



L'Osservatorio

Findomestic · Mensile

Il clima di fiducia
e le intenzioni di acquisto degli italiani

Indagine Gennaio 2015

Dati rilevati nel mese di Dicembre 2014



Publicazione mensile
A cura della Comunicazione Corporate
di Findomestic Banca spa
in collaborazione con IPSOS



Nel 2015 cresce la voglia di saldi rispetto all'anno precedente: sono il 62% i consumatori che si preparano ad effettuare degli acquisti e sfruttare la stagione degli sconti.

Un anno fa, erano il 59%.

Per quanto riguarda, invece, gli acquisti natalizi, nel 2014 il 55% degli Italiani ha rivelato di aver speso meno dell'anno precedente: viaggi e cene e pranzi, come sempre, le voci di risparmio principali.

Sul fronte della fiducia, il dato di dicembre risultava in linea con quello degli ultimi mesi: 3,4 punti; mentre è cresciuta lievemente la propensione al risparmio.

Nel 2014 il 55% degli Italiani, per il Natale, ha speso meno dell'anno precedente, mentre un altro 35% ha affermato di aver mantenuto inalterato il volume di risorse destinato ai festeggiamenti e alle vacanze. Come sempre, la spending review delle famiglie ha agito su viaggi, cene e pranzi al ristorante, salvaguardando i regali: capi d'abbigliamento e prodotti alimentari di qualità, su tutti.

Il clima registrato dall'Osservatorio mensile di Findomestic è in linea con il Natale del 2013, quando la preoccupazione per la crisi e per una ripresa che ancora non si vede all'orizzonte aveva determinato un comportamento analogo da parte delle famiglie, con più della metà di esse che aveva confermato di ridurre spese e acquisti.

Nel 2014, appena il 9% dei consumatori ha rivelato di aver speso di più (o molto di più) rispetto all'anno precedente. Non è un caso perciò se cresce il dato di quanti si dicono pronti ad acquistare nel corso dei saldi: il 62% quest'anno, contro il 59% di 12 mesi fa.

Sotto il profilo dell'entità degli sconti, ci si aspetta in media un ribasso pari al 47% del prezzo di vendita, un punto di media più alto rispetto al 2013, mentre uno sconto è accettabile se è pari al 34% (come nel 2013, e più alto di 2 punti % rispetto a due anni fa). Lo sconto desta qualche dubbio sulla qualità del prodotto se supera il 77% (era il 76% nel 2013). Quindi gli Italiani si preparano ai saldi, ma saranno valutati solo se offriranno sconti sempre più aggressivi. Per quanto riguarda il grado di fiducia, il dato fotografato a dicembre resta in linea con gli ultimi mesi dell'anno: 3,4 punti, contro i 3,3 del mese precedente. Cresce leggermente la propensione al risparmio, invece: nell'ultimo mese del 2014 il 15,2% degli Italiani si è detto pronto ad aumentare i soldi da mettere da parte, contro il 14,6 del mese precedente.

Previsioni di acquisto a tre mesi

Elettrodomestici: a dicembre sia l'elettronica di consumo sia i grandi elettrodomestici mostrano un trend in crescita. Restano invece stabili le previsioni di acquisto dei piccoli elettrodomestici. Aumentano ancora, attestandosi al 25,6%, le persone interessate a

comperare beni di elettronica di consumo che nei prossimi tre mesi sono disposte a spendere fino a 551 €. Anche la propensione di spesa per i grandi elettrodomestici è in crescita e arriva a toccare il 16,5%. Per quanto riguarda questa categoria il budget di questo mese aumenta, seppur lievemente, a 650 €. Rimangono invece stabili al 29,4%, anche se superiori rispetto all'anno passato, le previsioni di acquisto di piccoli elettrodomestici; sono stabili anche gli importi di spesa prevista per questi beni, per i quali la spesa media è di 170 €.

Informatica, telefonia e fotografia: In crescita le previsioni di acquisto per telefonia, PC, fotocamere e tablet. Rimangono invece stabili gli importi che si prevedono di spendere in questa categoria.

Sale la propensione all'acquisto per PC e per la telefonia rispettivamente al 23,4% e al 24%. In aumento anche le previsioni di acquisto sia per fotocamere (da 13,4 a 15,4%) che per i tablet (da 13,4 a 14,3%). Per quanto riguarda la spesa media prevista, gli Italiani pensano di spendere 471 € per PC e accessori, 322€ per fotocamere e videocamere, 298€ per beni legati alla telefonia e 280€ per tablet e ebook.

Auto e moto: Continua la crescita per le intenzioni di acquisto di automobili nuove. Stabile la spesa media prevista per l'acquisto di veicoli.

Cresce all'11,4% la quota di consumatori pronti ad acquistare un'auto nuova e al 7,7% quella per le auto usate. Trend positivo anche per le persone intenzionate a comperare uno scooter, che salgono dal 4,5 a 5,4%. Rimangono invece stabili le previsioni di spesa media per scooter, auto nuove e usate per cui verrebbero spesi rispettivamente di 3.222€, 19.529€ e 6.765€

Casa e arredamento: diminuisce la spesa media prevista per l'acquisto di mobili.

La spesa media prevista per l'acquisto di mobili scende da 1.893 a 1.795€. Resta stabile il mercato sia per quanto riguarda le previsioni di acquisto di mobili (17,5%) sia per l'acquisto di case e appartamenti (4,5%). Diminuiscono invece al 10,0% i consumatori interessati a ristrutturare casa nei prossimi 3 mesi.

Tempo libero: bene i viaggi, male il fai-da-te.

Salgono le previsioni per il settore viaggi e vacanze che aumentano al 30,0%. Diminuiscono invece al 25,5% le intenzioni di acquisto di attrezzature per il fai da te ed a 21,3% quelle per abbigliamento ed attrezzature sportive.

Efficienza energetica: In leggero aumento le previsioni di acquisto di tutti i beni di efficienza energetica.

La previsioni di acquisto nei prossimi tre mesi sono in leggera salita sia

per gli impianti di fotovoltaico (5,3%) sia per quelli solari termici (4,6%). In crescita anche le previsioni di acquisto per infissi e serramenti (8,9%) e per stufe a pellet e caldaie (8,2%). Per quanto riguarda le previsioni di spesa, rimangono stabili quelle per gli impianti di fotovoltaico (6.053 €) e stufe a pellet (1.253 €), mentre aumentano quelle per gli impianti solari termici (4.121€). In leggera controtendenza le intenzioni di spesa per l'acquisto di infissi e serramenti che scendono da 2.337 a 2.197 €.

La sintesi dei trend

Scenario socio-economico		<i>Resta difficile il contesto economico italiano: nel secondo trimestre 2014 diminuiscono sia il reddito lordo disponibile sia il potere d'acquisto delle famiglie consumatrici italiane</i>
Sentiment		<i>A dicembre aumenta la soddisfazione sia per la situazione italiana sia per quella personale, mentre sono le aspettative a 12 mesi a essere pessimistiche</i>
Tempo libero		<i>Sostanzialmente stabili le previsioni di acquisto relative al tempo libero: da un lato cresce il numero di coloro che intendono effettuare un viaggio nel futuro prossimo (vacanze invernali) dall'altro diminuiscono gli intenzionati ad acquistare attrezzature per fai-da-te e sport</i>
Elettrodomestici		<i>Continua il trend in crescita delle previsioni di acquisto a 3 mesi di elettronica di consumo e grandi elettrodomestici (rispettivamente +1,2 e +1,3)</i>
Informatica, telefonia e fotografia		<i>Aumentano sensibilmente le intenzioni di acquisto di smartphone, tablet, Pc e fotocamere; per tutti e 4 i beni di elettronica si tratta del livello più alto dall'inizio della serie storica</i>
Veicoli		<i>A dicembre cresce il numero di coloro che intendono acquistare un veicolo nei prossimi tre mesi, l'aumento più sensibile è quello dell'automobile nuova, a conferma dei miglioramenti già emersi relativi alle immatricolazioni</i>
Casa		<i>Leggera flessione di coloro che intendono ristrutturare la propria casa, mentre le previsioni di acquisto di mobili e immobili restano stabili</i>
Efficienza energetica		<i>Crescono – seppur lievemente – le intenzioni di acquisto di tutti i beni per l'efficienza energetica</i>

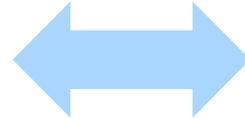
Alcuni dati di scenario

Lo scenario socio-economico

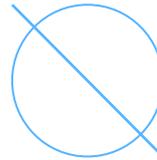


Cosa è diminuito?

- La situazione delle famiglie italiane resta difficile: nel secondo trimestre 2014, infatti, scendono sia il reddito lordo disponibile delle famiglie consumatrici, sia il loro potere d'acquisto



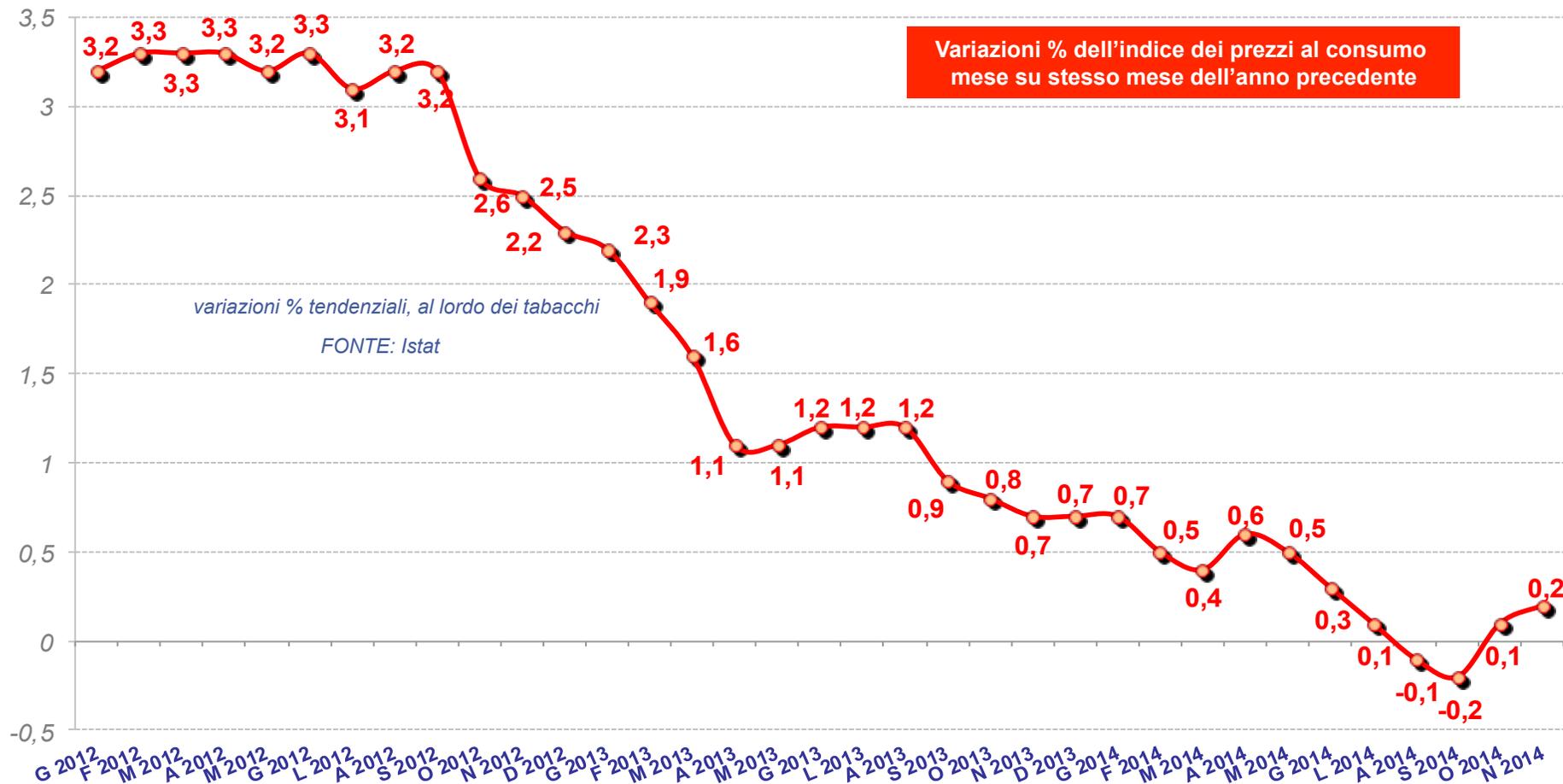
Cosa è rimasto stabile?



