



L'Osservatorio

Findomestic · Mensile

Il clima di fiducia
e le intenzioni di acquisto degli italiani

Indagine Maggio 2015

Dati rilevati nel mese di Aprile 2015



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



Tutti gli italiani ormai conoscono Expo.

Per il 76% degli intervistati l'evento rappresenta un'opportunità per l'Italia e per Milano in particolare.

Benché il clima sia positivo solo per metà del campione l'evento sarà un successo e per l'altra metà un insuccesso.

Il 44% degli italiani pensa che potrebbe visitare l'Expo e il 9% dichiara di avere acquistato un biglietto.

Scende il grado di fiducia nel Paese, comunque superiore all'aprile 2014.

Si interrompe il trend positivo delle intenzioni di acquisto nel settore mobilità. Bene le previsioni per i viaggi e il tempo libero in generale.

L'Osservatorio mensile di aprile 2015 riporta le opinioni degli italiani sul tema Expo 2015. La quasi totalità degli intervistati dichiara di sapere cosa è Expo e 9 intervistati su 10 affermano di conoscere anche i temi al centro dell'esposizione.

Le opinioni attorno ad Expo 2015 evidenziano un clima positivo: tre quarti degli italiani infatti vede l'evento come una opportunità per l'Italia e per Milano in particolare; mentre solo il 18% guarda ad Expo come un problema per il Paese. Tra gli ottimisti emergono in particolare due fattori: le opportunità per le aziende di sviluppare il business a livello internazionale e la spinta che Expo potrà assicurare al settore

agroalimentare italiano.

Vi è però dello scetticismo riguardo al possibile esito dell'esposizione universale, che mostra infatti una spaccatura: per metà sarà un successo, per l'altra metà un insuccesso.

Il 44% del campione pensa che potrebbe visitare l'Expo, ed il 9% degli italiani che lavorano dichiara di avere acquistato un biglietto.

Benché gli intervistati abbiano dimostrato una certa curiosità, rimane tuttavia della disinformazione riguardo a come sarà allestita l'esposizione e alle modalità di visita.

Infatti solo il 33% degli italiani si ritiene informato, mentre uno su quattro afferma di non aver neanche un'idea di come sia organizzata la manifestazione.

Il campione segnala la televisione come il mezzo di informazione principale, seguito dai siti internet e da quotidiani e riviste.

L'effetto Expo non si fa per ora sentire sulle aspettative degli intervistati: diminuisce la soddisfazione degli italiani sia per la situazione personale (dal 4,77 al 4,64) che per la situazione italiana (dal 3,93 al 3,83).

Anche il risparmio è leggermente calato assestandosi dal 35,5% al 29,4%, rimanendo comunque in linea con la serie storica.

Previsioni di acquisto a tre mesi

Elettrodomestici: ad aprile l'elettronica di consumo e gli elettrodomestici grandi e piccoli mostrano un trend negativo, mantenendo comunque livelli superiori rispetto all'Aprile dell'anno passato.

Diminuiscono leggermente attestandosi al 18,2%, le persone interessate a comperare grandi elettrodomestici, cresce invece il budget destinato a questa categoria che passa da 707 € a 762 €. Scende la propensione di spesa sia per i piccoli elettrodomestici che per l'elettronica di consumo che si attestano rispettivamente al 30,2% e al 26,6%. Rimane invece costante la spesa media prevista per entrambe le categorie per cui gli italiani sono disposti a spendere 181€ per i piccoli elettrodomestici e 567 € per l'elettronica di consumo.

Informatica, telefonia e fotografia: bene la propensione di acquisto per tutti i beni legati a queste categorie ad eccezione del comparto pc ed accessori che si trova in flessione.

Sale la propensione all'acquisto per fotocamere, tablet e per la telefonia rispettivamente al 16,4%, 17,6% e al 29,0%. In leggera discesa invece le previsioni di comperare pc ed accessori che si attestano al 22,9%. Per quanto riguarda la spesa media prevista, gli Italiani pensano di spendere 524 € per PC e accessori, 332€ per fotocamere e videocamere, 312 € per beni legati alla telefonia e 280 € per tablet e ebook.

Auto e moto: si interrompe la crescita delle intenzioni di acquisto in tutto il settore della mobilità. Rimane costante la spesa media prevista in tutto il settore.

In diminuzione la quota di consumatori pronti ad acquistare sia un'auto nuova (15,7%) che un'auto usata (8,8%). Scende all'8,0% anche quella per i motocicli. Rimane costante la spesa destinata a tutte e tre le categorie per cui gli italiani questo mese spenderanno 19.103 € per le auto nuove, 7.120 € per quelle usate e 3.556 € per i motocicli.

Casa e arredamento: Rimane costante la propensione all'acquisto di case e arredamento. Scendono le previsioni di spesa per ristrutturazioni.

Rimangono costanti le previsioni di acquisto di case (7,3%), scendono invece le intenzioni di effettuare ristrutturazioni (12%). Stabile sia la propensione all'acquisto di mobili che rimane sul 17,9% sia la spesa media prevista per l'acquisto di questo tipo di beni attestandosi a 1.976€.

Tempo libero: molto bene i viaggi. In crescita anche fai-da-te e attrezzature e abbigliamento sportivo.

Salgono le previsioni per il settore del tempo libero. Viaggi e vacanze, il fai-da-te e le intenzioni di acquisto di attrezzature per abbigliamento ed attrezzature sportive aumentano rispettivamente al 41,0%, al 29,1% e al 24,5%.

Efficienza energetica: In leggero calo le previsioni di acquisto di prodotti per l'efficienza energetica. Cresce l'ammontare di spesa medio per stufe a pellet e caldaie a risparmio energetico.

La previsioni di acquisto nei prossimi tre mesi sono in leggero calo sia per le stufe a pellet (8,7%) sia per serramenti e infissi (11,0%), impianti fotovoltaici (4,4%) e solari termici (3,6%). Per quanto riguarda le previsioni di spesa, salgono quelle per le stufe a pellet (1.429 €) ed infissi e serramenti (2.423 €), mentre scendono quelle per gli impianti fotovoltaici (6.291€) e solari termici (4.000 €).

La sintesi dei trend

	Confronto congiunturale (mese precedente)	Confronto tendenziale (stesso periodo anno precedente)	
Scenario socio-economico			<i>Lo scenario italiano segnala una crescita del dato sulla disoccupazione giovanile (+1,4 punti percentuali rispetto a gennaio) mentre l'inflazione si mantiene stabile rispetto a un anno fa</i>
Sentiment			<i>Ad aprile tutti gli indicatori di sentiment registrano una diminuzione - in particolare il risparmio relativo all'ultimo mese - pur rimanendo in linea con la serie storica</i>
Tempo libero			<i>Tutte le previsioni di acquisto relative al tempo libero registrano una crescita e raggiungono i valori massimi dall'inizio della serie storica: aumentano coloro che intendono effettuare un viaggio e acquistare attrezzature per fai-da-te e sport</i>
Elettrodomestici			<i>A marzo cala leggermente la quota di chi prevede di acquistare elettrodomestici grandi e piccoli ed elettronica di consumo, ma i dati sono più elevati rispetto ad aprile 2014</i>
Informatica, telefonia e fotografia			<i>Prosegue il trend positivo delle previsioni di acquisto di smartphone, tablet e foto/videocamera che raggiungono i livelli massimi dall'inizio della serie storica; in leggero calo invece il dato relativo agli intenzionati ad acquistare pc</i>
Veicoli			<i>Dopo alcuni mesi di aumento ad aprile il trend si inverte: intenzionati ad acquistare veicoli nuovi, usati e scooter sono in calo, pur rimanendo a livelli molto elevati rispetto ad un anno fa</i>
Casa			<i>Sostanzialmente invariate rispetto a marzo le previsioni di acquisto di casa e di mobili, in leggera diminuzione (-0,7 punti percentuali) il dato sulla ristrutturazione</i>
Efficienza energetica			<i>Si conferma la lieve diminuzione di coloro che prevedono di acquistare impianti fotovoltaici, solari termici e stufe a pellet, calano anche gli intenzionati ad acquistare infissi/serramenti</i>

