

L'Osservatorio

Findomestic · Mensile



Il clima di fiducia
e le intenzioni di acquisto
degli italiani

**INDAGINE
LUGLIO
2016**





MILANO, 1 LUGLIO 2016

L'automobile è il bene irrinunciabile per eccellenza per gli italiani (63%). Seguono la connessione ad Internet (28%) ed i viaggi e le vacanze (24%).

La crisi economica degli ultimi anni ha portato gli italiani ad avvicinarsi a nuove forme di consumo che restano rilevanti anche nell'attuale contesto di ripresa economica.

Il 39% dei consumatori ha acquistato beni usati negli ultimi 12 mesi. La motivazione principale è il risparmio economico (69%).

In Italia, inoltre, si stanno diffondendo sempre più servizi di sharing economy: il 45% dichiara di sapere di cosa si tratta, dato che raggiunge il 54% tra i 18-34enni.

Sono i giovani i principali utilizzatori di questa tipologia di servizi: il 22% degli under 34 ha sperimentato il car sharing, il 17% il ride sharing, il 14% l'house sharing.

Sale al 50,1% la percentuale degli italiani che progettano un viaggio o una vacanza nei prossimi mesi con un incremento di 6

punti percentuali rispetto ad un anno fa 43,5%.

In crescita anche la propensione ad effettuare progetti di ristrutturazione e all'acquisto di casa/appartamenti.

L'automobile è il bene irrinunciabile per eccellenza per gli italiani. Il 63% degli intervistati ha dichiarato di non poterne fare a meno. Gli italiani vogliono l'auto di proprietà e questo spiega anche la limitata diffusione del car sharing che è stato sperimentato solo dal 12% del campione. Seguono, più distanziati tra i beni a cui non si rinuncia, la connessione ad Internet (28%) ed i viaggi e le vacanze (24%).

Sempre più italiani sono collegati ad Internet, grazie anche alla diffusione di smartphone e tablet: dai dati Audweb risulta che sono infatti 21,7 milioni gli italiani che si collegano ad Internet quotidianamente trascorrendo mediamente circa 2 ore online ogni giorno. Infine, un quarto degli italiani non è disposto a rinunciare ai viaggi e alle vacanze.

Come dimostrano i dati dell'Osservatorio, questo settore è in crescita dall'inizio dell'anno e a giugno 1 italiano su 2 (50,1%) ha espresso l'intenzione di effettuare un viaggio nei prossimi 3 mesi, con un incremento di 6 punti percentuali rispetto ad un anno fa 43,5%.

La crisi economica ha portato gli italiani ad avvicinarsi a nuove forme di consumo, alcune delle quali, come il ricorso all'acquisto di beni usati e la sharing economy, risultano ancor oggi importanti seppur in un contesto come quello attuale di ripresa economica, caratterizzato dalla crescita della fiducia e dei consumi.

Il 39% degli intervistati ha dichiarato di aver acquistato beni usati negli ultimi 12 mesi e la motivazione principale è il risparmio economico (69%). L'acquisto di questi beni avviene sempre più attraverso Internet (45%), ma anche tramite mercatini dell'usato (41%). Il 29% ha acquistato libri, dischi, giochi e attrezzi per il tempo libero, il 16% abbigliamento e accessori e il 14%



prodotti di elettronica ed elettrodomestici.

Un'altra forma di consumo emersa negli ultimi anni è la sharing economy. I giovani sono i principali conoscitori e utilizzatori dei servizi di sharing economy. Il 54% dei 18-34enni sa infatti cosa significa «sharing economy» contro il 45% del totale campione.

Tra i servizi di sharing economy più utilizzati dai giovani si segnalano il car sharing (il 22% degli under 34 l'ha sperimentato contro il 12% del totale campione), il ride sharing (ovvero la condivisione di un viaggio, tipo bla-bla car: 17% contro 9%), il bike sharing (14% contro l'11%) e l'house sharing (14% contro il 6%).

Per il 26% degli intervistati i servizi di sharing economy permettono di risparmiare e il 16% le considera delle soluzioni innovative ed al passo con i tempi. Una quota pari al 13%, invece, la reputa una valida risposta al consumismo preferendo condividere alcuni beni invece che possederli.

Per quanto riguarda il sentiment, la soddisfazione degli italiani per la propria

situazione personale e per il Paese è in crescita rispetto al mese precedente e anche dal confronto congiunturale con lo stesso periodo dell'anno 2015 si riscontra un miglioramento.

