

# 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	
	<b>SENTIMENT</b>	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.		
	<b>VEICOLI</b>	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.		
	<b>CASA</b>	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.		
	<b>INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA</b>	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.		
	<b>ELETTRODOMESTICI</b>	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).		
	<b>EFFICIENZA ENERGETICA</b>	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.		
	<b>TEMPO LIBERO</b>	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
<b>Overall</b>	11,4%	11,4%	11,7%
<b>Giovanile (15-24 anni)</b>	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



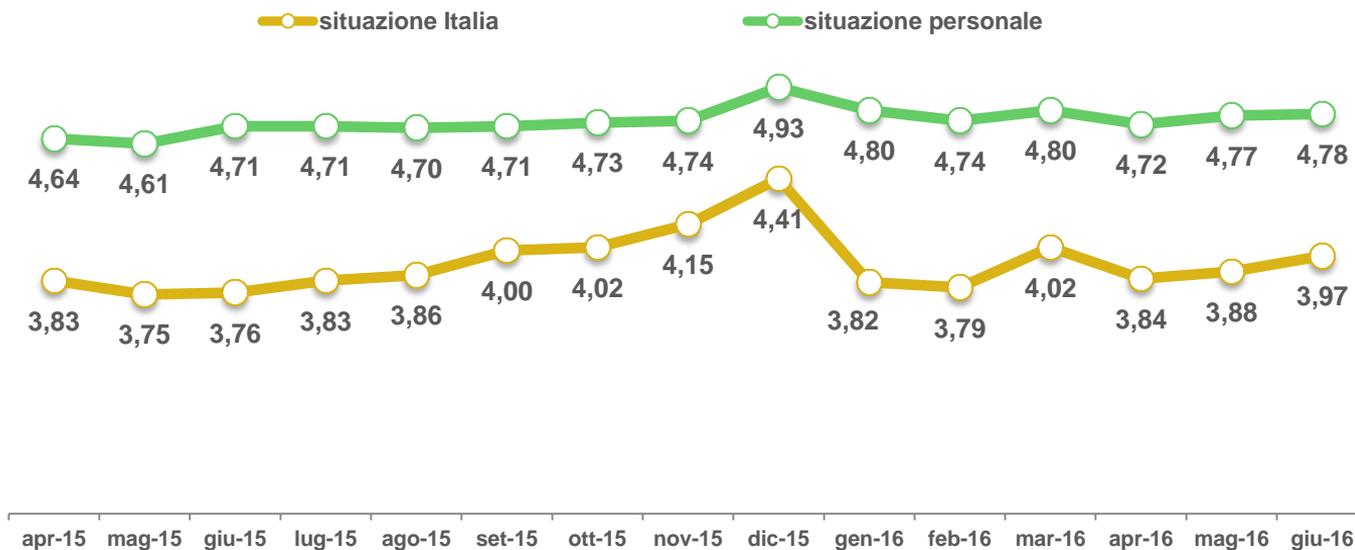
**SENTIMENT**



# 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

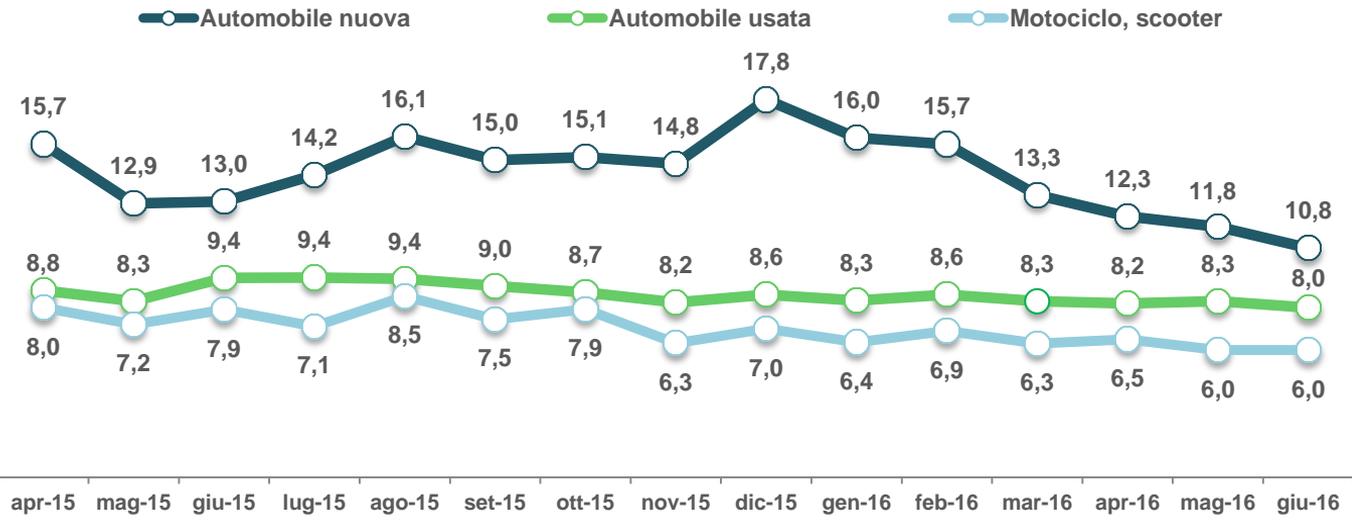


# MERCATO VEICOLI



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

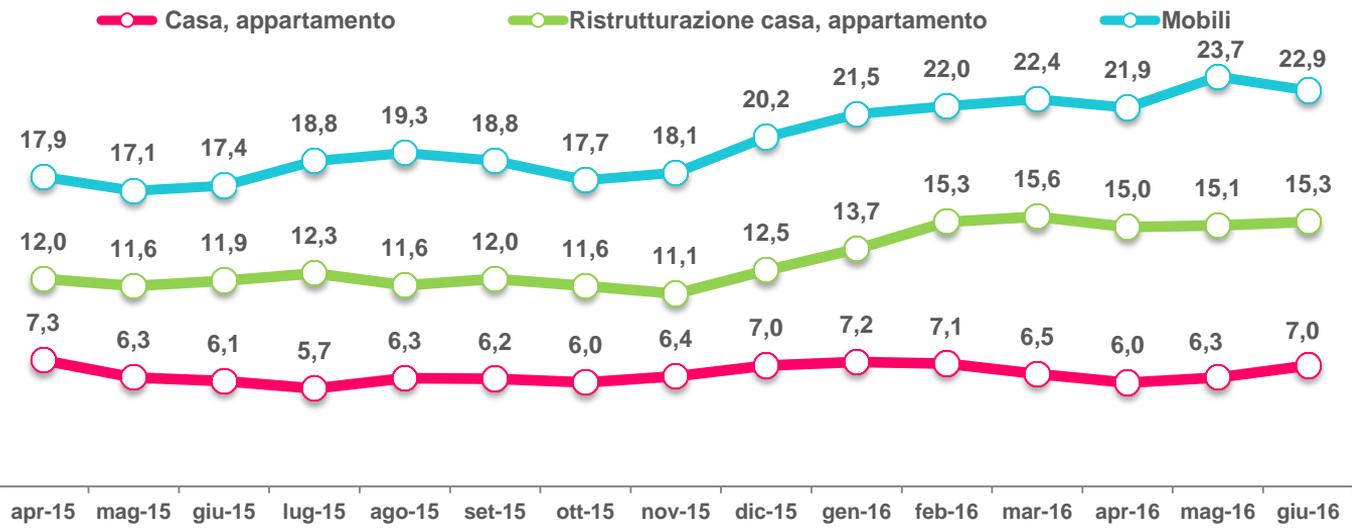


# CASA



**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
	 <b>-0,8 P.P.</b>	 <b>+5,5 P.P.</b>
	 <b>+0,2 P.P.</b>	 <b>+3,4 P.P.</b>
	 <b>+0,7 P.P.</b>	 <b>+0,9 P.P.</b>