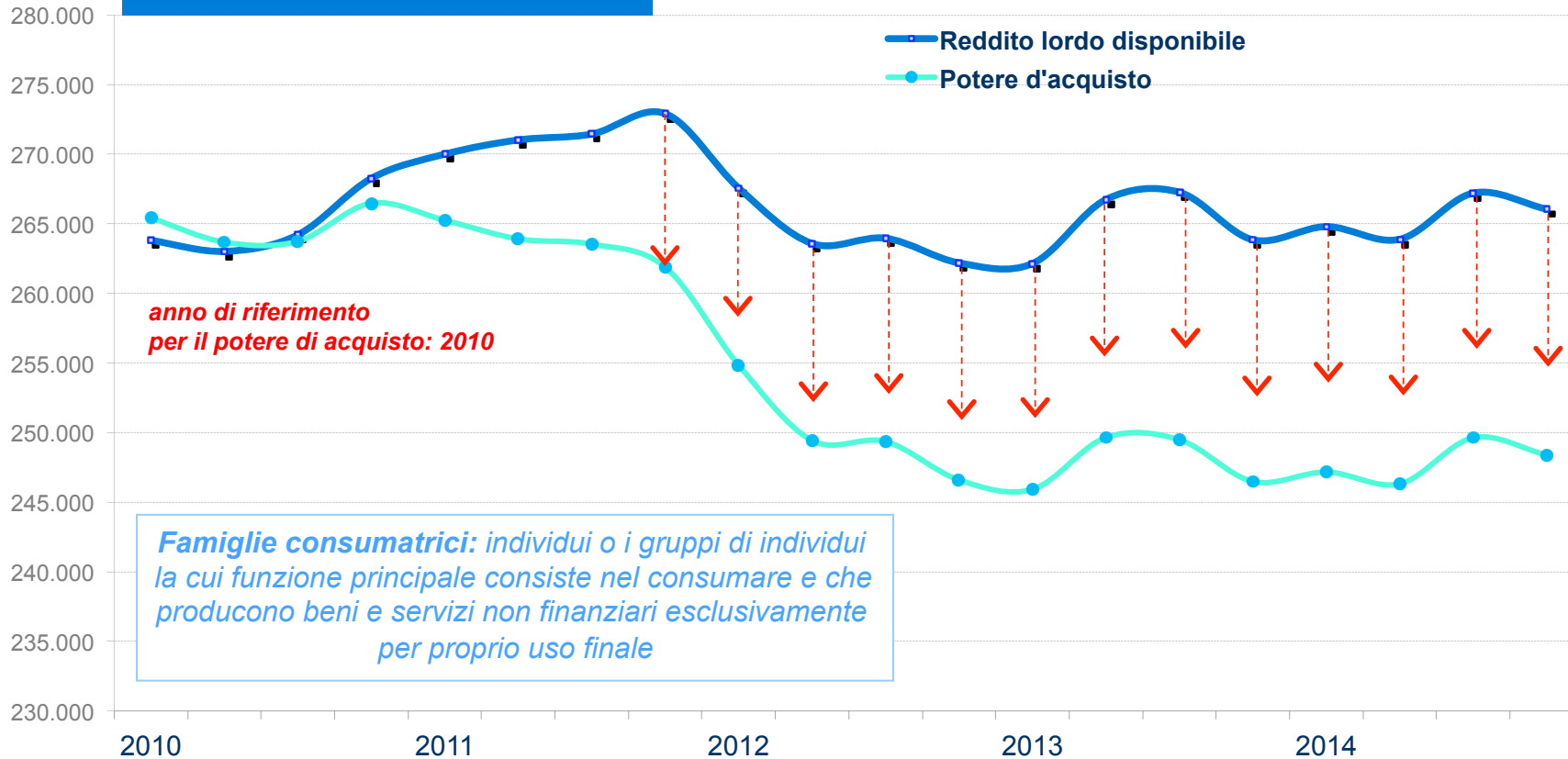
Alcuni dati di scenario

Nell'ultimo trimestre 2014 diminuiscono sia il reddito lordo disponibile sia il potere d'acquisto