I MERCATI

I veicoli: in calo la propensione all'acquisto di auto nuove e usate. Stabile l'intenzione d'acquisto di motocicli.

Trend negativo per il settore della mobilità: la propensione all'acquisto di automobili nuove passa da 11,8% a 10,8% e la spesa media che si intende sostenere è di 19.384 euro. In flessione anche il segmento delle auto usate (da 8,3% a 8,0%) con un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 5.778 euro. Stabile, invece, il comparto dei motocicli (6,0 % con una spesa di 2.181 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 15,1% a un 15,3%. In crescita anche la propensione all'acquisto nel comparto casa/appartamenti (da 6,3% a 7,0%). Contrazione per il segmento mobili che passa da 23,7% a 22,9 %. La previsione di spesa per l'acquisto dei mobili si attesta a 2.470 euro.

Informatica, telefonia e fotografia: trend negativo per l'intero comparto.

Il segmento della telefonia registra un calo nell'intenzione d'acquisto, che passa dal 23,6% al 22,1%. In flessione anche le intenzioni di acquisto di fotocamere e videocamere (dal 11,7% all'11,5%), tablet (dal 15,3% al 14,3%) e PC ed accessori (22,9% al 22,5%). La previsione in termini di spesa per l'acquisto dei beni del settore va dai 300 ai 480 euro.

Elettrodomestici: si registra una contrazione in tutto il settore.

Diminuisce l'intenzione d'acquisto dell'elettronica di consumo (da 21,1% a 20,4%), a cui fa seguito una contrazione nei comparti dei grandi e piccoli elettrodomestici



(rispettivamente da 20,8% a 19,1% e da 33,1% a 31,7%). La previsione di spesa nei settori è la seguente: per i grandi elettrodomestici 822 euro, per l'elettronica di consumo 492 euro ed infine i piccoli elettrodomestici 175 euro.

Efficienza energetica: leggera flessione nell'intenzione d'acquisto per tutti i segmenti del comparto. Aumenta, però, la previsione di spesa.

Si registra una contrazione nel settore degli impianti fotovoltaici (da 5,3% a 4,8%) per un controvalore in previsione di spesa che ammonta a 5.911 euro. In calo anche i segmenti di impianti solari termici (da 5,1% a 4,7%), stufe a pellet (da 9,2% a 8,6%) e infissi/serramenti (da 12% a 11,9%).






















La previsione di spesa è di 4.186 euro per gli impianti solari/termici, 2.899 euro per gli infissi/serramenti e 1.534 euro per il segmento delle stufe a pellet e caldaie.

Tempo Libero: in crescita il segmento viaggi/vacanze, contrazione per il resto del comparto.

Segno positivo per il settore di viaggi e vacanze, dove le intenzioni d'acquisto passano dal 49,1% al 50,1%. Gli intervistati si dimostrano, invece, meno propensi all'acquisto nei segmenti di attrezzature ed abbigliamento sportivo e di attrezzature fai-da-te che registrano un calo rispettivamente da 26,8% a 24,9% e da 29,4% a 29,0%.



LA SINTESI DEI TREND

		CONFRONTO MAG 2016	CONFRONTO GIU 2015	
	SENTIMENT	Gli indicatori di sentiment rimangono pressoché invariati rispetto al mese precedente. La soddisfazione degli italiani per la propria situazione personale e per il Paese rispetto a giugno 2015 sono lievemente in crescita.		
	VEICOLI	La quota degli intenzionati ad acquistare un veicolo è in calo a livello congiunturale e, in misura maggiore, a livello tendenziale. Stabile rispetto al mese scorso solo la quota di coloro che pensano di comprare un motociclo o scooter.		
	CASA	Cresce, rispetto al mese scorso e allo stesso periodo del 2015, la quota di coloro che pensano di acquistare o di ristrutturare la propria casa. In lieve calo rispetto a maggio gli intenzionati ad acquistare mobili.		
	INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA	Trend negativo per il comparto «informatica, telefonia e fotografia» a livello congiunturale. Rispetto ad un anno fa calano fortemente coloro che intendono acquistare telefoni e fotocamere mentre il dato è in crescita per gli intenzionati ad acquistare Pc e accessori e tablet/e-book.		
	ELETTRODOMESTICI	I propensi ad acquistare elettrodomestici sono in calo rispetto al mese scorso. In crescita rispetto a un anno fa gli intenzionati ad acquistare piccoli e grandi elettrodomestici, in forte 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 calo rispetto al mese scorso. Rispetto ad un anno fa sono leggermente in crescita gli intenzionati ad acquistare infissi/serramenti, stufe a pellet/caldaie e un impianto solare termico, mentre cala la quota per l'impianto di fotovoltaico.		
	TEMPO LIBERO	Si registra un calo rispetto al mese scorso degli intenzionati ad acquistare attrezzature fai-da-te e attrezzature/ abbigliamento sportivo. Prosegue la crescita degli intenzionati a effettuare un viaggio nei prossimi tre mesi, sia a livello congiunturale ma soprattutto tendenziale.		



