancata qualificazione ai Mondiali non ha avuto alcun effetto particolare

Base: seguono il calcio (595 casi)



83%

Segue le notizie sul calcio in televisione

41%



Si informa sul calcio online

20%



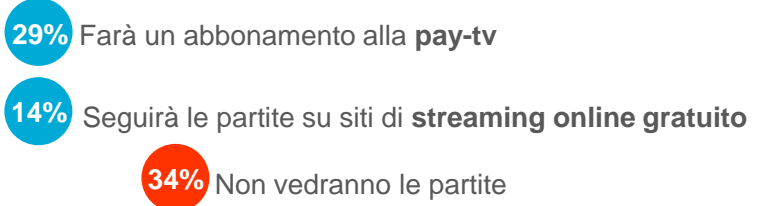
Utilizza i social per informarsi

13%



Si informa sul calcio attraverso giornali e riviste specializzate

Seguiranno le partite del prossimo campionato...



Base: seguono il calcio (595 casi)



GLI ITALIANI E IL CALCIO

Base: seguono il calcio (595 casi)



5%

Gli italiani che acquisteranno un abbonamento allo stadio

75%

Non lo acquisteranno perché...

24% lo stadio è troppo distante

38% preferiscono vedere le partite alla tv

28% è troppo caro

11% gli stadi non sono luoghi sicuri



57%

Spenderà meno di 400€

Base: faranno l'abbonamento allo stadio (122 casi)

62%

pagherà l'abbonamento in un'unica soluzione

17%

lo pagherà a rate

21% non sa come lo pagherà



gli intervistati i cui figli praticano il calcio

21%



50%

ha speso meno di 400€



20%

Gli italiani che hanno acquistato gadget a tema calcistico negli ultimi 12 mesi



80%

ha speso meno di 100€



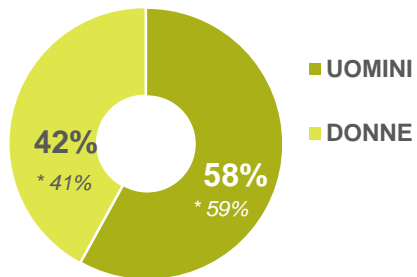
CAMPIONE



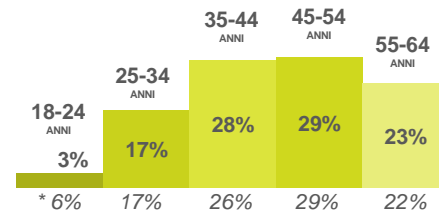
CAMPIONE



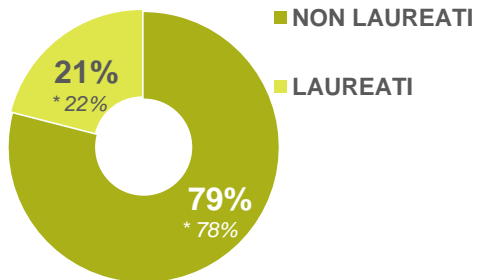
SESSO



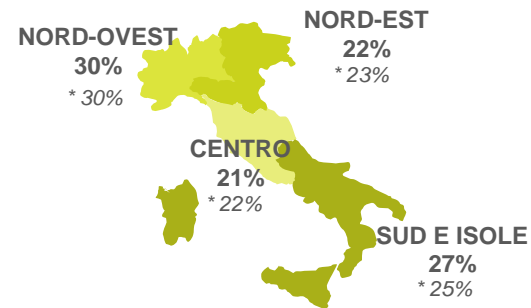
ETÀ



TITOLO DI STUDIO



AREA GEOGRAFICA



Base: totale campione ponderato (752). Dato su base wave di giugno. * Dato non ponderato