Valori %

Valori trimestrali destagionalizzati
in milioni di Euro

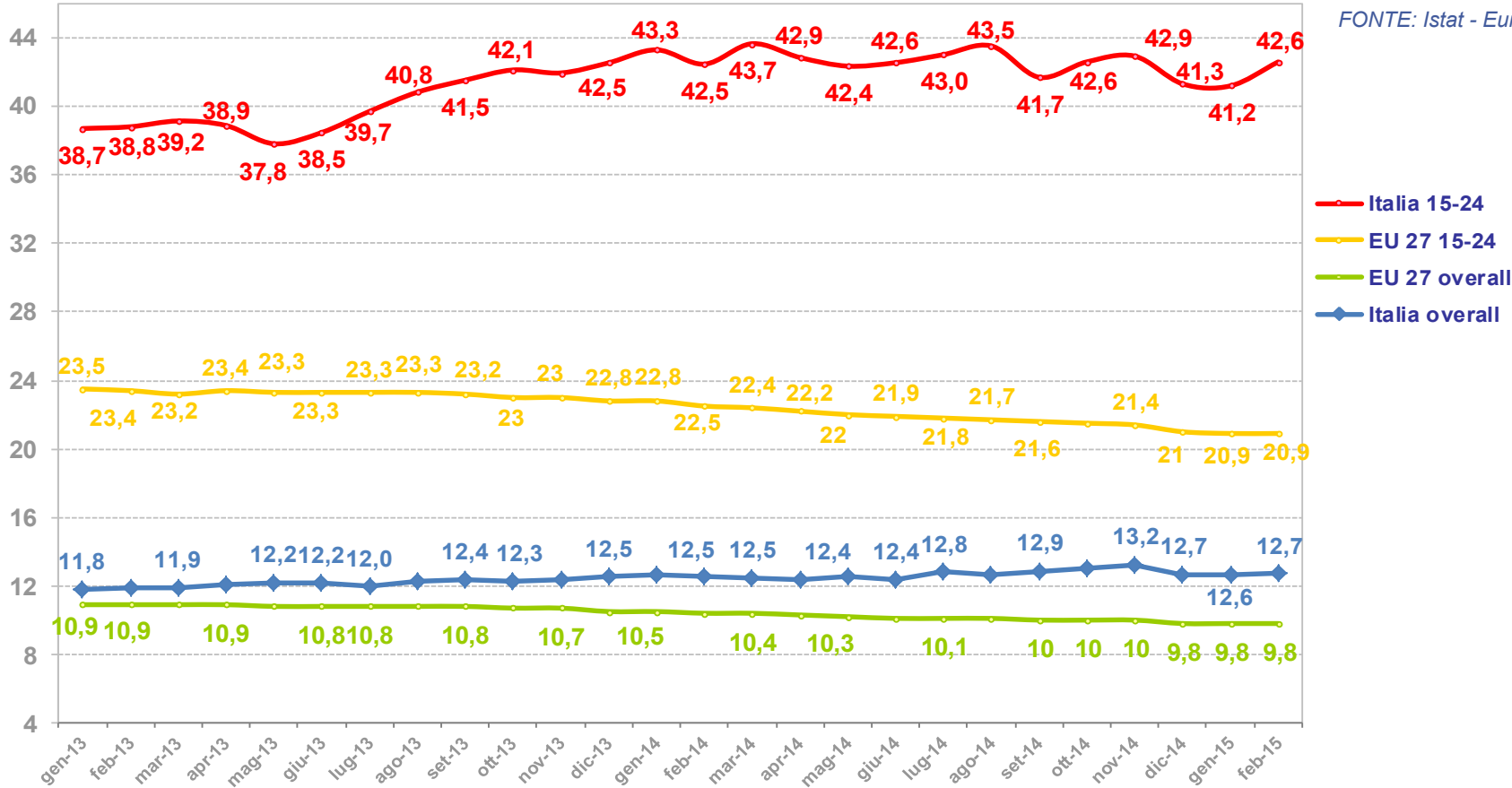
FONTE: Istat



* 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)

A febbraio il tasso di disoccupazione totale resta stabile mentre peggiora quello giovanile

Valori %

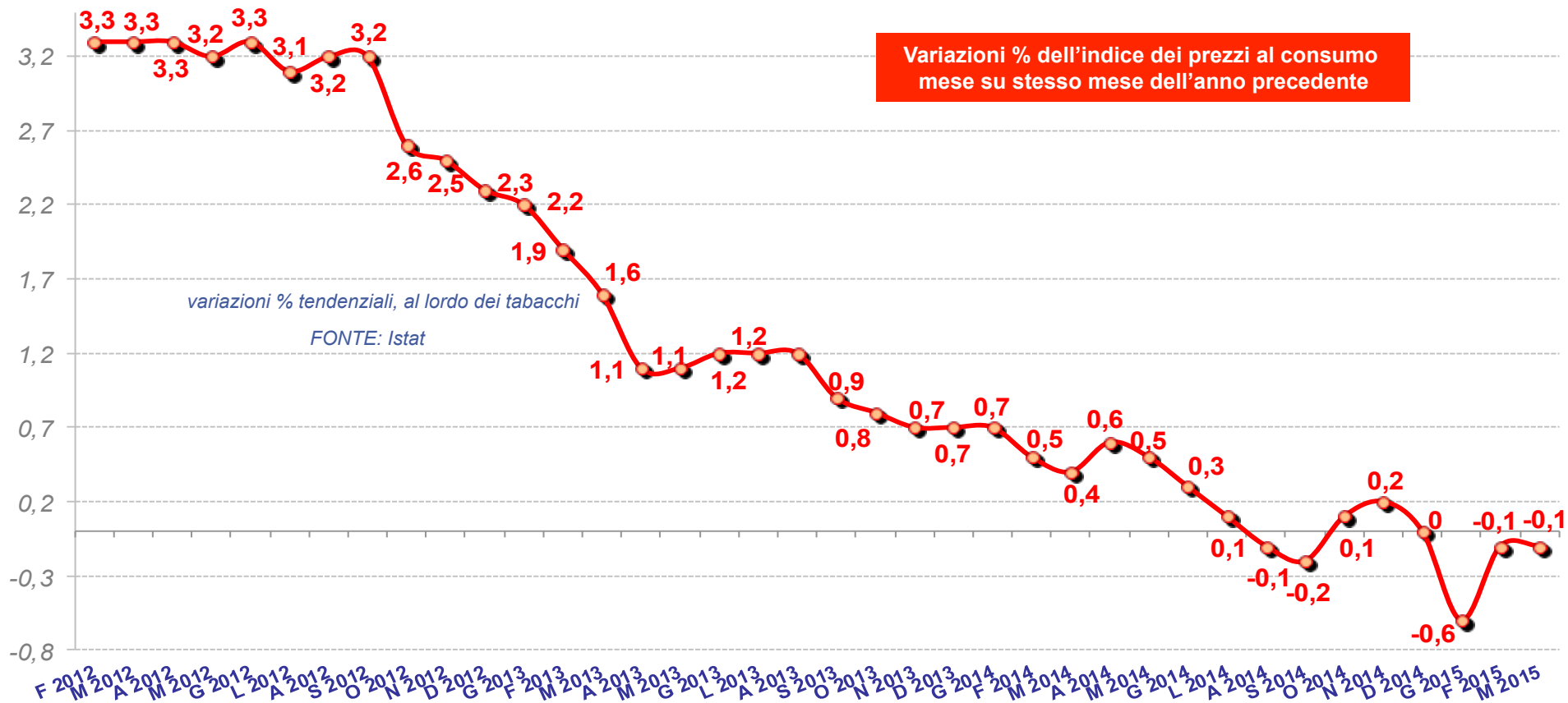


✓ Andamento del tasso di disoccupazione mensile
DATI DESTAGIONALIZZATI

✓ Rapporto tra persone in cerca di occupazione e il totale di persone occupate e in cerca di occupazione

✓ Campione: popolazione 15 anni e più

A marzo l'inflazione è stabile



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?

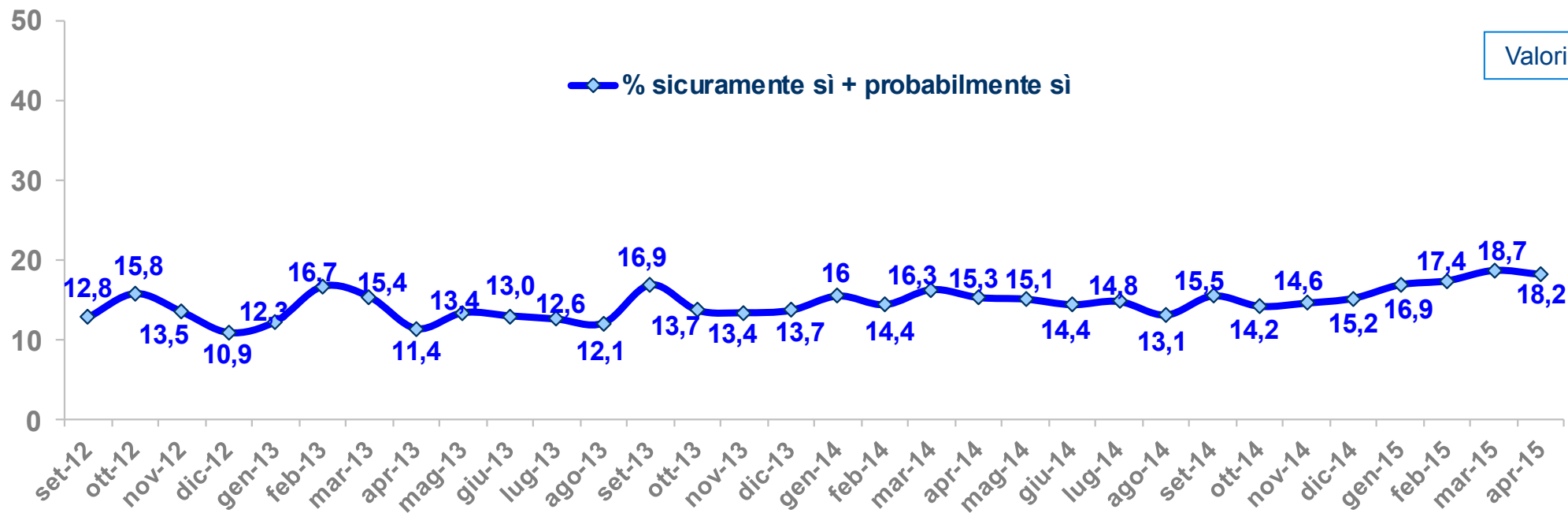
Base: totale campione (488)
 Dato su base wave di aprile