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.

TASSO DI DISOCCUPAZIONE



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

Rispetto al mese di marzo 2016 ad aprile la disoccupazione giovanile è in crescita di 0,2 punti percentuali, mentre aumenta di 0,3 punti percentuali quella totale. Rispetto a dicembre 2015 la disoccupazione giovanile è in calo di 1 punto percentuale.

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.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO



2015	2016 mag / M-1
+0,1%	+0,3%

Nel 2015 il tasso di inflazione medio annuo è stato pari a +0,1%. Nel mese di maggio 2016 l'indice dei prezzi al consumo registra un incremento dello 0,3% rispetto al mese precedente.

Fonte: Istat



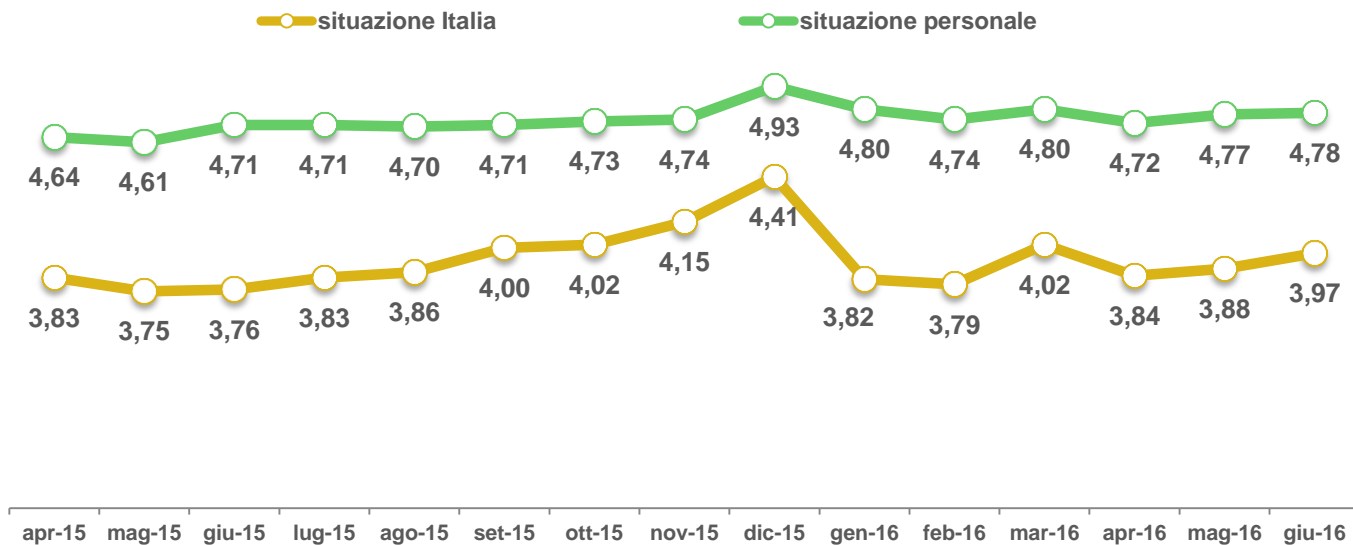