Cosa è aumentato?

- Continua il trend crescente dell'inflazione: passa infatti dallo 0,1% di ottobre allo 0,2% attuale

A novembre l'inflazione in Italia continua a crescere, seppur sempre prossima allo 0

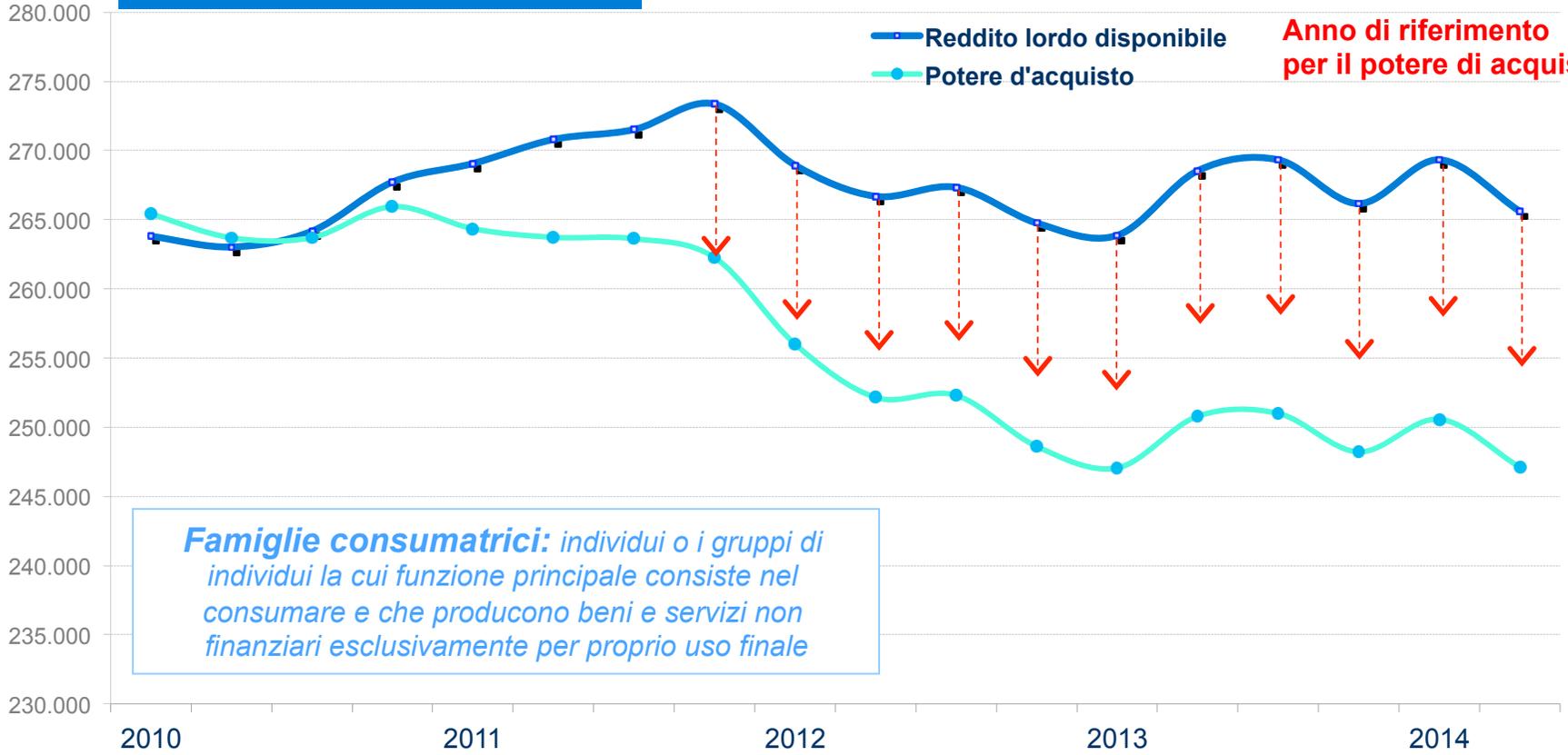


Nel primo trimestre 2014 aumentano sia il reddito lordo disponibile sia il potere d'acquisto

Valori %

Valori trimestrali destagionalizzati in milioni di Euro

FONTE: Istat



Anno di riferimento per il potere di acquisto 2010

Famiglie consumatrici: individui o i gruppi di individui la cui funzione principale consiste nel consumare e che producono beni e servizi non finanziari esclusivamente per proprio uso finale

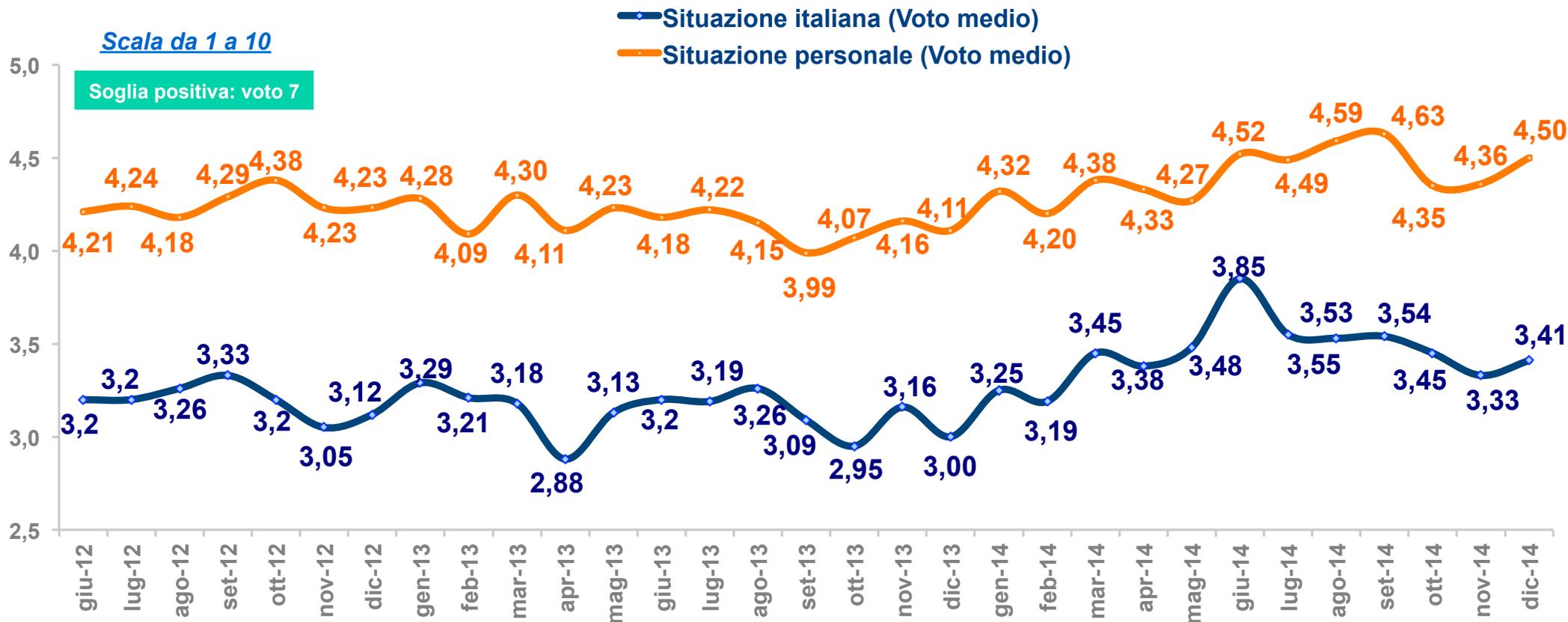
* Il potere di acquisto è il reddito lordo disponibile delle famiglie in termini reali, ottenuto utilizzando il deflatore della spesa per consumi finali (valori concatenati con anno di riferimento 2010)

Il sentiment

Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana e la situazione personale

In che misura lei è soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica e sociale)?
 In che misura lei è soddisfatto della sua attuale condizione economica?