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



**2.470€**

Base: % pensano di acquistare il bene

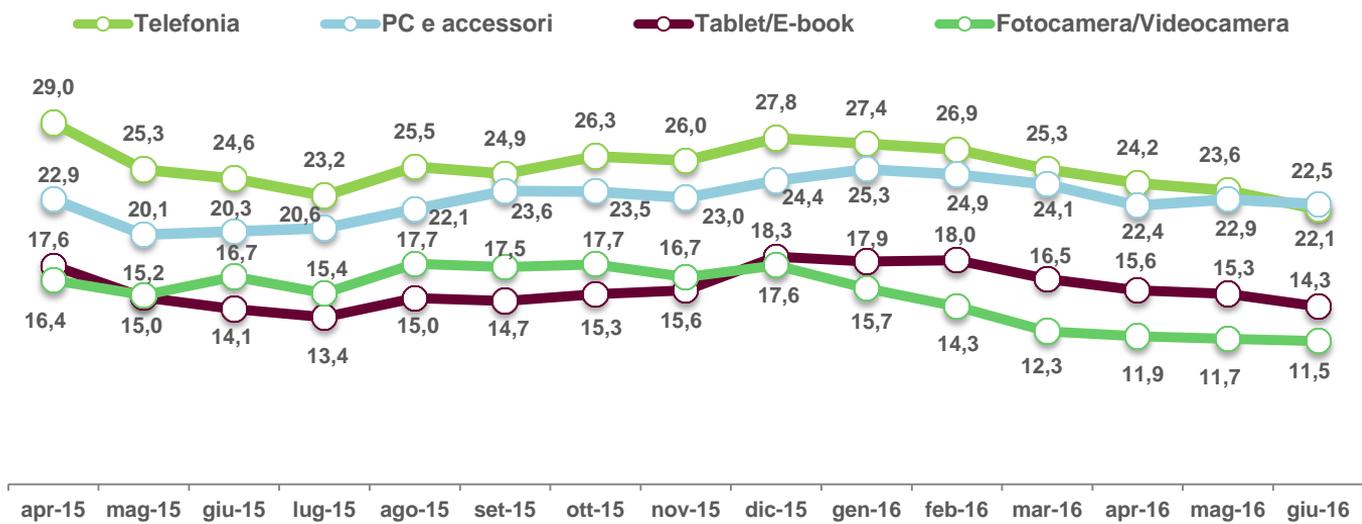


# INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



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



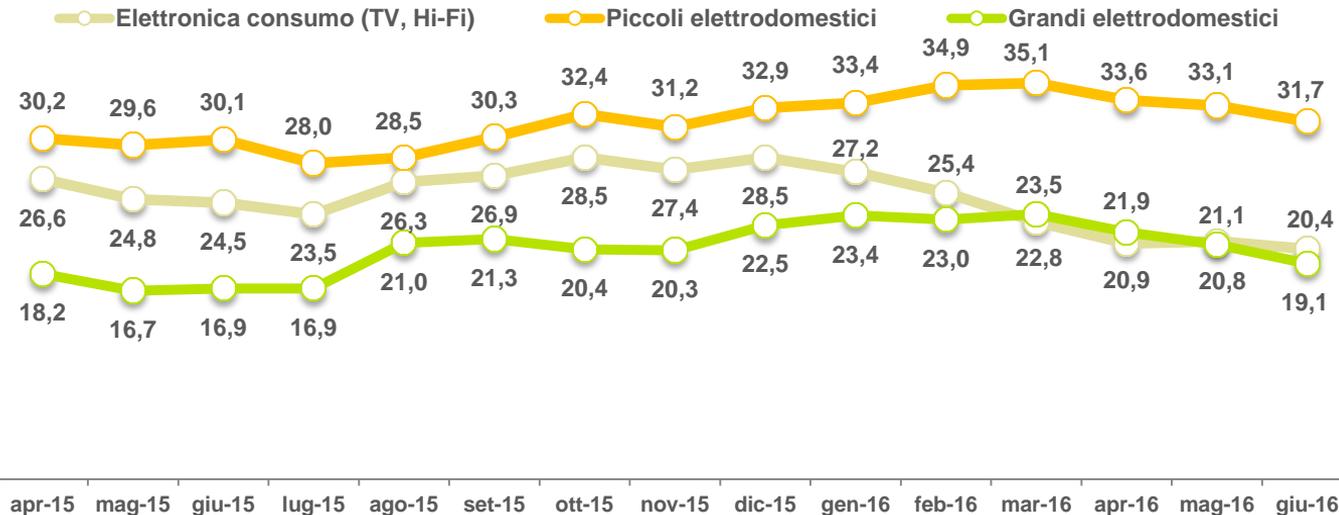