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 (488)
Dato su base wave di aprile



Il tempo libero

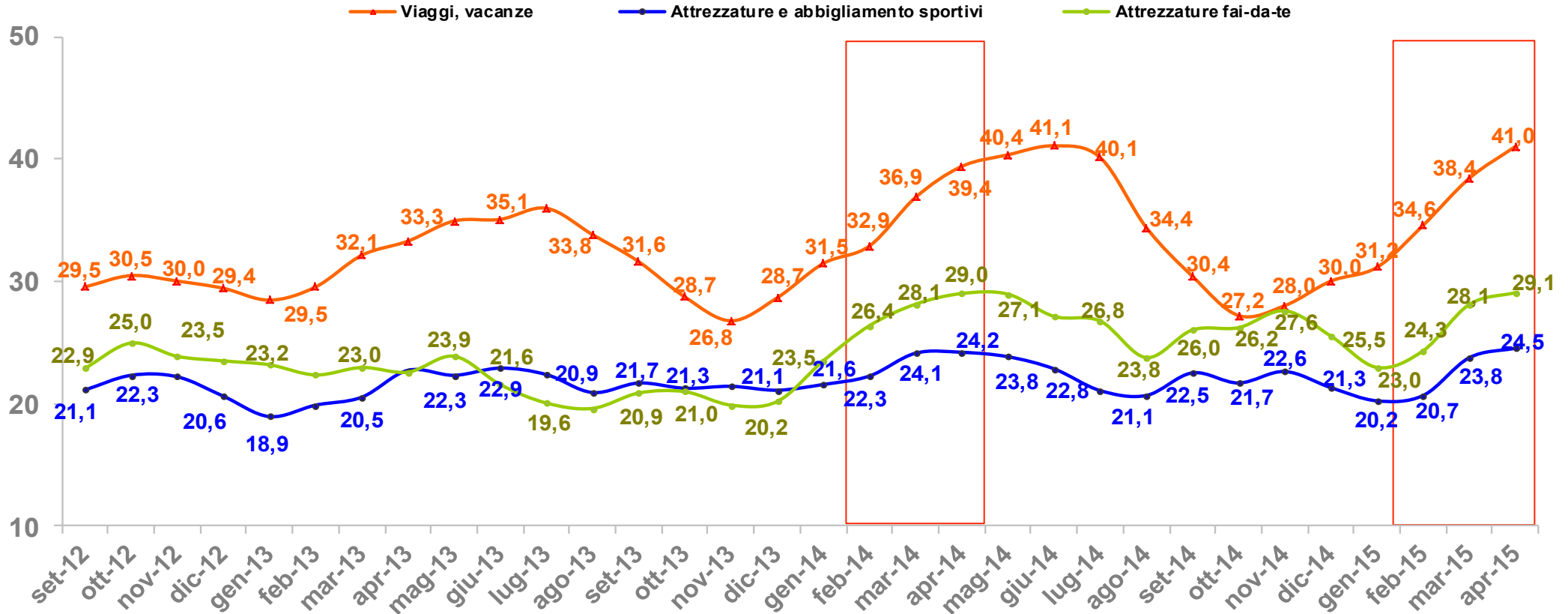
Quanti prevedono di sostenere delle spese per il TEMPO LIBERO nei prossimi tre mesi

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

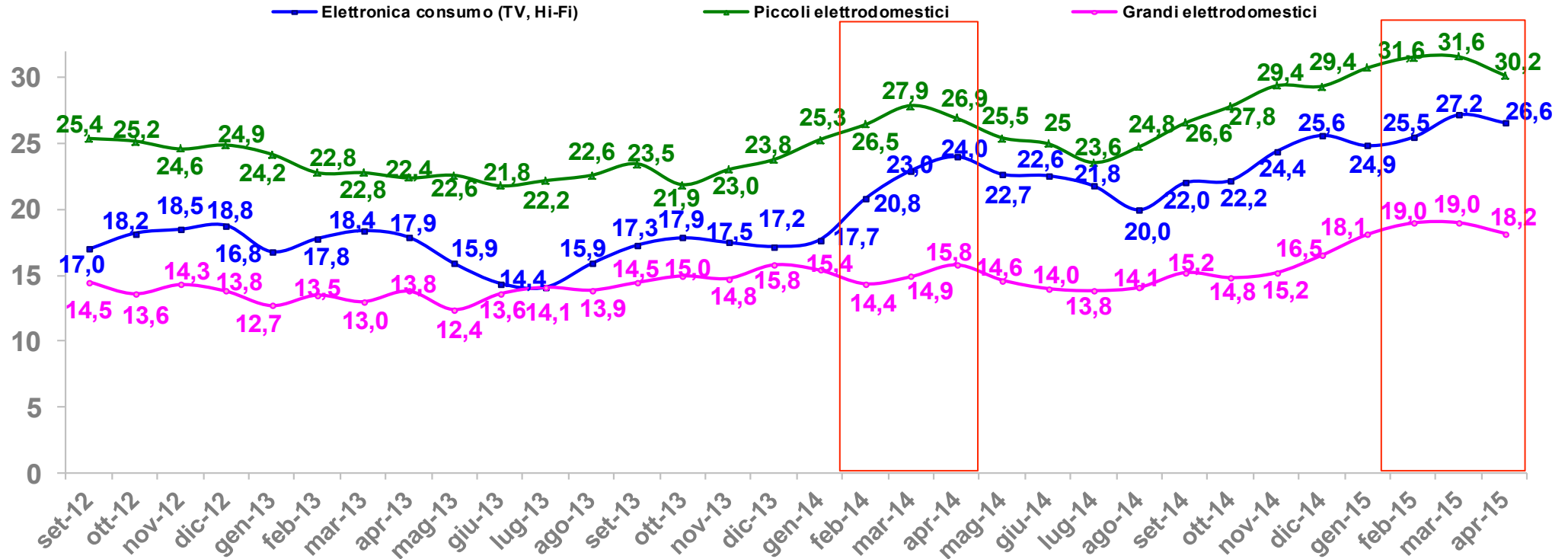
Quanti prevedono di acquistare ELETTRODOMESTICI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare ... personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