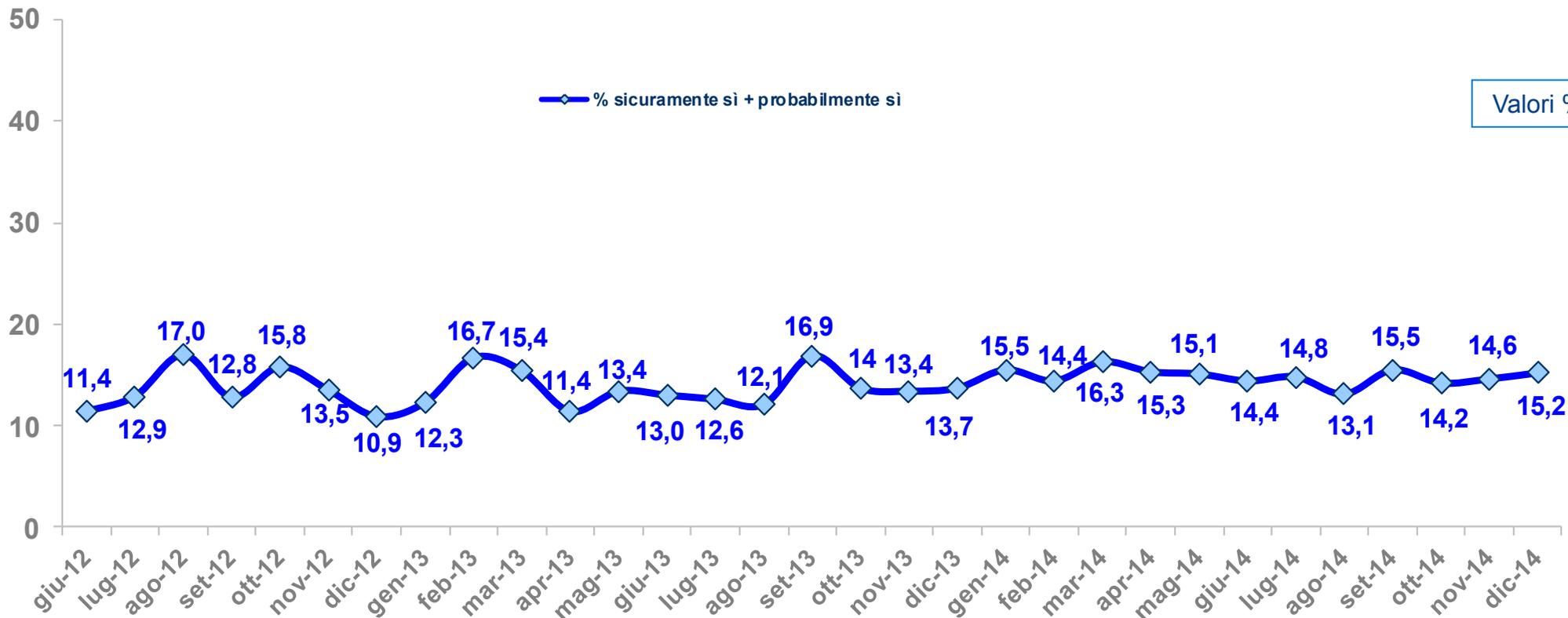
Base: totale campione (495)
 Dato su base wave di dicembre



L'aspettativa personale all'aumento del risparmio a 12 mesi

Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi lei aumenterà l'importo di denaro che riesce a mettere da parte personalmente come risparmio?

Base: totale campione (495)
Dato su base wave di dicembre



Il tempo libero

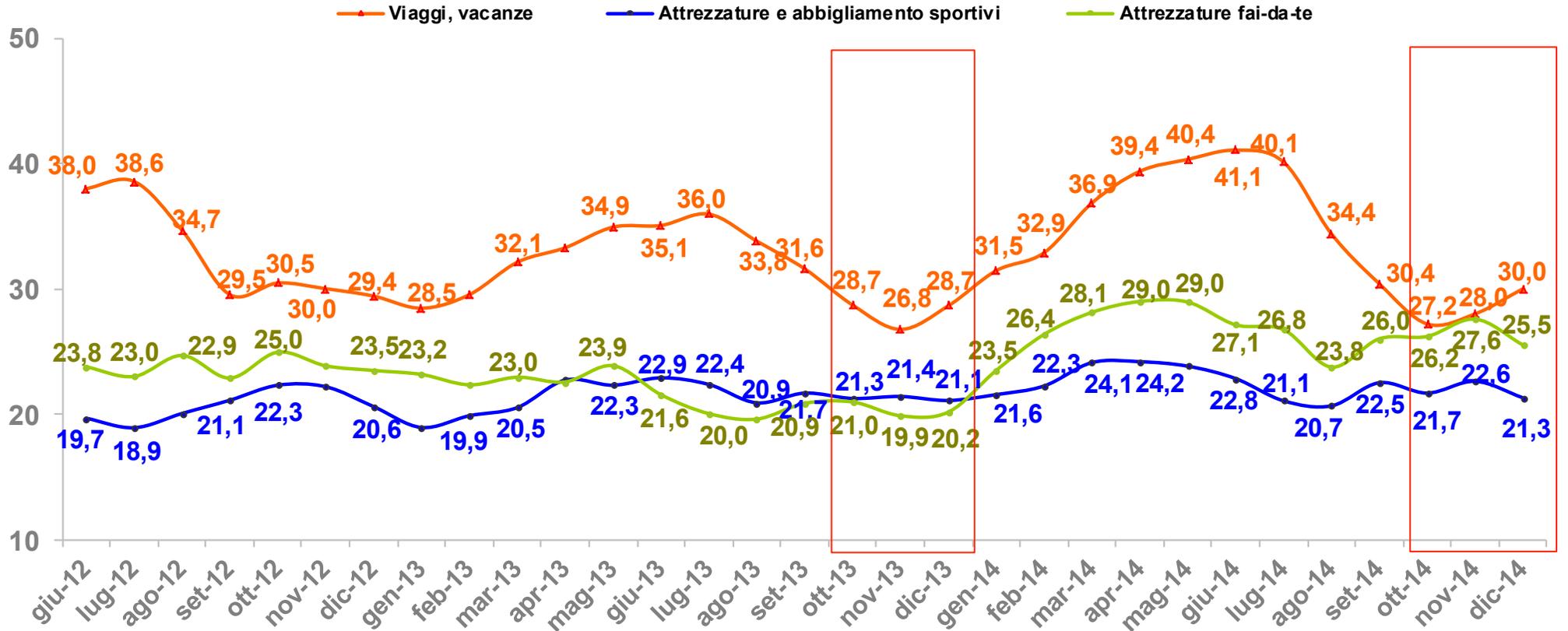
Quanti prevedono di sostenere delle spese per il TEMPO LIBERO nei prossimi tre mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione dato rolling



Gli elettrodomestici

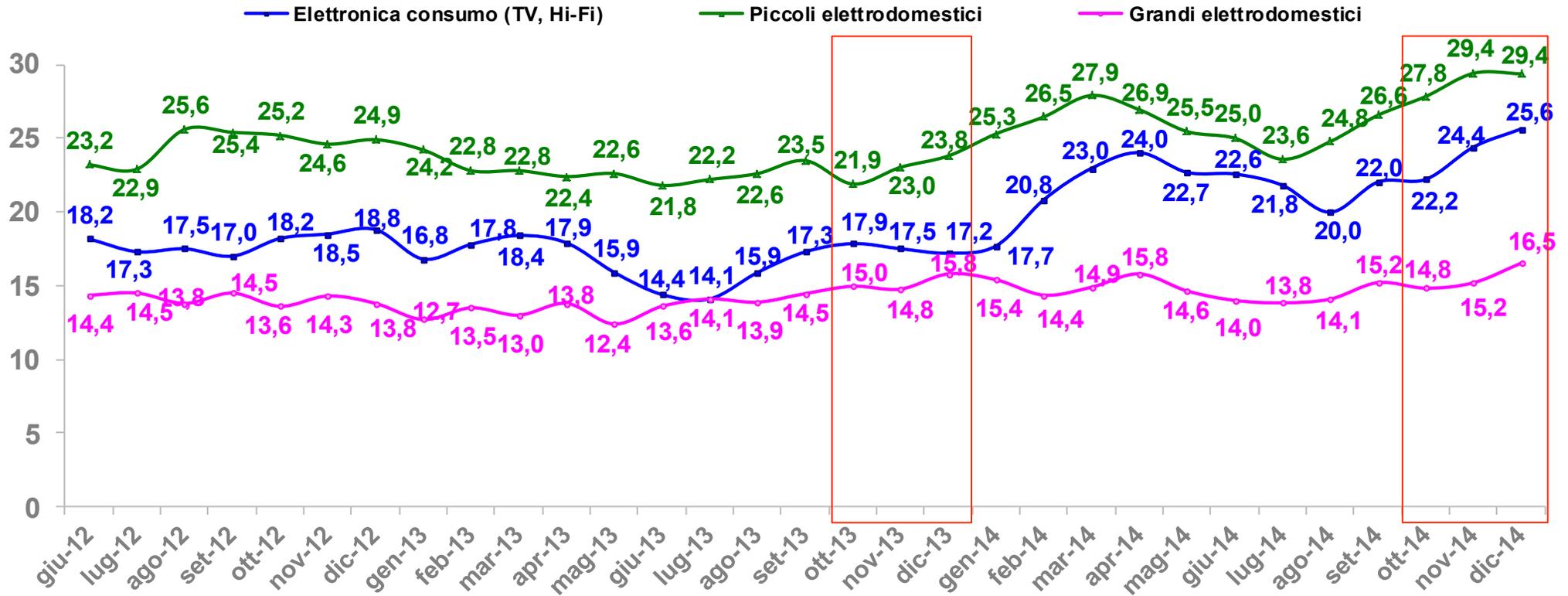
Quanti prevedono di acquistare ELETTRODOMESTICI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

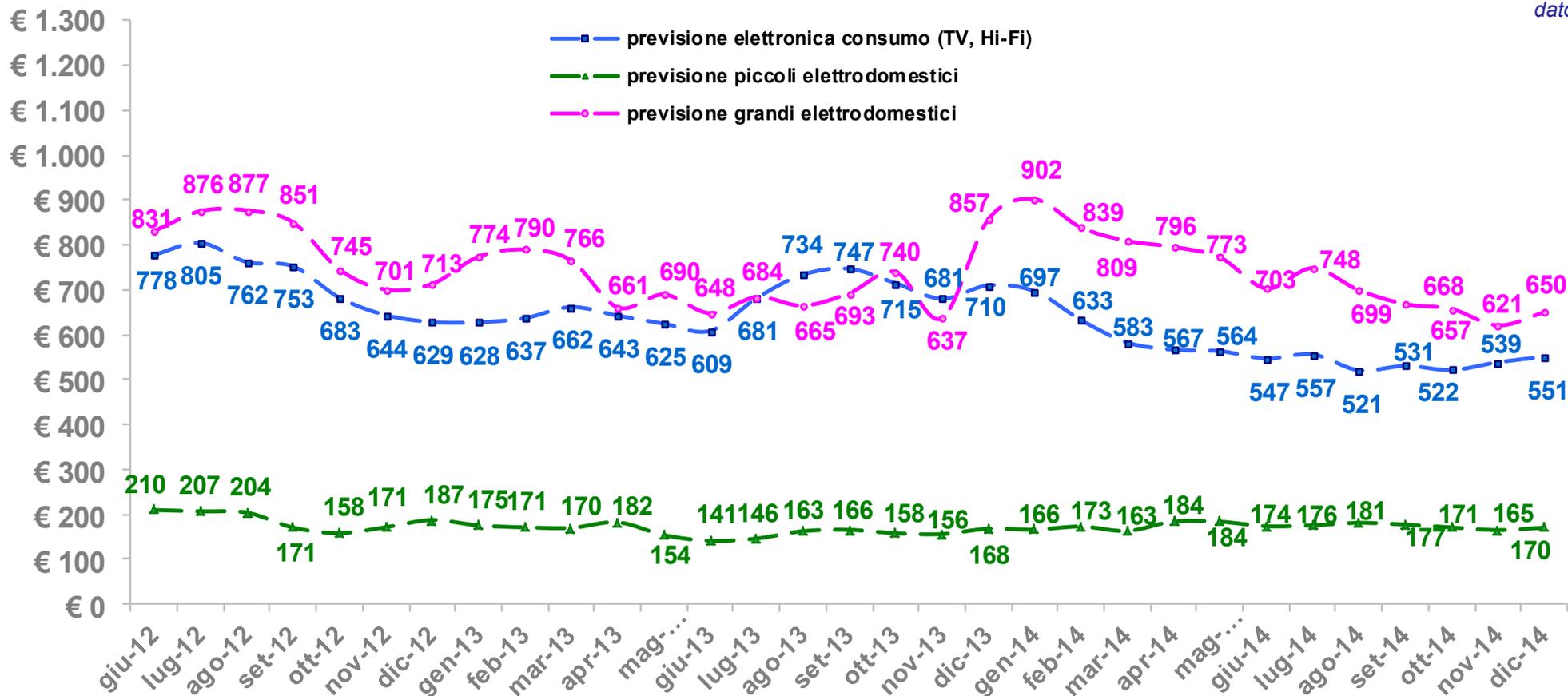
Base: totale campione dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per gli ELETTRODOMESTICI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene dato rolling