# ELETTRODOMESTICI



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

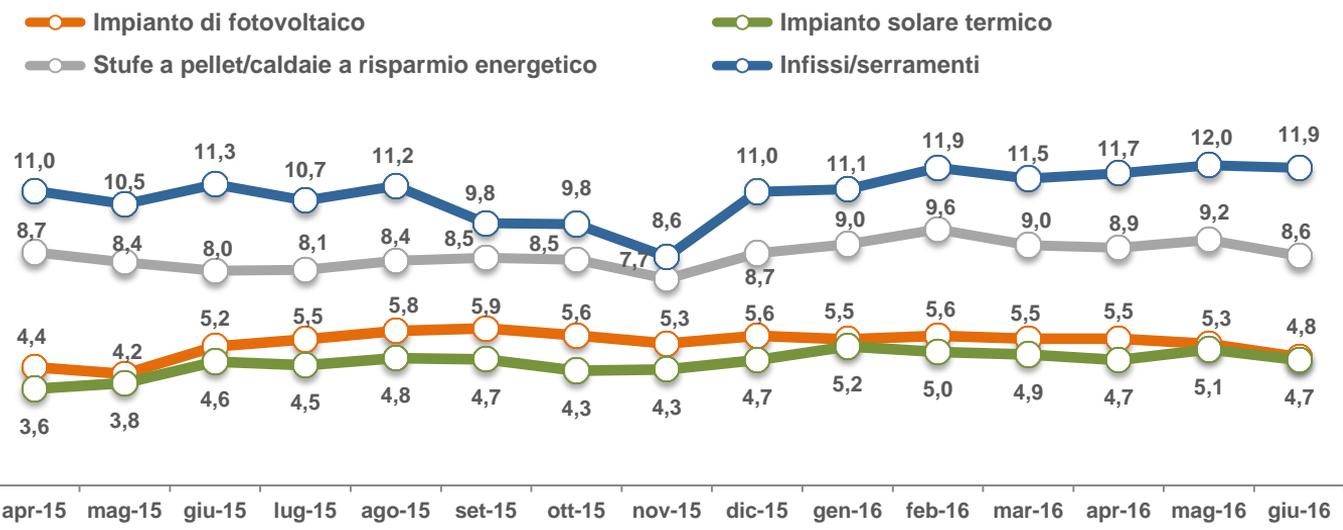


# EFFICIENZA ENERGETICA



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

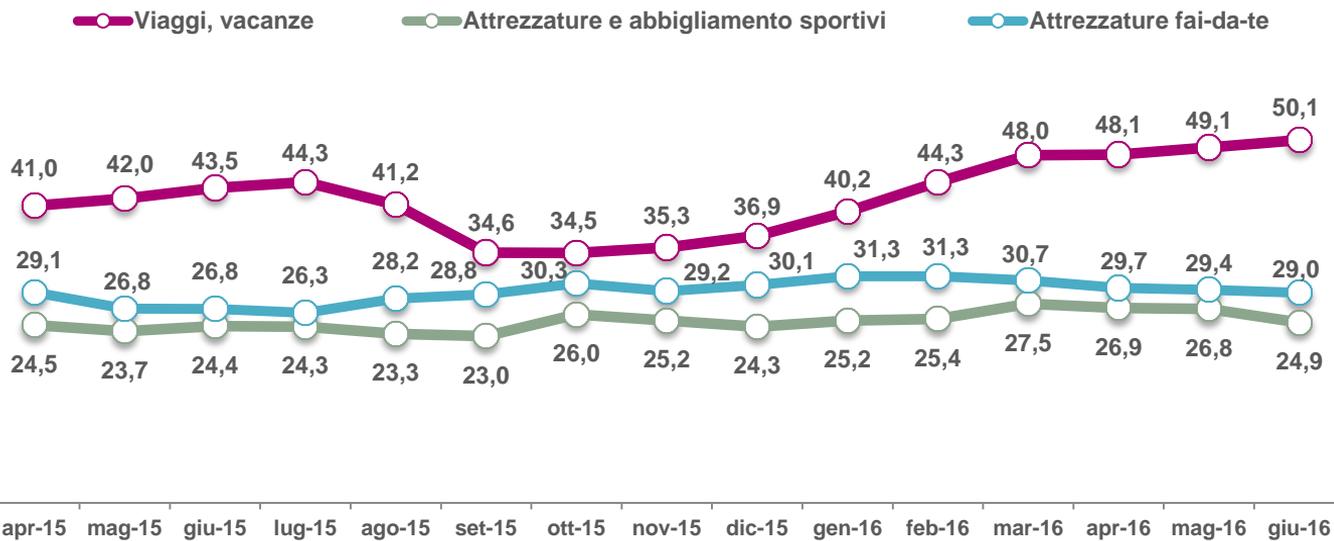


# TEMPO LIBERO



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.