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

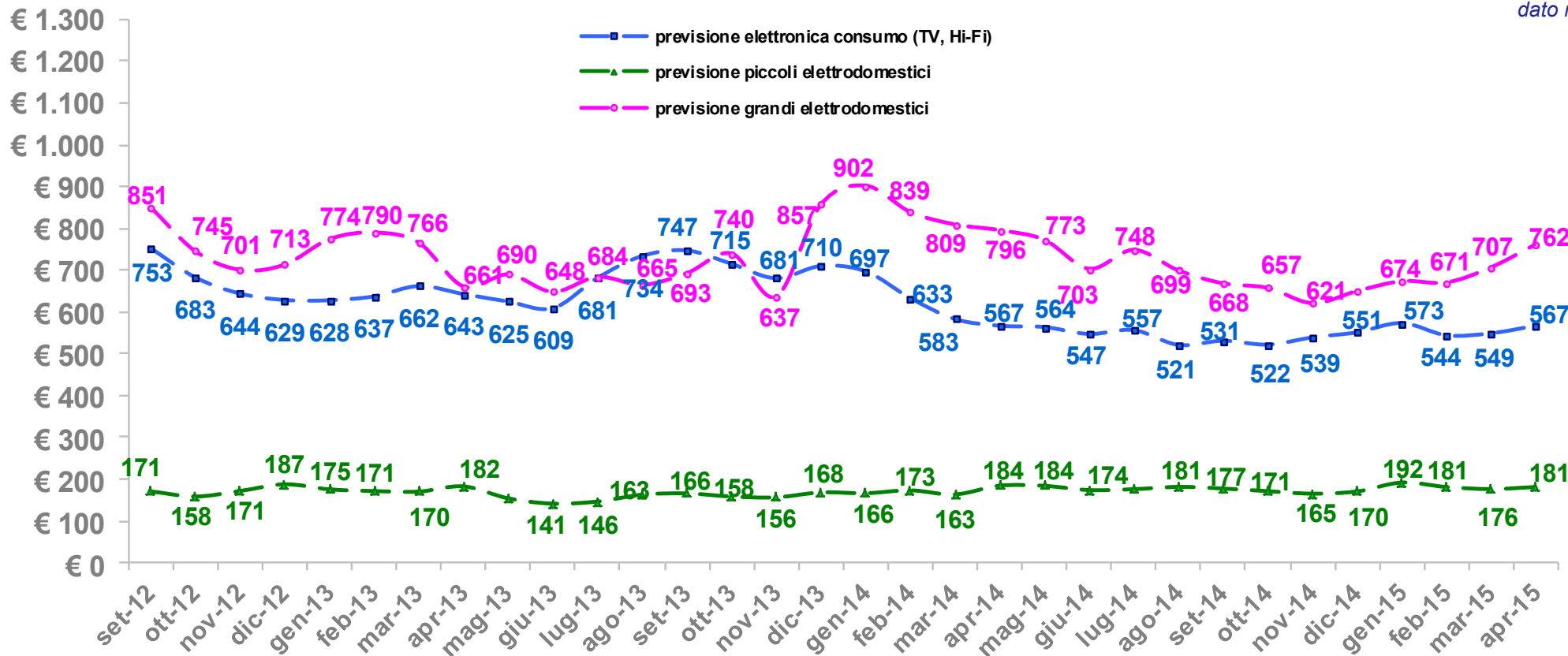
Base: totale campione dato rolling



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

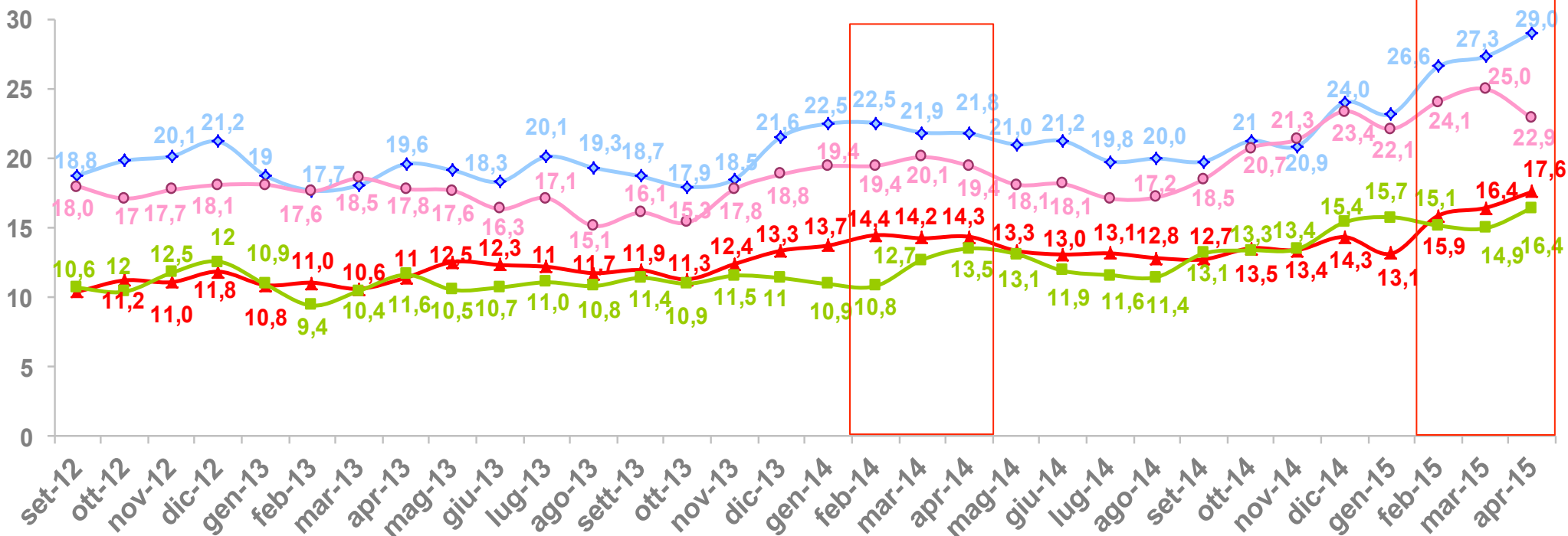
nei prossimi 3 mesi - *Pensa di acquistare ... personalmente nei prossimi 3 mesi?*