Informatica, telefonia e fotografia

Quanti prevedono di acquistare informatica, telefonia e fotografia nei prossimi 3 mesi

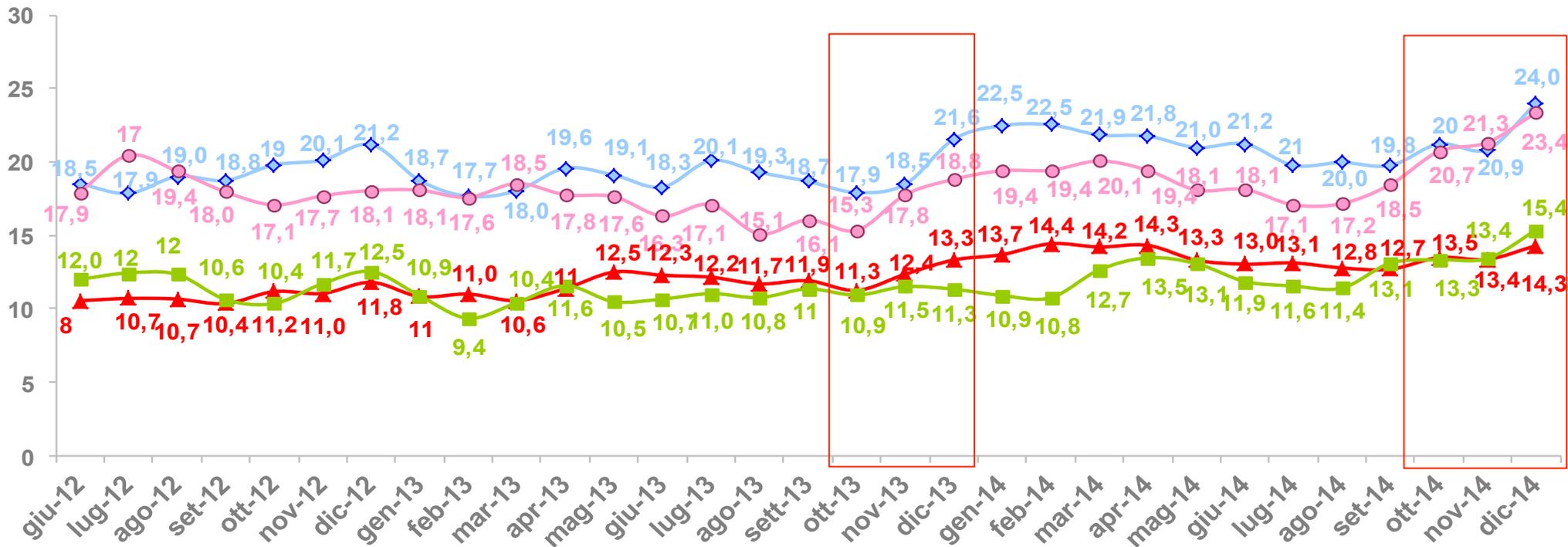
Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione dato rolling

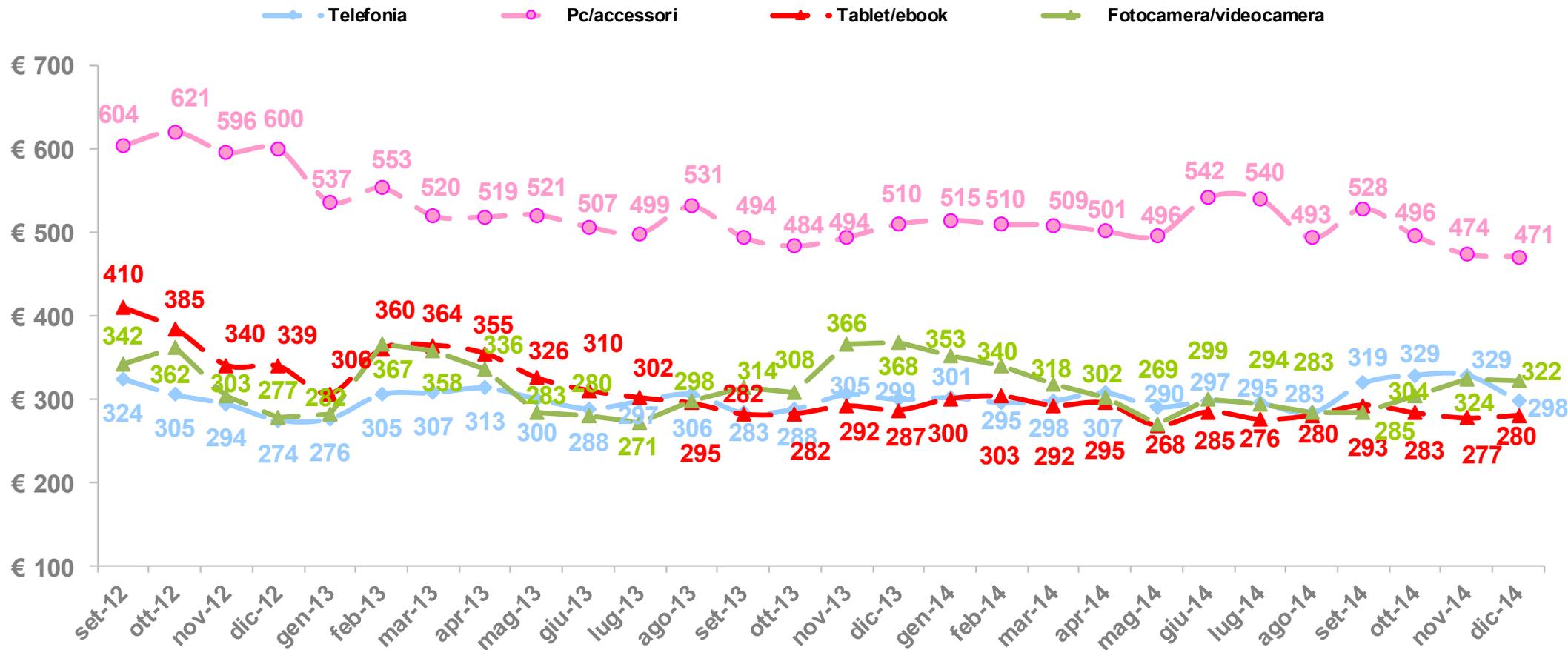
- ◆— Telefonia
- PC e accessori
- ▲— Tablet/E-book
- Fotocamera/Videocamera



L'ammontare medio di spesa previsto per informatica, telefonia e fotografia a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene dato rolling



I veicoli

Quanti prevedono di acquistare VEICOLI nei prossimi 3 mesi

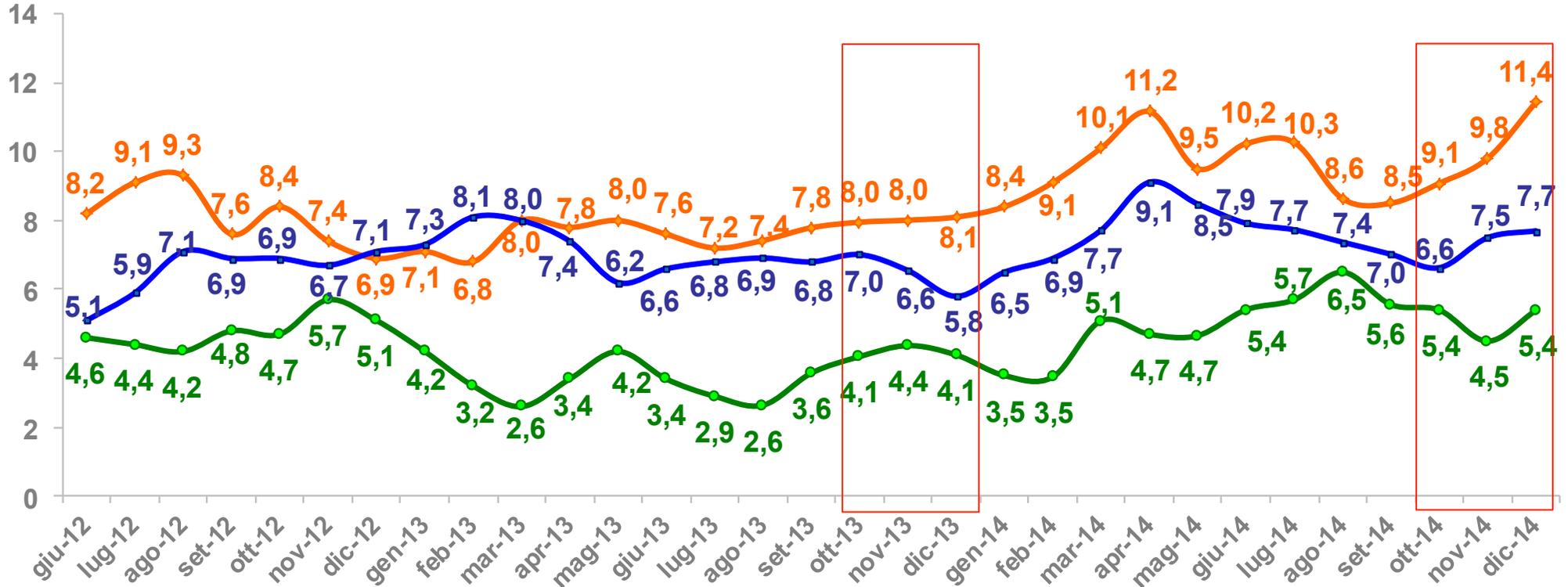
Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione dato rolling