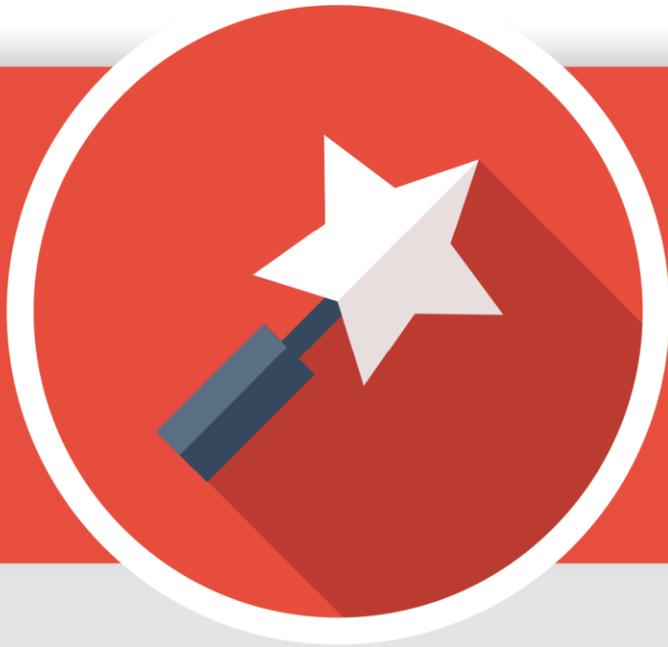
+2,2 P.P.



-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



Automobile

63%



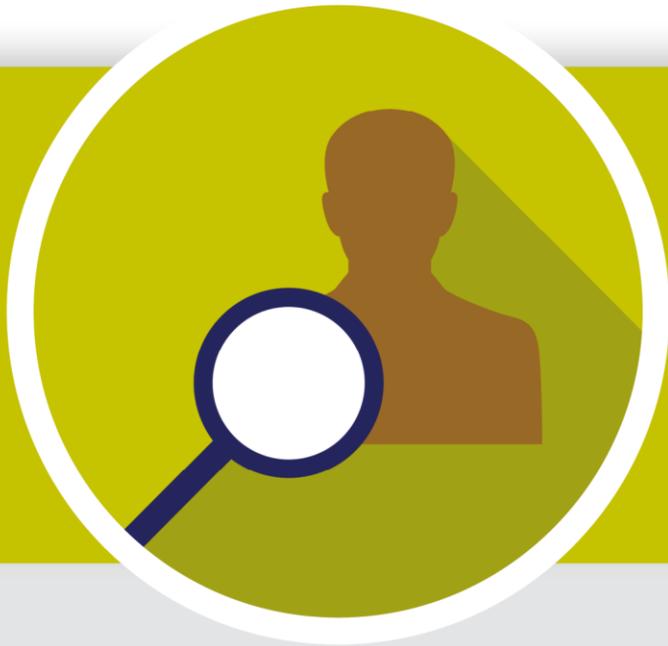
Internet

28%



Viaggi e vacanze

24%



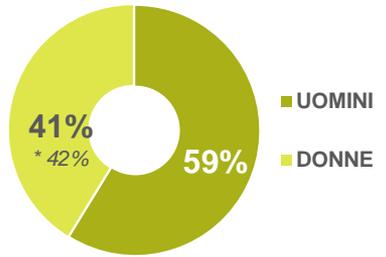
**CAMPIONE**



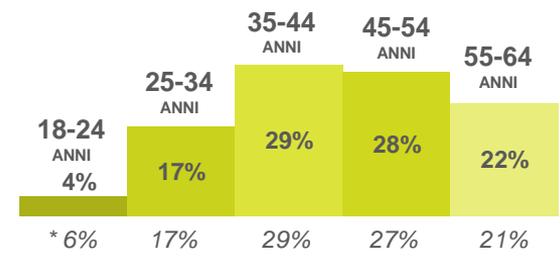
# CAMPIONE



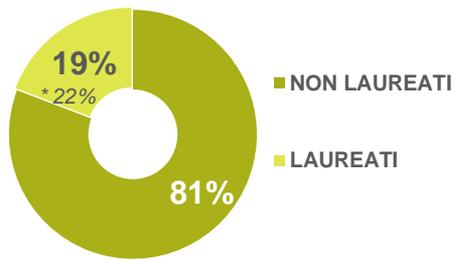
## SESSO



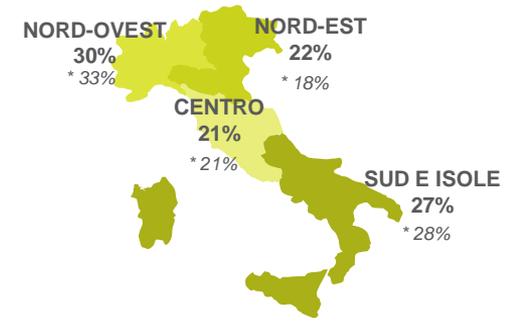
## ETÀ



## 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