Valori %

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

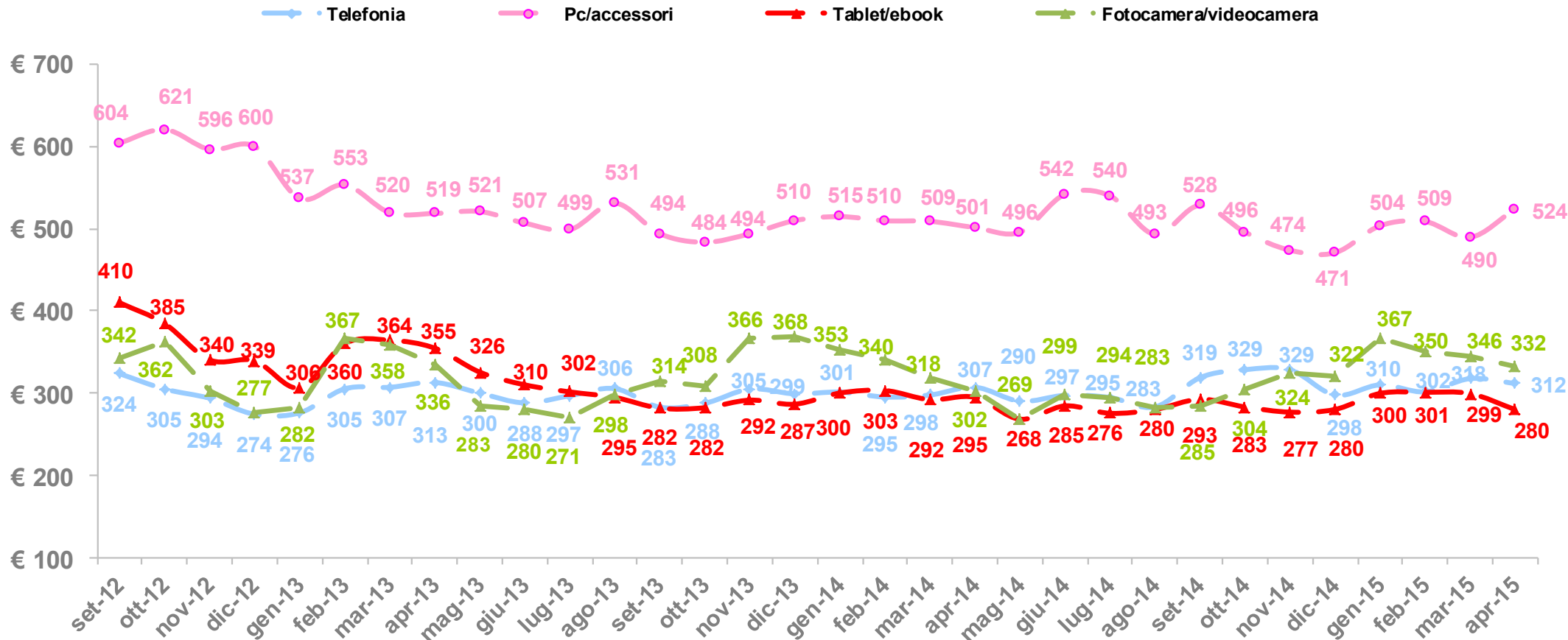
Base: totale campione dato rolling

◆ 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

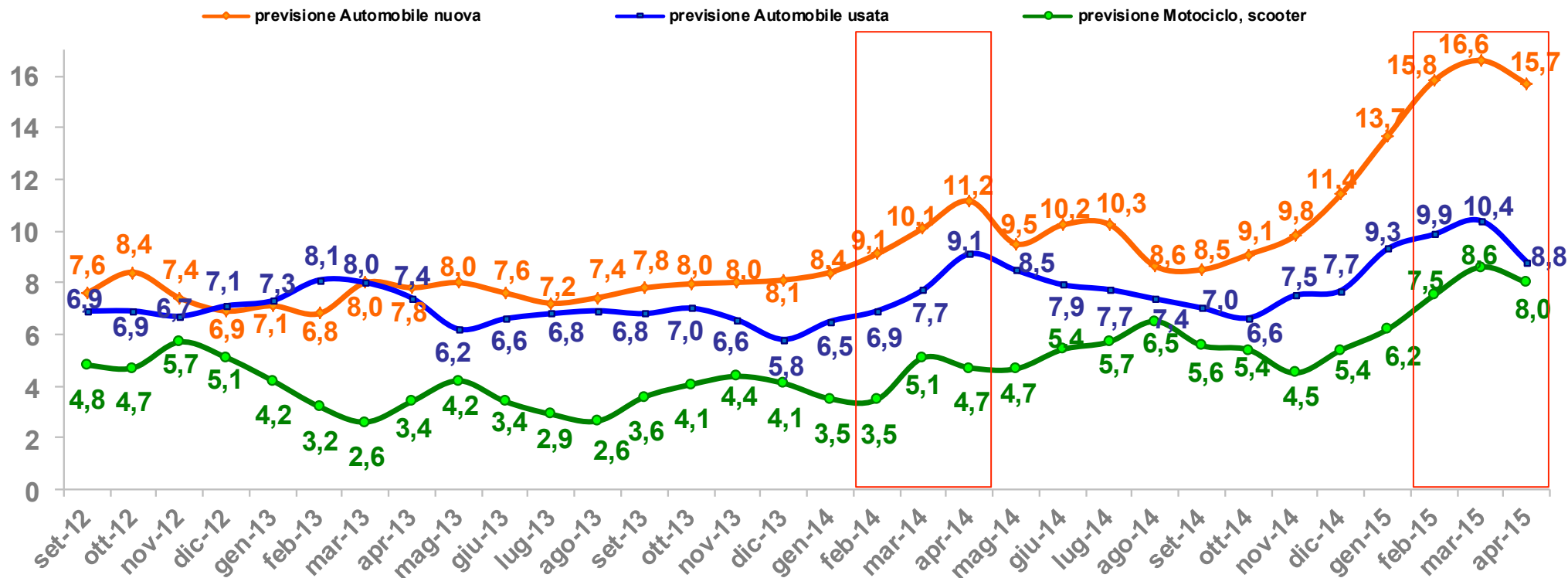
Quanti prevedono di acquistare VEICOLI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare ... personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