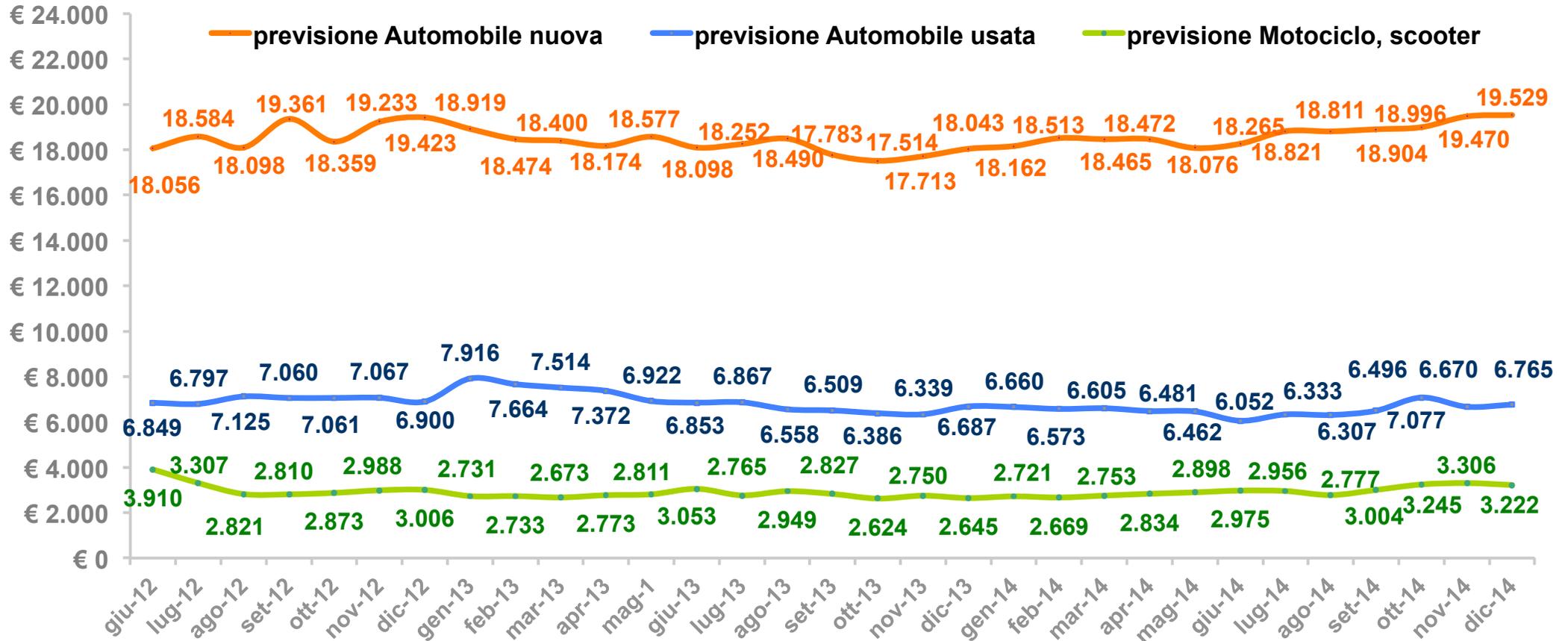
previsione Automobile nuova previsione Automobile usata previsione Motociclo, scooter



L'ammontare medio di spesa previsto per i VEICOLI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene dato rolling



La casa

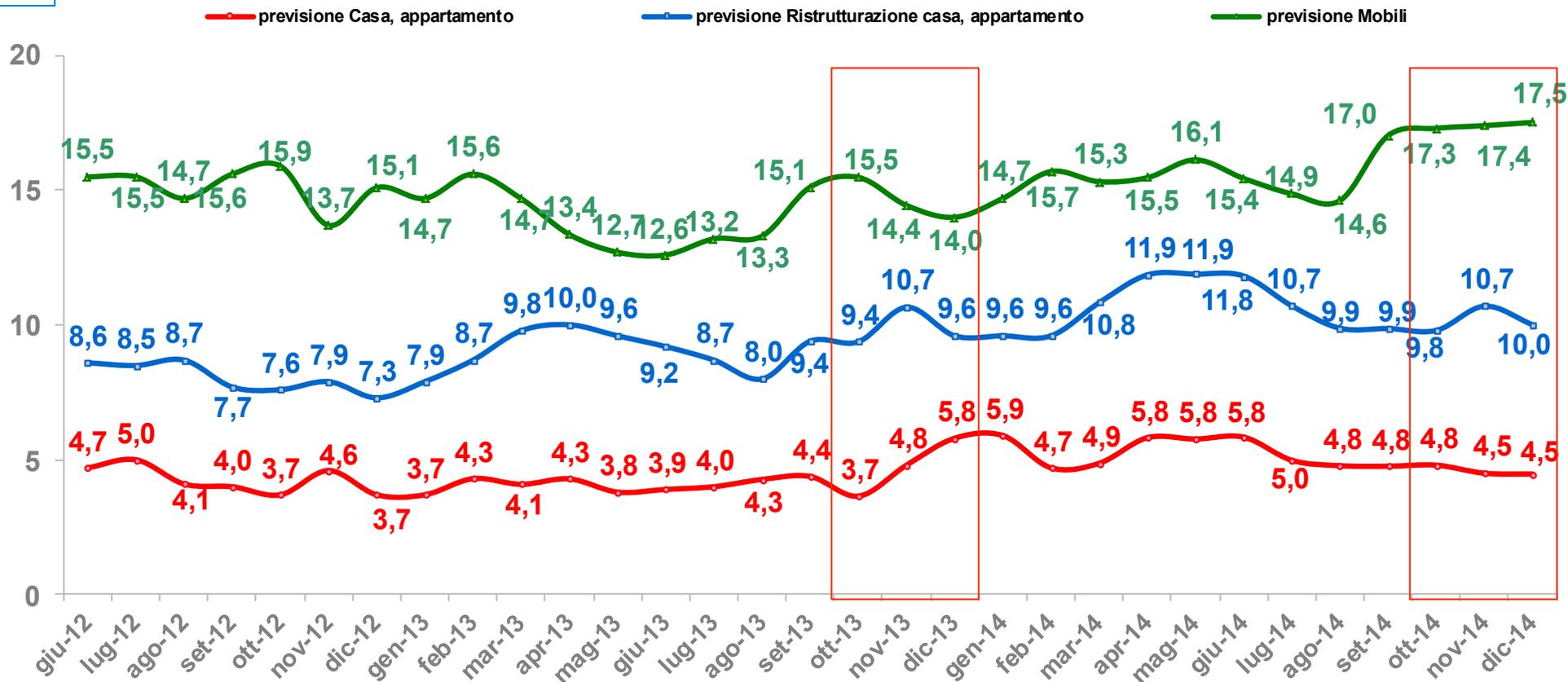
Quanti prevedono di acquistare mobili, casa o ristrutturarla_

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

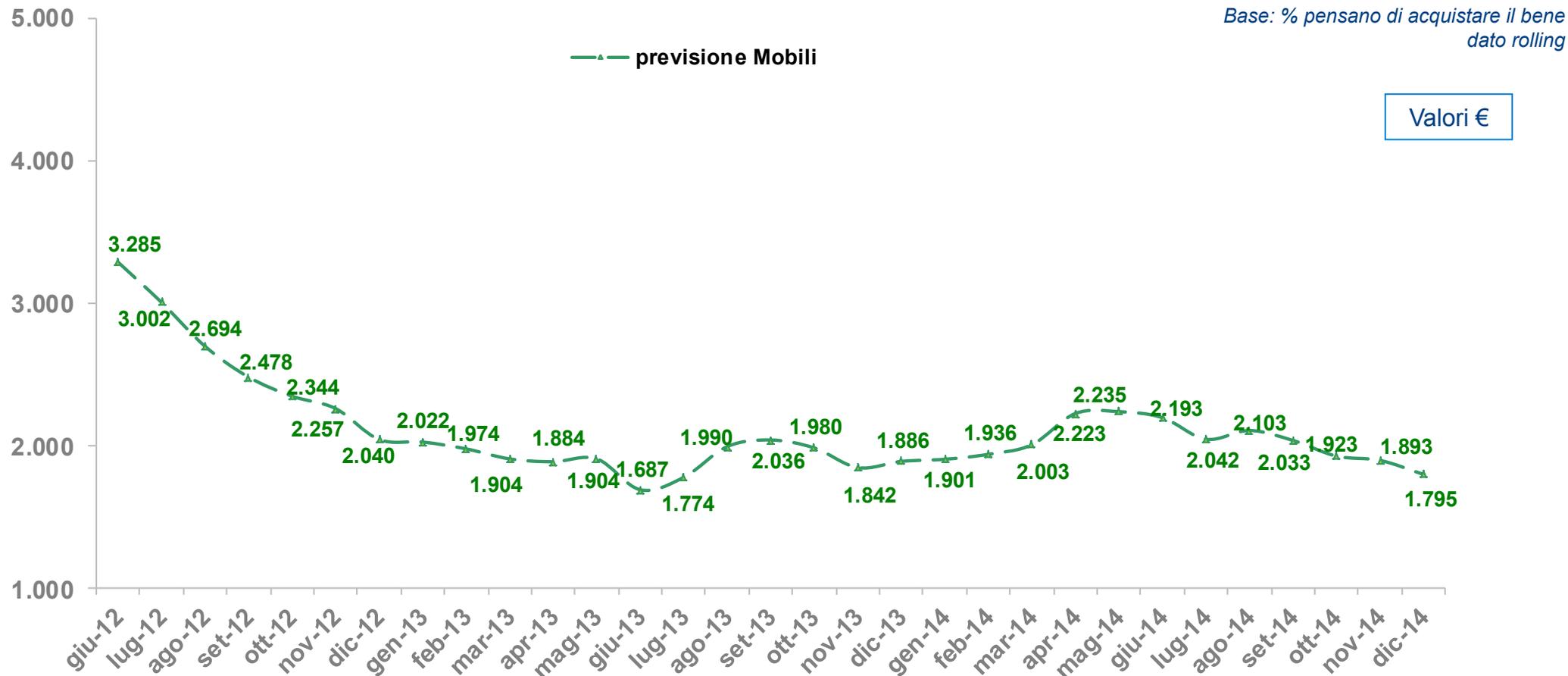
% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per i MOBILI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?