SENTIMENT



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
MAG 2016

CONFRONTO
GIU 2015

—



0,0

+0,1



+0,1

+0,2

Base: totale campione (512). Dato su base wave di giugno



INTENZIONI D'ACQUISTO

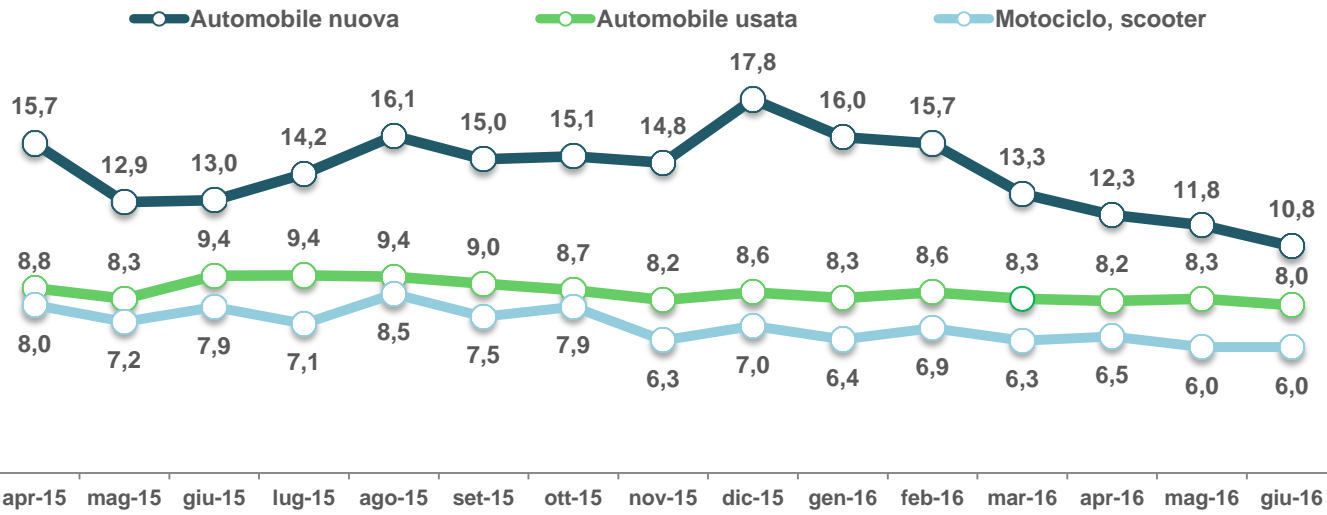


MERCATO VEICOLI



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 2016	CONFRONTO GIU 2015
	↓ -1,0 P.P.	↓ -2,2 P.P.
	↓ -0,3 P.P.	↓ -1,4 P.P.
	— 0,0 P.P.	↓ -1,9 P.P.



Quanto pensi di spendere al massimo per questo acquisto?



19.384€



5.778€



2.181€

Base: % pensano di acquistare il bene

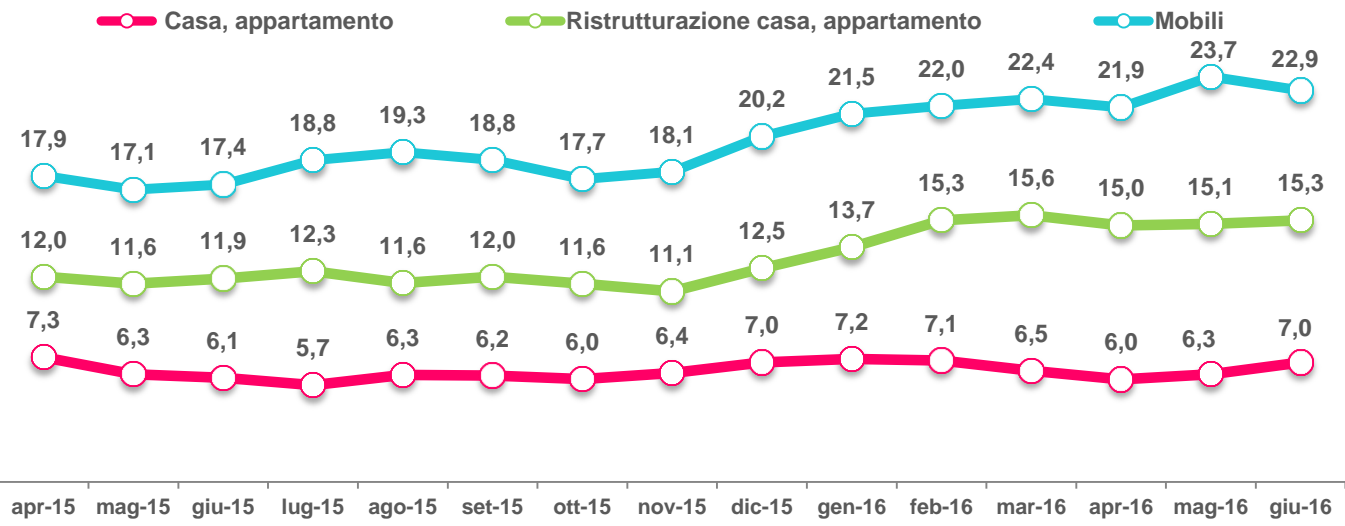


CASA



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 2016	CONFRONTO GIU 2015
	 -0,8 P.P.	 +5,5 P.P.
	 +0,2 P.P.	 +3,4 P.P.
	 +0,7 P.P.	 +0,9 P.P.