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

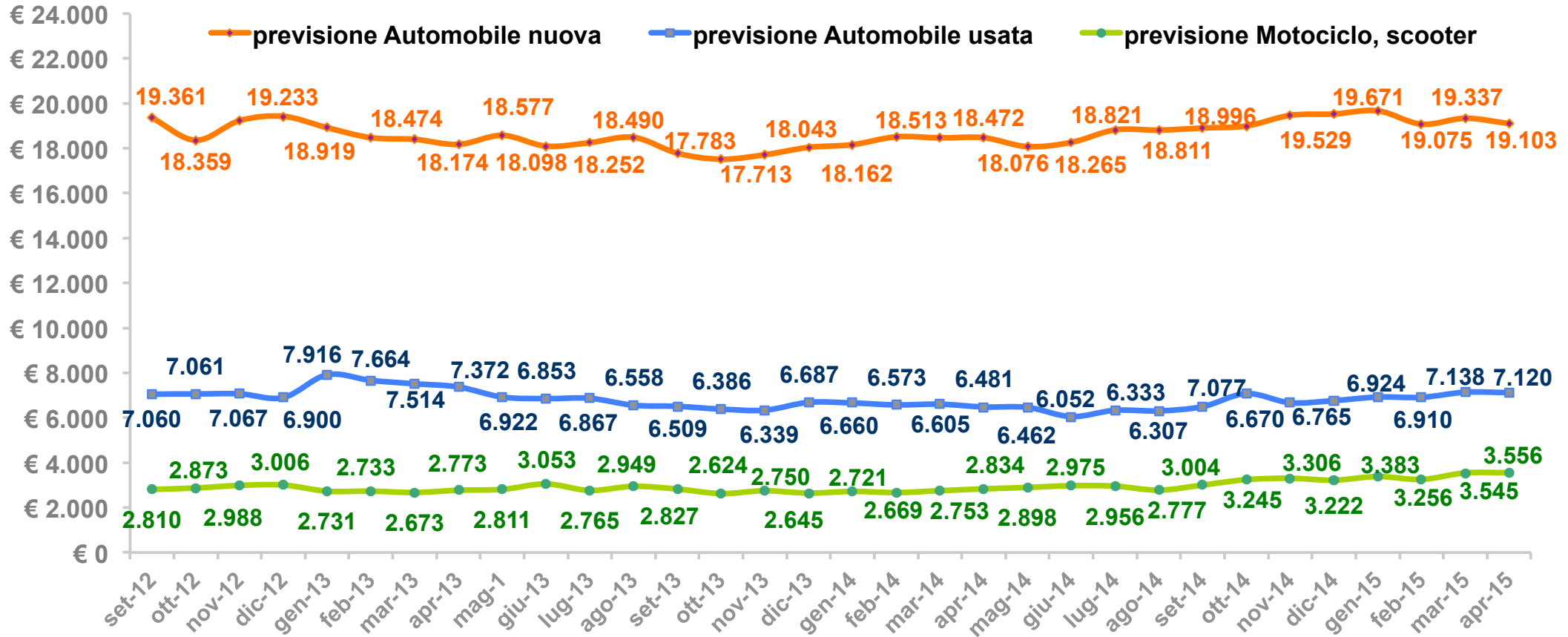
Base: totale campione
dato rolling



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

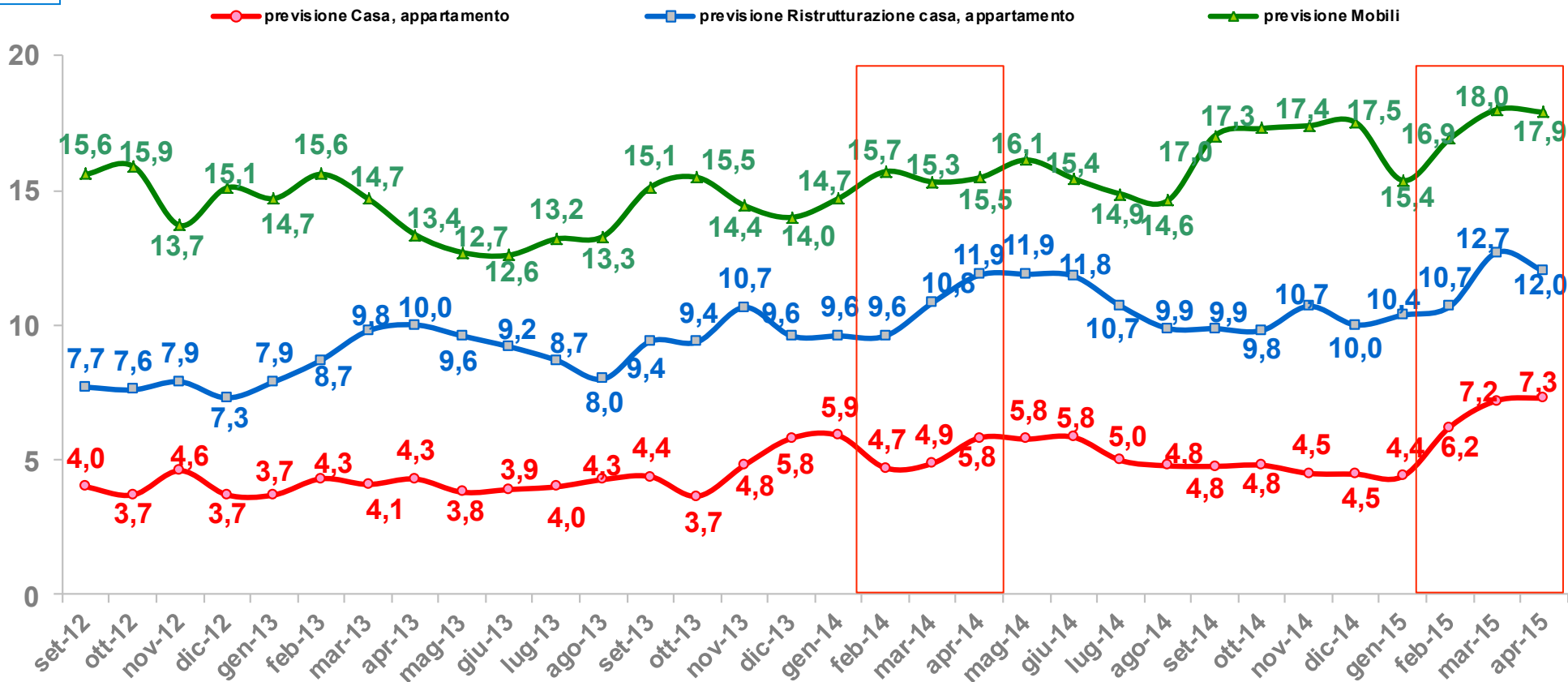
Quanti prevedono di acquistare MOBILI, CASA O RISTRUTTURARLA

Pensa di acquistare ... personalmente nei prossimi 3 mesi?

Base: totale campione dato rolling

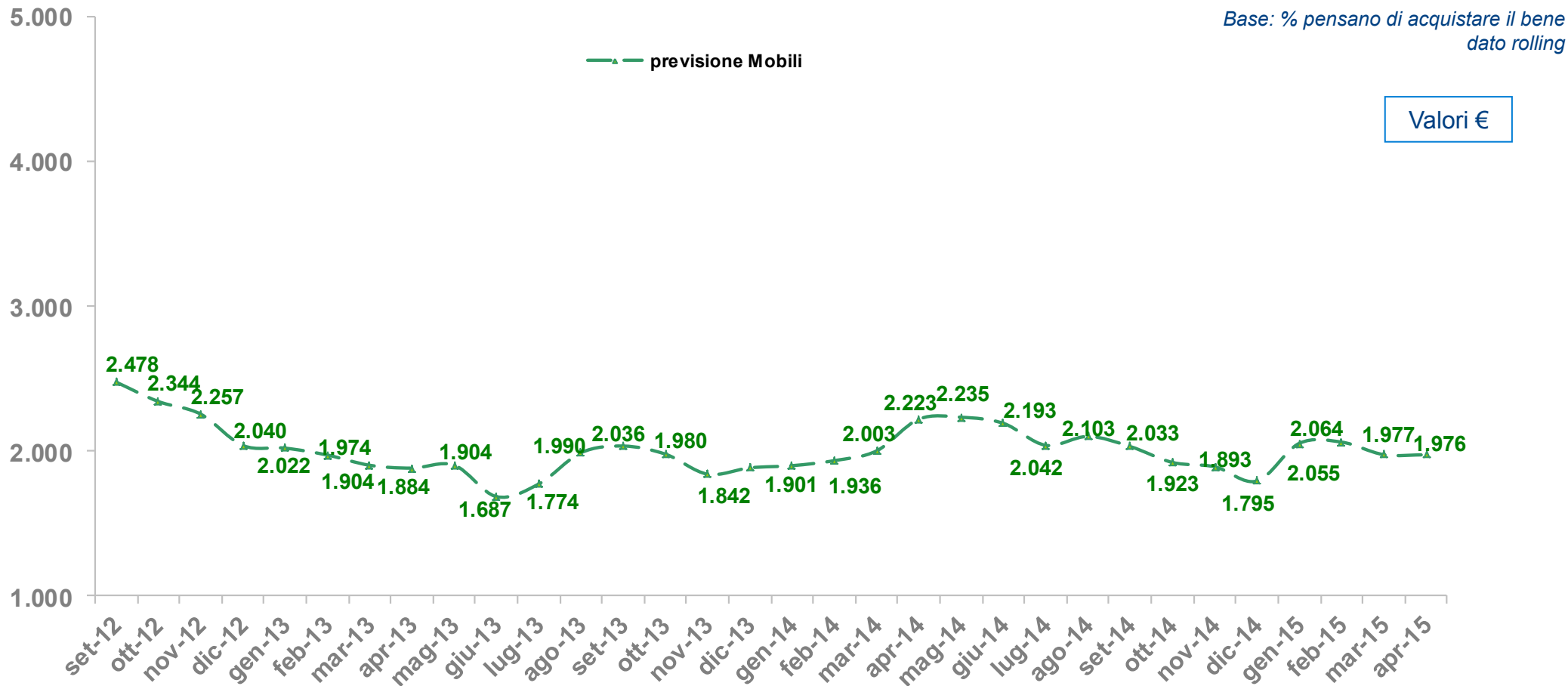
Valori %

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



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

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?