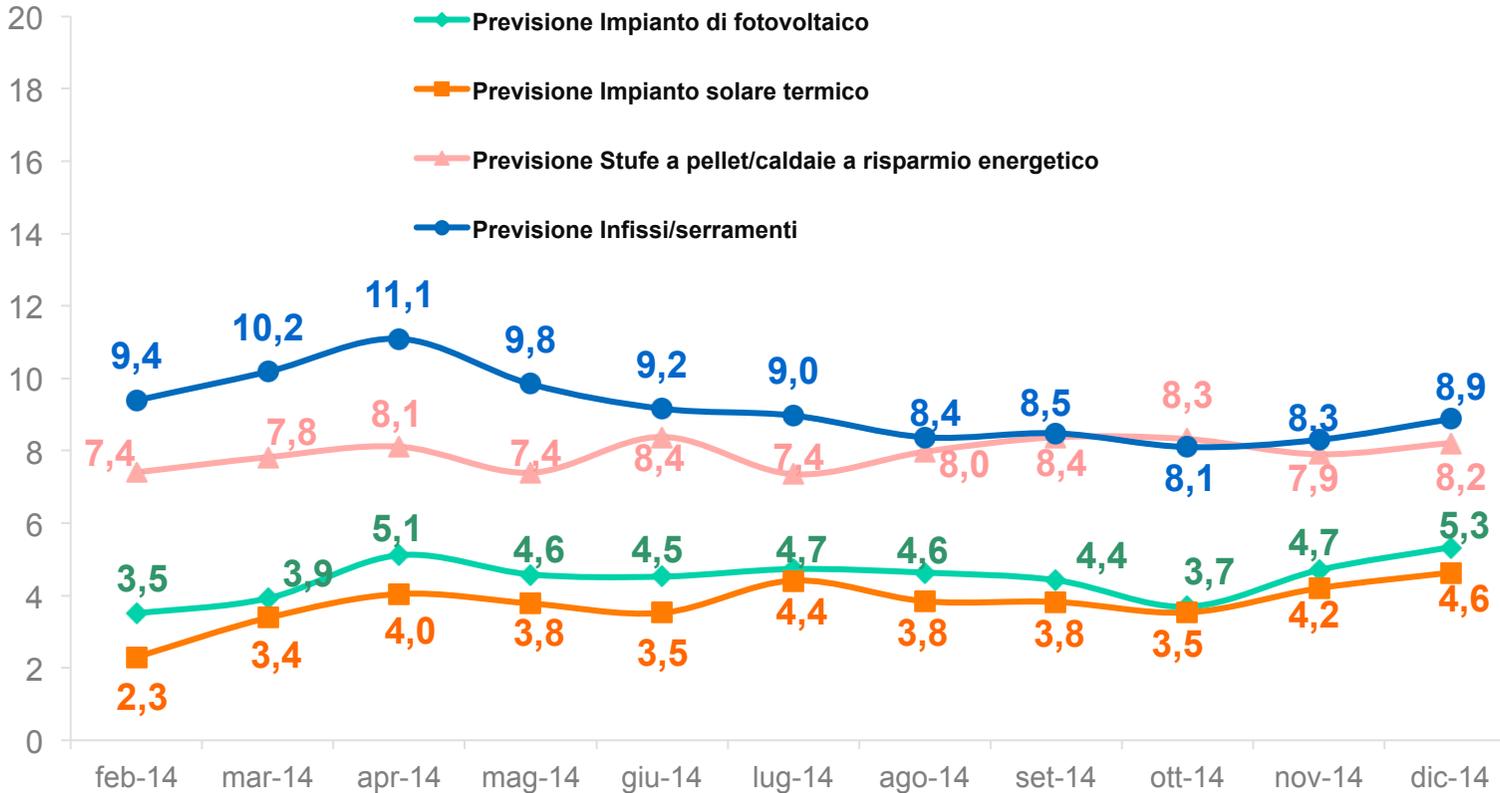
L'efficienza energetica

Quanti prevedono di acquistare prodotti per l'efficienza energetica_

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione
Da marzo 2014 dato rolling

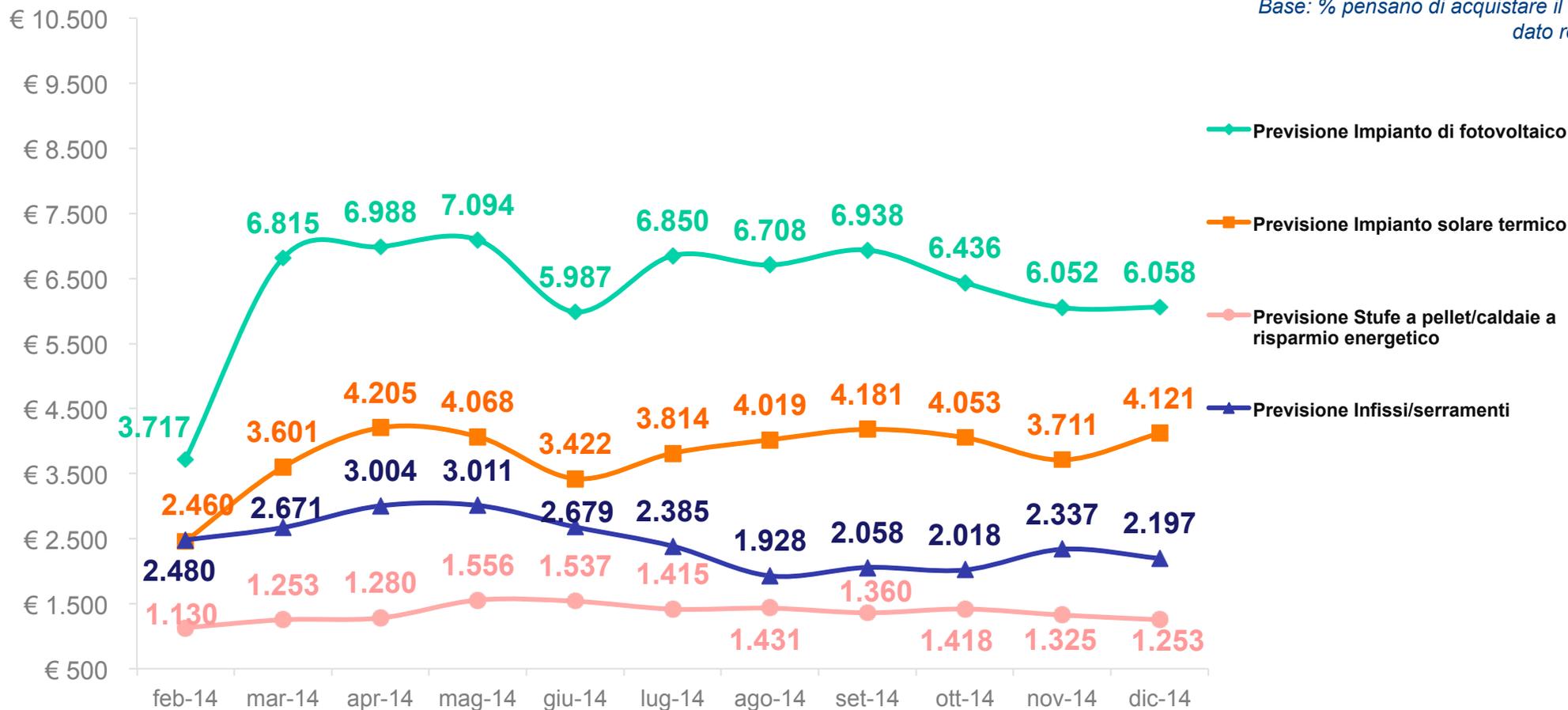


Valori %

L'ammontare medio di spesa previsto per prodotti per l'EFFICIENZA ENERGETICA a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene dato rolling



**Argomento del mese:
Acquisti natalizi e saldi**

Acquisti natalizi in chiaroscuro, mentre sono buone le intenzioni sui saldi

Le festività natalizie e i saldi di inizio anno restano un momento cruciale per il commercio, con tante attività che li aspettano alla ricerca di un segnale di cambiamento dopo anni difficili. Ebbene, se non si registra un peggioramento della situazione in confronto con gli anni passati, non ci sono neppure dei miglioramenti. Rispetto al dicembre 2013 si contraggono coloro che prevedono di spendere molto di meno per pranzi, cene, regali, viaggi natalizi; nel contempo cresce - seppur di poco chi manterrà - costanti tali spese; diminuiscono coloro che pensano di spendere di più.

L'approccio alle spese tipiche di questo periodo è meno pessimistico di un anno fa rispetto alle spese alimentari importanti (che vengono ridotte dal 56% degli intervistati, contro il 60% nel 2013), sono spese che gli italiani sacrificano solo quando sono davvero costretti. I viaggi e le vacanze si confermano le spese a cui si rinuncia con più facilità, seguite dall'out of home, ossia pranzi e cene al ristorante: in questo caso aumenta il numero degli attendisti, forse in attesa di vedere se i prezzi scenderanno ancora. Resta più basso il tasso di rinuncia ai regali rispetto al 2012, in linea con lo scorso anno.

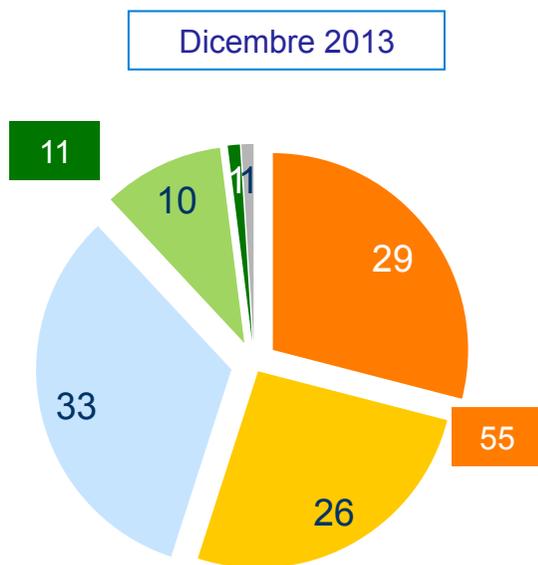
L'interesse dei saldi si conferma assai elevato, con una differenza di rilievo a distanza di 12 mesi e che fa ben sperare: cresce infatti la percentuale di chi afferma con sicurezza che usufruirà degli sconti, toccando quota 62%. Nel periodo dei saldi ci si aspetta in media uno sconto pari al 47% sul prezzo di vendita, un punto in media più alto rispetto al 2013, mentre uno sconto è accettabile se è pari al 34% (come nel 2013, e più alto di 2 punti % rispetto a due anni fa), mentre desta qualche dubbio sulla qualità del prodotto, se supera il 77% (era il 76% nel 2013). Quindi gli Italiani si preparano ai saldi, ma saranno valutati solo se offriranno sconti sempre più aggressivi.

Le spese natalizie sono costanti rispetto allo scorso anno

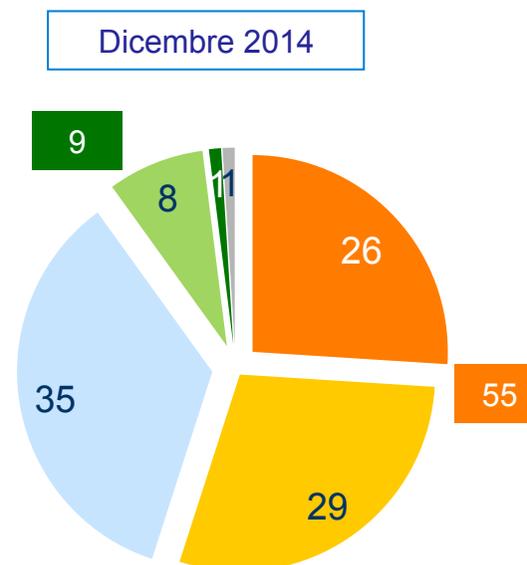
Mi può dire se considerando tutte le spese solitamente correlate con il Natale (pranzi, cene, oggetti, regali, viaggi, ecc.) lei pensa quest'anno di spendere di meno o di più del Natale 2013?