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



2.470€

Base: % pensano di acquistare il bene

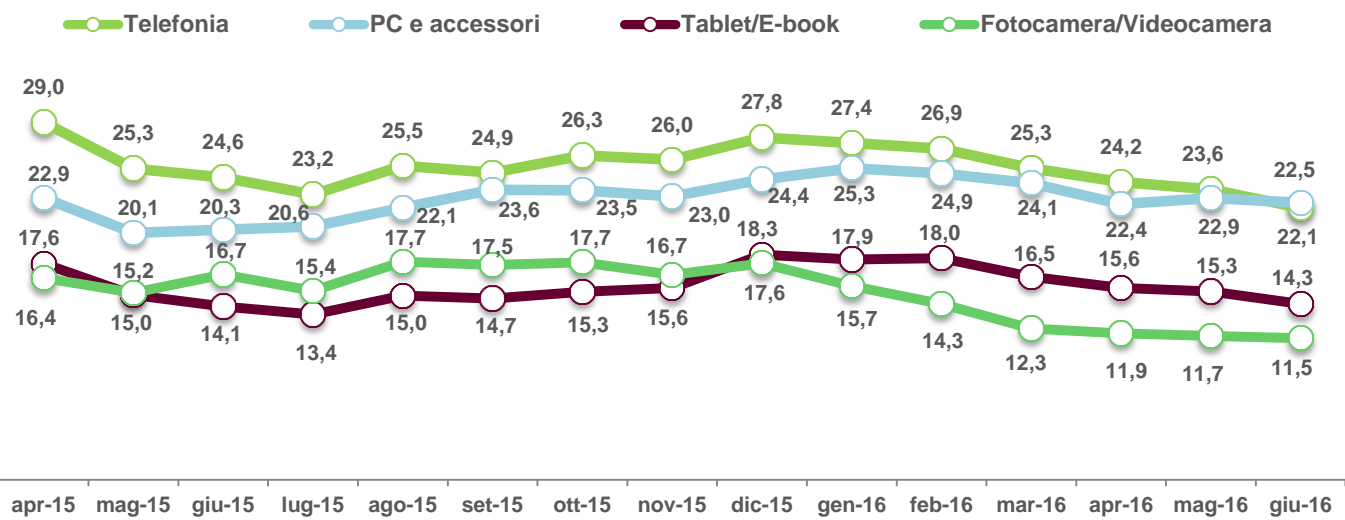


INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



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 2016 CONFRONTO GIU 2015

	↓	↓
	-1,5 P.P.	-2,5 P.P.
	↓	↑
	-0,4 P.P.	+2,2 P.P.
	↓	↑
	-1,0 P.P.	+0,2 P.P.
	↓	↓
	-0,2 P.P.	-5,2 P.P.



Quanto pensi di spendere al massimo per questo acquisto?



347€



488€



290€



311€

Base: % pensano di acquistare il bene

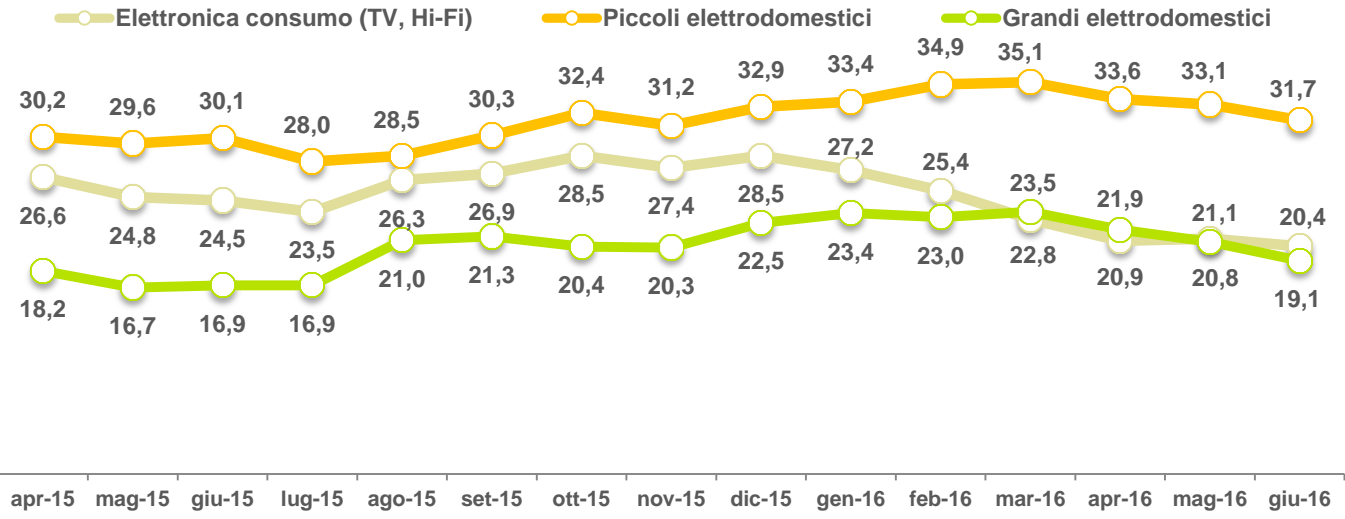


ELETTRODOMESTICI



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 2016	CONFRONTO GIU 2015
	 -1,4 P.P.	 +1,6 P.P.
	 -0,7 P.P.	 -4,1 P.P.
	 -1,7 P.P.	 +2,2 P.P.



Quanto pensi di spendere al massimo per questo acquisto?



175€



492€



822€

Base: % pensano di acquistare il bene



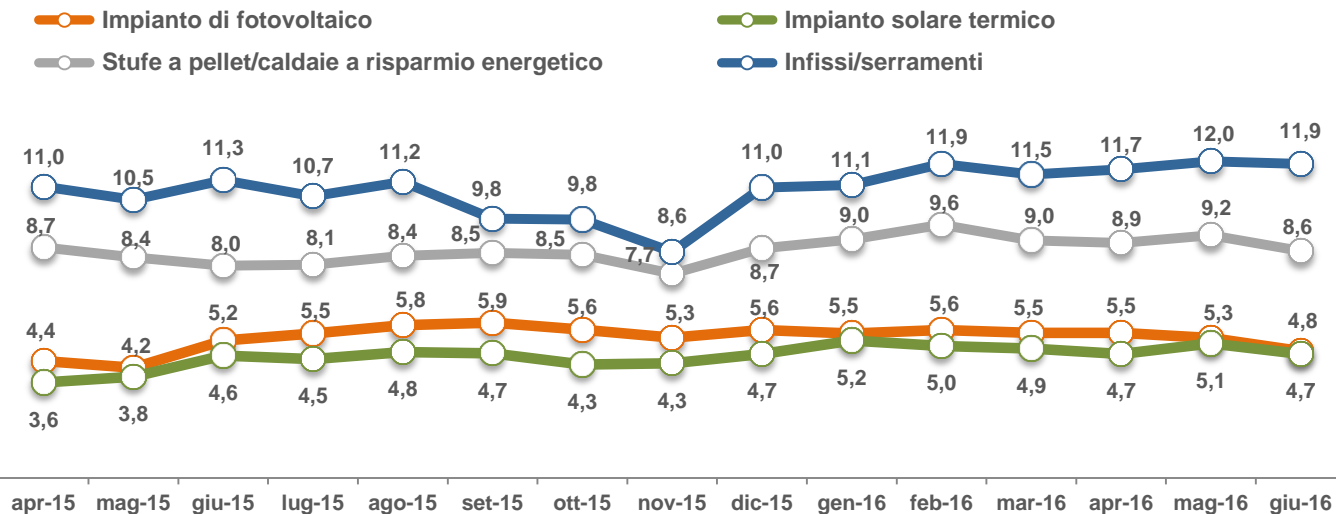
EFFICIENZA ENERGETICA



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
MAG 2016

CONFRONTO
GIU 2015



-0,1 P.P.



+0,6 P.P.



-0,6 P.P.



+0,6 P.P.



-0,5 P.P.



-0,4 P.P.



-0,4 P.P.