Valori %

Base: totale campione (495)



- molto di meno
- un po' di meno
- nello stesso modo
- un po' di più
- molto di più
- non indica

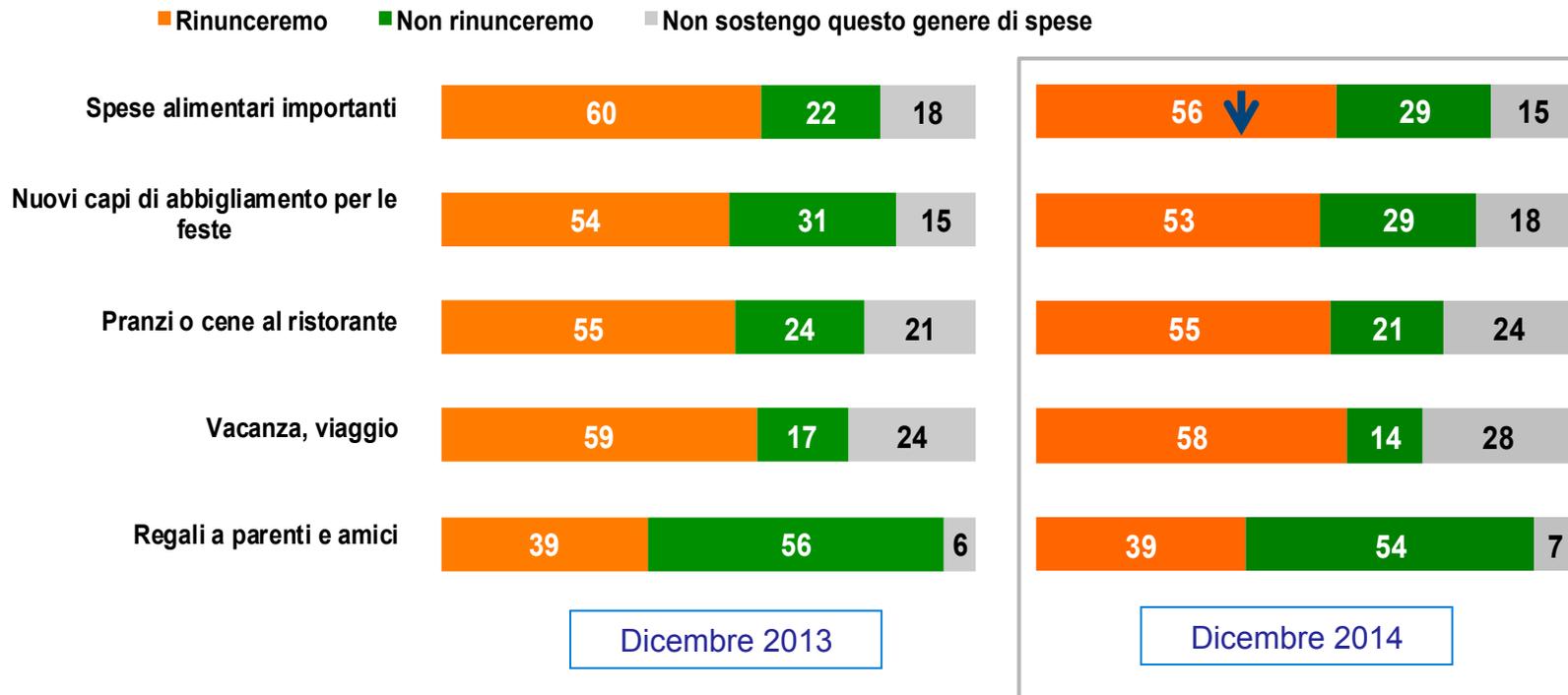


Come lo scorso anno, per Natale si rinuncerà più facilmente a viaggi e spese alimentari importanti

A quali delle seguenti spese rinuncerete questo Natale rispetto agli anni precedenti?*

Valori %

Base: totale campione (495)

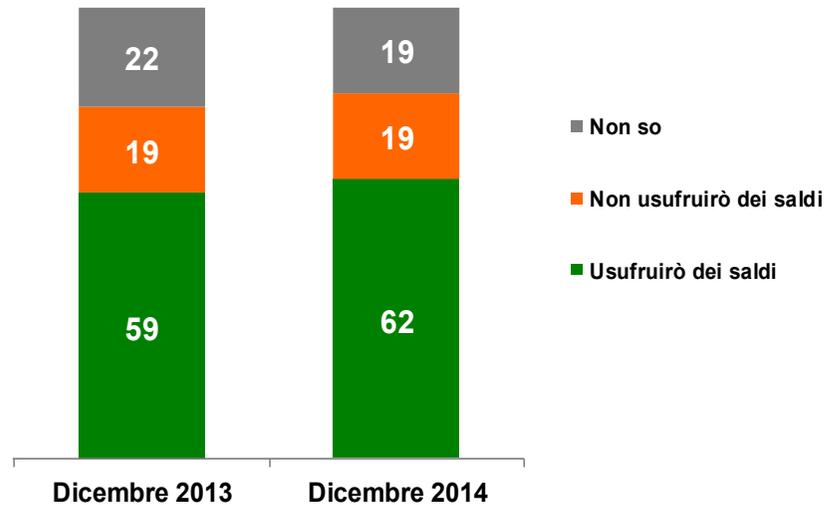


Aumenta la percentuale di coloro che pensano di usufruire dei saldi

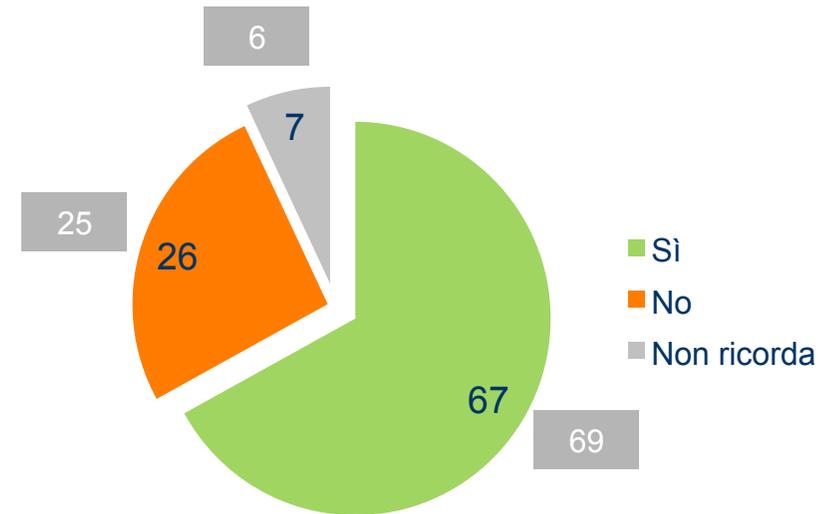
Base: totale campione (495)

Valori %

**A gennaio come ogni anno ci saranno i saldi.
Lei pensa che ne usufruirà o non ha
intenzione di acquistare articoli in saldo?**



E l'anno scorso aveva usufruito dei saldi?



Nei riquadri grigi sono riportati i valori di dicembre 2013

Quali sono lo sconto atteso e gli sconti accettabili nel periodo dei saldi?

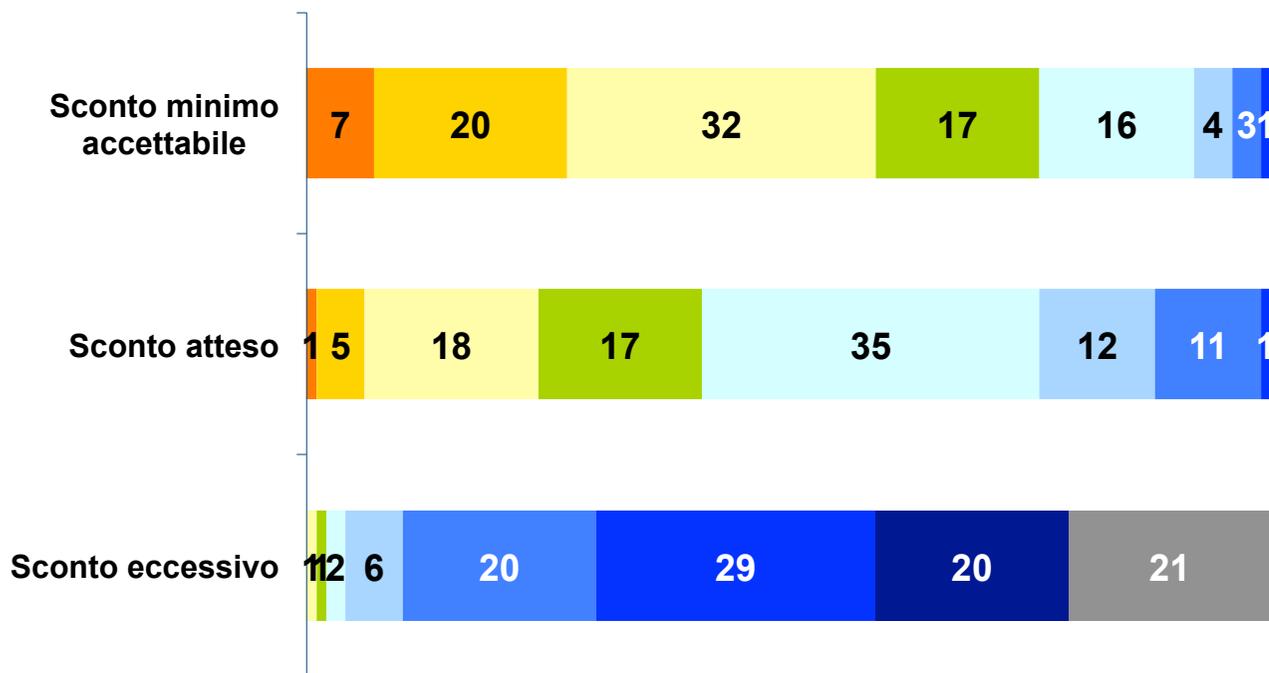
Valori %

*In generale, che sconto Lei realisticamente si attende quando va a fare la spesa nel periodo dei saldi?
E invece qual è secondo lei lo sconto minimo accettabile, al di sotto del quale ritiene che il prodotto non sia in saldo?
E infine che sconto Lei considera eccessivo, a tal punto che Le vengono dubbi sulla serietà della proposta e sulla qualità del prodotto che intende acquistare*