+0,1 P.P.



Quanto pensi di spendere al massimo per questo acquisto?



2.899€



1.534€



5.911€



4.186€

Base: % pensano di acquistare il bene

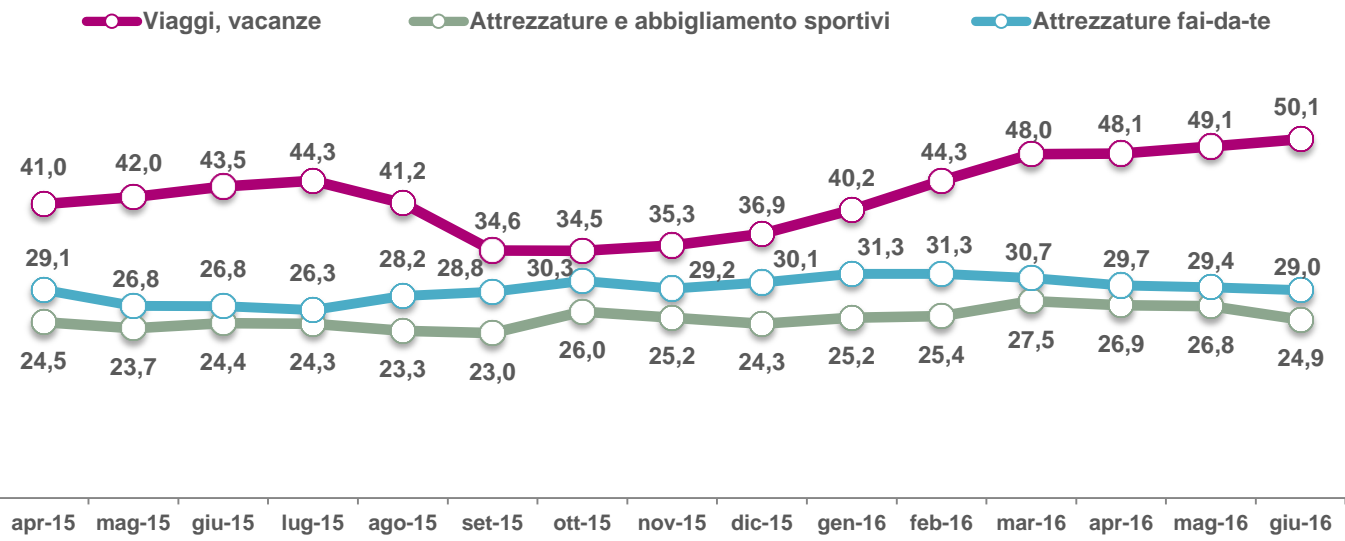


TEMPO LIBERO



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 2016	CONFRONTO GIU 2015
	 +1,0 P.P.	 +6,6 P.P.
	 -0,4 P.P.	 +2,2 P.P.
	 -1,9 P.P.	 +0,5 P.P.



ARGOMENTO DEL MESE



NUOVE FORME DI CONSUMO DEGLI ITALIANI

MILANO, 1 LUGLIO 2016

«TOGLIETEMI TUTTO MA NON L'AUTO»: PER GLI ITALIANI L'AUTOMOBILE È IL BENE IRRINUNCIABILE PER ECCELLENZA

L'**automobile** è il bene irrinunciabile per eccellenza per gli italiani: il **63%** non può farne a meno ed è disposto a ricorrere a prestiti e finanziamenti pur di possederla.

Gli italiani vogliono l'auto di proprietà e questo spiega anche la limitata diffusione del **car sharing**: l'ha provato solo il 12% del campione.

Seguono, più distanziati tra i beni irrinunciabili, la connessione ad **Internet (28%)** e i **viaggi** e le **vacanze (24%)**.

Sempre più italiani sono connessi ad Internet, grazie anche alla diffusione di smartphone e tablet che permettono di collegarsi in mobilità. Dai dati Audweb (aprile 2016) sono infatti **21,7 milioni gli italiani che si connettono ad Internet quotidianamente trascorrendo mediamente circa 2 ore online ogni giorno**. Ormai è un'abitudine consolidata alla quale difficilmente si rinuncia.

Infine, un quarto degli italiani non è disposto a rinunciare ai viaggi e alle vacanze.