Valori %

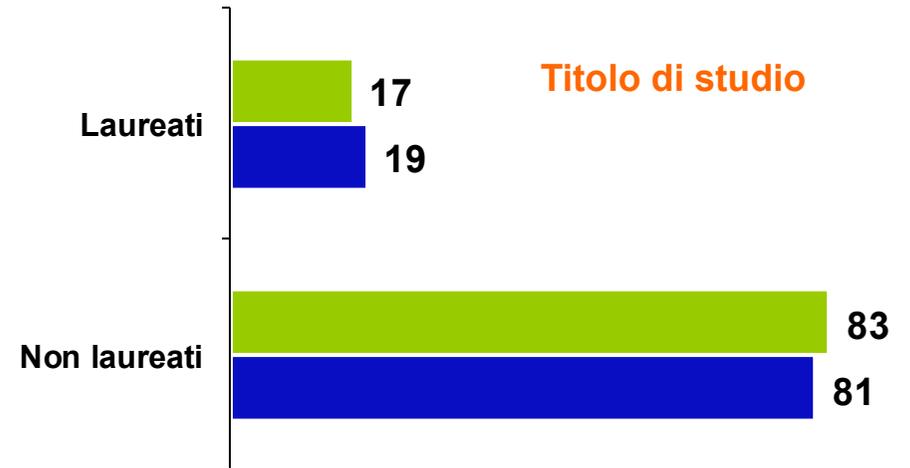
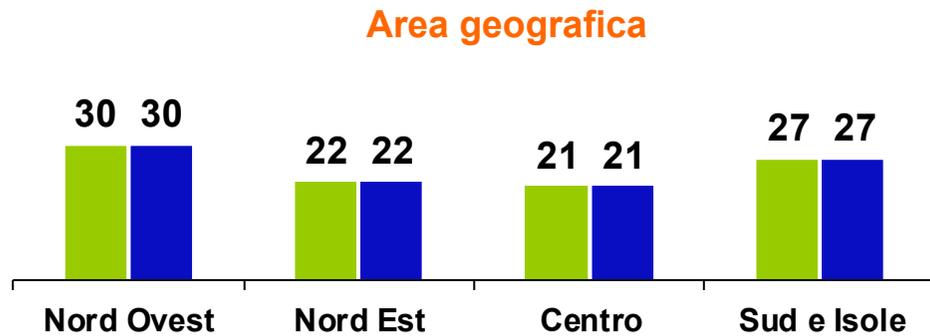
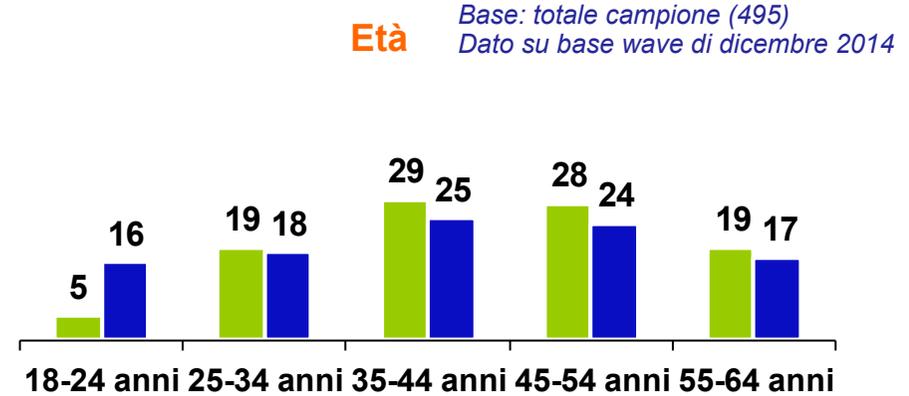
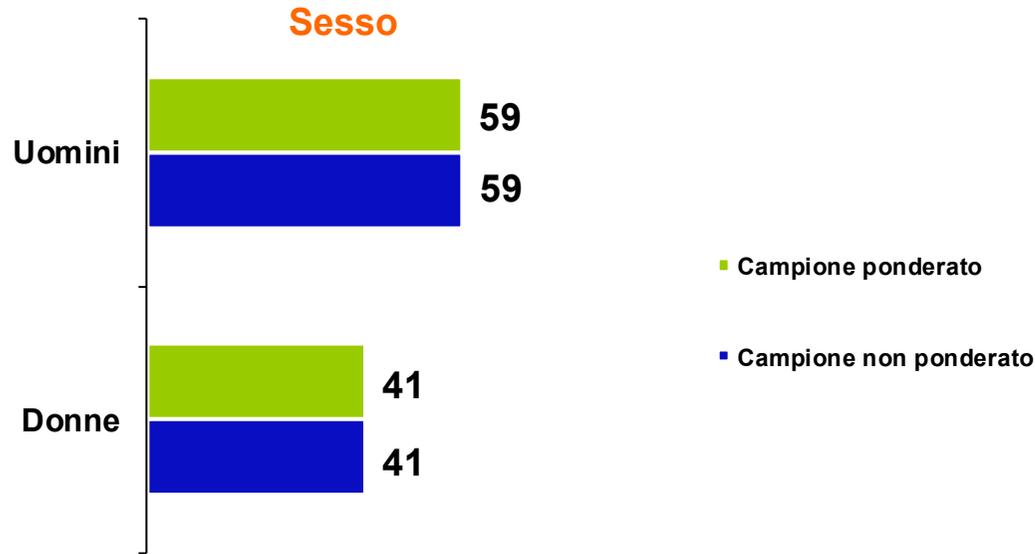
Base: totale campione (495)

10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% Non esiste uno sconto massimo



Il campione

Il campione

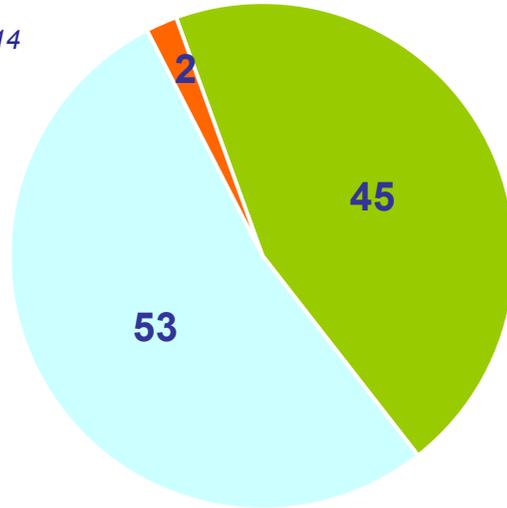


Il responsabile degli acquisti

Per ciò che riguarda gli acquisti in famiglia, è Lei che se ne occupa?

Base: totale campione (495)
Dato su base wave di dicembre 2014

Valori %



- Non indica
- Sì, del tutto
- Sì, in parte
- No

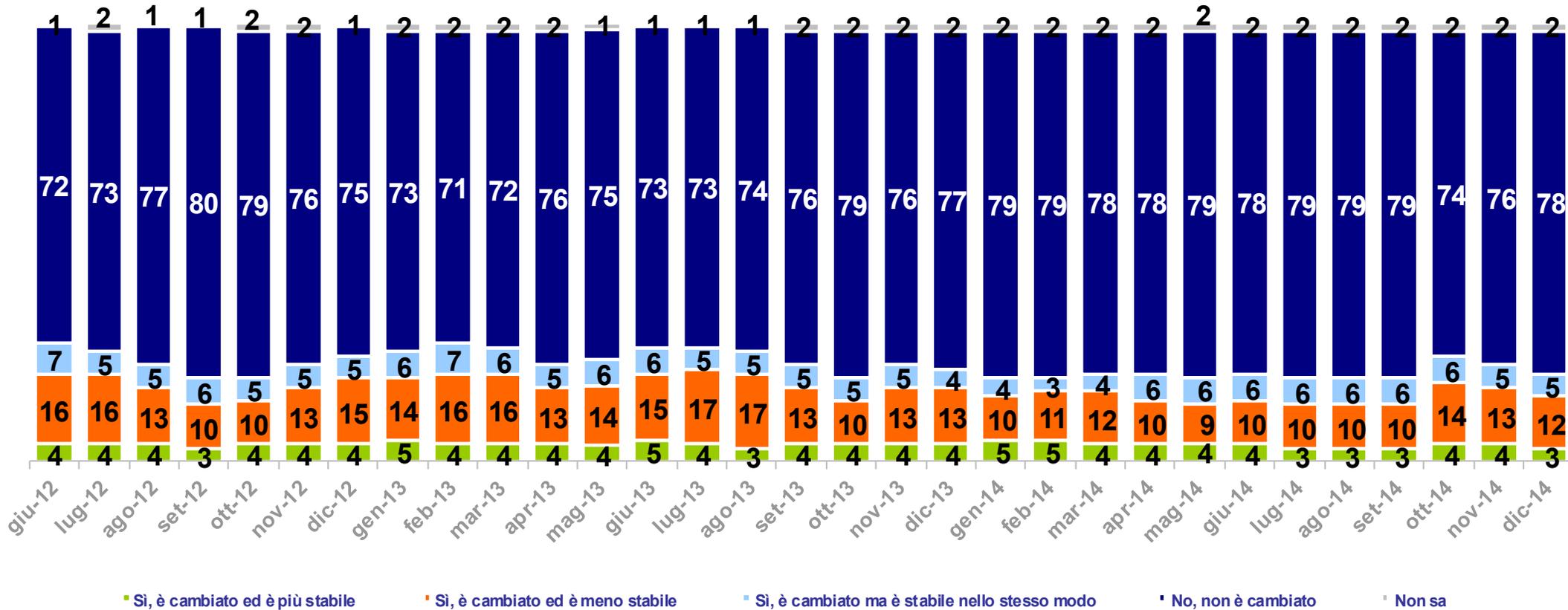
	Uomo	Donna	18-34	35-44	45-64
Base	293	202	119	141	235
Sì, del tutto	36	58	42	49	43
Sì, in parte	62	41	54	50	55
No	2	1	4	1	2
Non indica	-	-	-	-	-

Il contratto di lavoro

Valori %

È cambiato il suo contratto di lavoro negli ultimi 12 mesi?

Base: totale campione
Dato rolling





L'Osservatorio Findomestic · Mensile

Findomestic Banca S.p.A.

Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze I
Capitale Sociale 659.403.400 Euro i.v. - R.E.A. 370219 FI

Cod. Fisc./PIVA e R.I. di FI 03562770481 - Albo Banche n°5396
Iscritta all'Albo dei Gruppi Bancari come "Findomestic Gruppo" al n. 3115.3

Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte del Socio Unico
BNP Paribas Personal Finance S.A. - Parigi (Gruppo BNP Paribas)

Associata ABI Associazione Bancaria Italiana
ed ASSOFIN Associazione Italiana del Credito al Consumo ed Immobiliare

www.osservatoriofindomestic.it



Più responsabili, insieme