Come dimostrano i dati dell'Osservatorio, questo settore è in crescita dall'inizio dell'anno e a giugno 1 italiano su 2 (50,1%) ha espresso l'intenzione di effettuare un viaggio nei prossimi 3 mesi (un incremento di 6 punti percentuali rispetto ad un anno fa (43,5%).

BENI USATI E SHARING ECONOMY: NUOVE FORME DI CONSUMO

La crisi economica ha portato gli italiani ad avvicinarsi a nuove forme di consumo, alcune delle quali, come il ricorso all'acquisto di beni usati, risultano ancor oggi importanti per i consumatori, seppur in un contesto migliore caratterizzato dalla crescita di fiducia e consumi.

Il **39%** degli intervistati dichiara, infatti, di aver acquistato **beni usati** negli ultimi 12 mesi: soprattutto **libri, dischi, giochi e attrezzature per il tempo libero (29%)**, seguono **abbigliamento e accessori (16%)** e **prodotti di elettronica ed elettrodomestici (14%)**.

Sempre più l'acquisto di questi beni avviene

attraverso **Internet (45%)** ma tengono anche i **mercattini dell'usato (41%)**.

Oltre all'usato, un'altra forma di consumo emersa negli ultimi anni è la **sharing economy**. I giovani sono i principali conoscitori e utilizzatori dei servizi di sharing economy. **Il 54% dei 18-34enni sa infatti cosa significa «sharing economy» contro il 45% del totale campione**.

Tra i servizi di sharing economy più utilizzati dai giovani si segnalano il car sharing (il 22% degli under 34 l'ha sperimentato contro il 12% del totale campione), il ride sharing (ovvero la condivisione di un viaggio, tipo bla-bla car: 17% contro 9%), il bike sharing (14% contro l'11%) e l'house sharing (14% contro il 6%).

Per il 26% degli intervistati i servizi di sharing economy permettono di risparmiare e il 16% le considera delle soluzioni innovative, al passo con i tempi. Una quota pari al 13% la considera invece una valida risposta al consumismo: alcune persone preferiscono condividere invece che possedere alcuni beni.

Nuove forme di consumo e beni irrinunciabili per gli italiani



39%

hanno acquistato *beni usati* negli ultimi 12 mesi

... cosa?



29%

libri/dischi, attrezzi per il tempo libero



16%

vestiti, accessori



14%

elettronica

... dove?



45%

su Internet



41%

nei mercatini dell'usato



45%

conoscono la *sharing economy*



12%

hanno utilizzato il *car sharing*

9%

hanno utilizzato il *ride sharing* (condivisione di un viaggio, tipo *bla-bla car*)



11%

hanno utilizzato il *bike sharing*

I beni *irrinunciabili* per gli italiani



63%

Automobile



28%

Internet



24%

Viaggi e vacanze



CAMPIONE



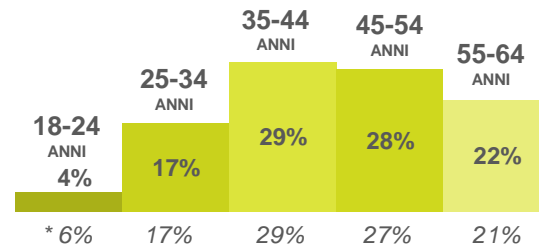
CAMPIONE



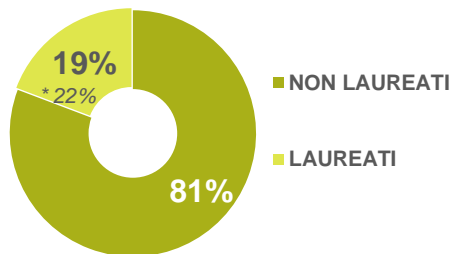
SESSO



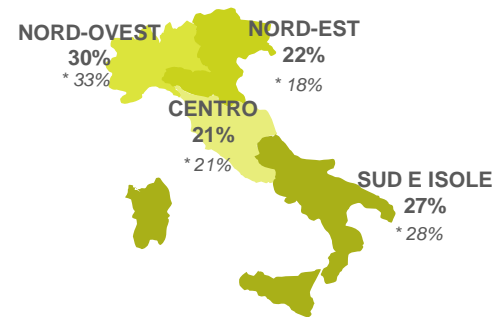
ETÀ



TITOLO DI STUDIO



AREA GEOGRAFICA



Base: totale campione ponderato (512). Dato su base wave di giugno
 Universo di riferimento: occupati e pensionati 18-64 anni

* Dato non ponderato