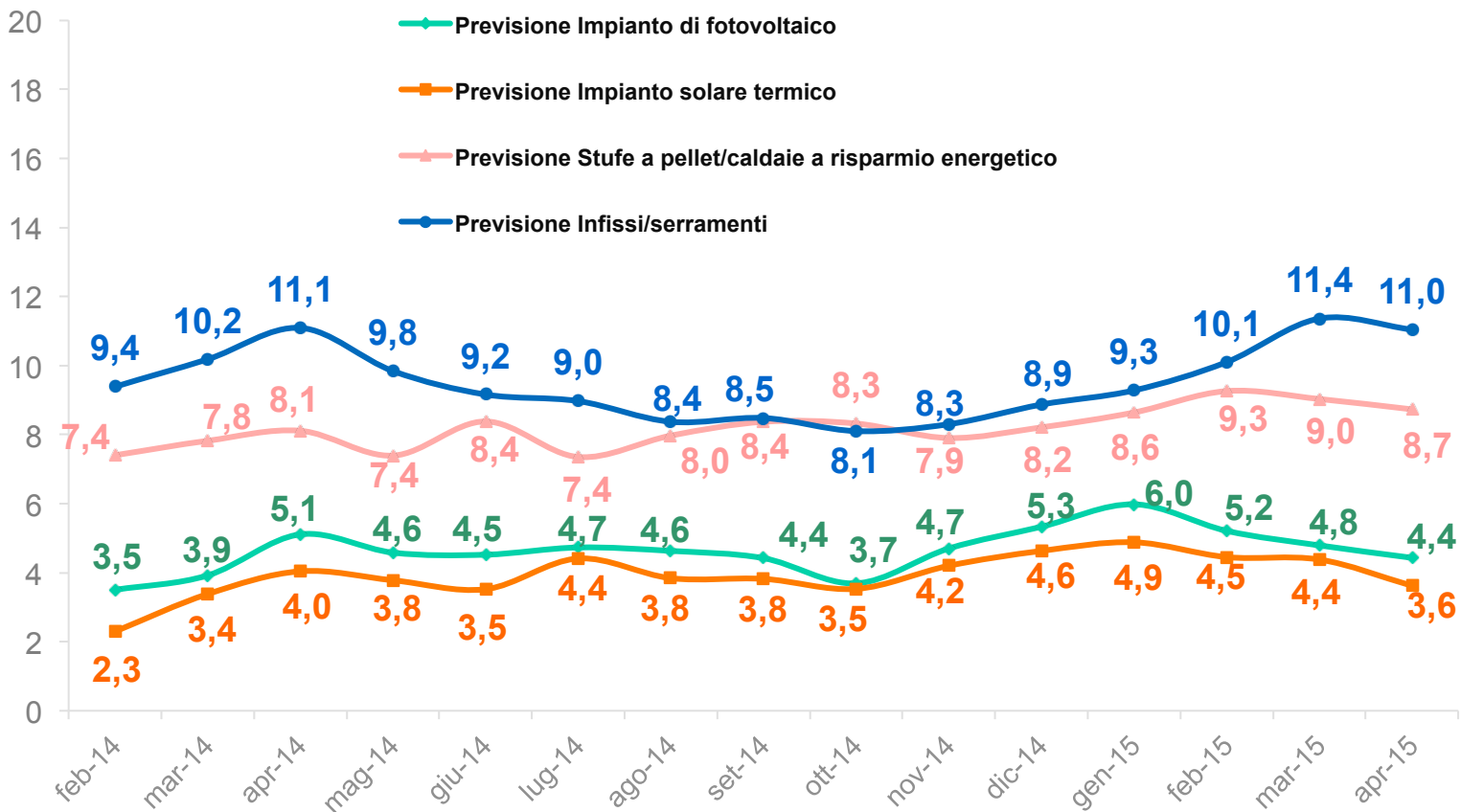
L'efficienza energetica

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

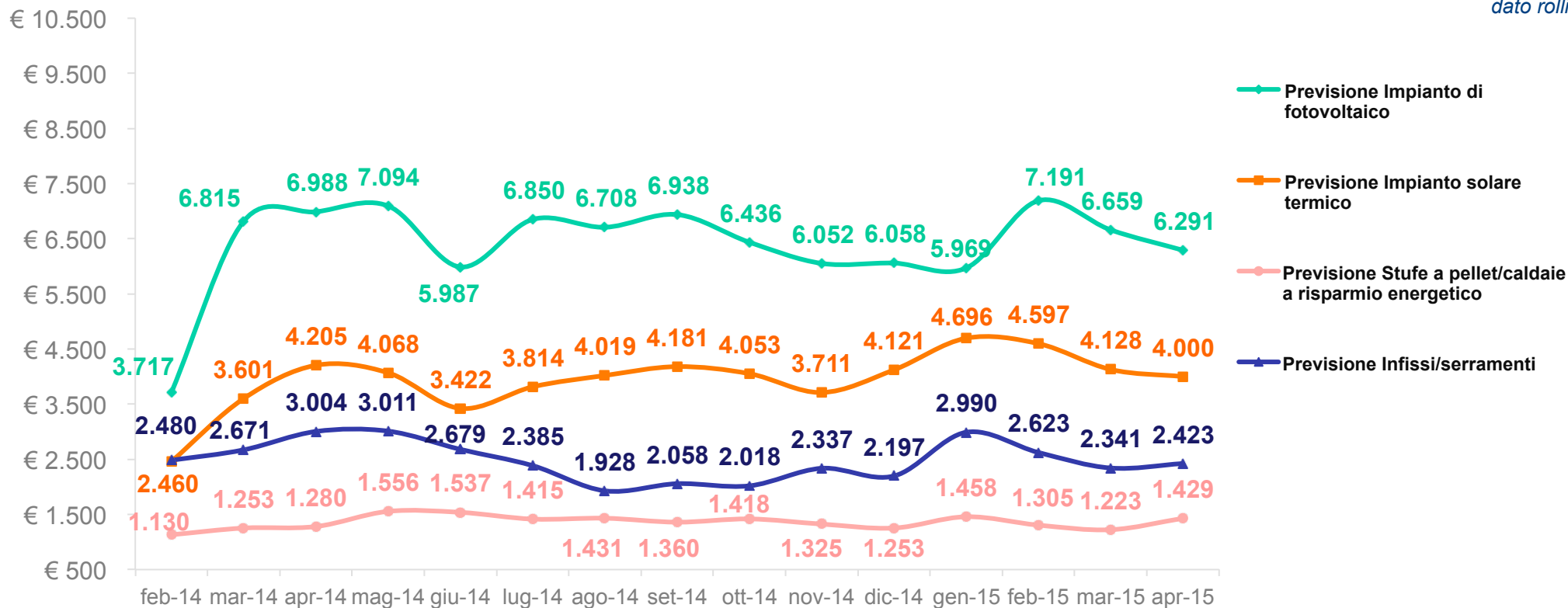


Valori %

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:
Expo 2015

Expo 2015

Con l'inaugurazione ormai imminente, Expo è nota a tutti gli italiani. Quasi 9 intervistati su 10 conoscono anche i temi al centro dell'esposizione.

Il clima d'opinione intorno ad Expo 2015 è ormai abbastanza positivo: per oltre 3/4 degli intervistati l'evento rappresenta un'opportunità per l'Italia e per Milano in particolare, mentre soltanto il 18% afferma che l'esposizione sia un problema per il Paese. La curiosità intorno all'esposizione universale di Milano si avverte: il 44% del campione pensa che potrebbe visitarla, ed il 9% degli italiani che lavorano dichiara di avere acquistato un biglietto.

Permane tuttavia la disinformazione riguardo a come sarà allestita l'esposizione e alle modalità di visita (solo un terzo degli italiani si ritiene informato, mentre uno su quattro afferma di non aver neanche un'idea di come sia organizzata la manifestazione). Tra i canali più attivi nell'informare gli italiani si segnalano soprattutto le reti tv, seguite poi da siti internet (quello ufficiale della manifestazione, quelli dei quotidiani, i social network) e quotidiani e riviste.

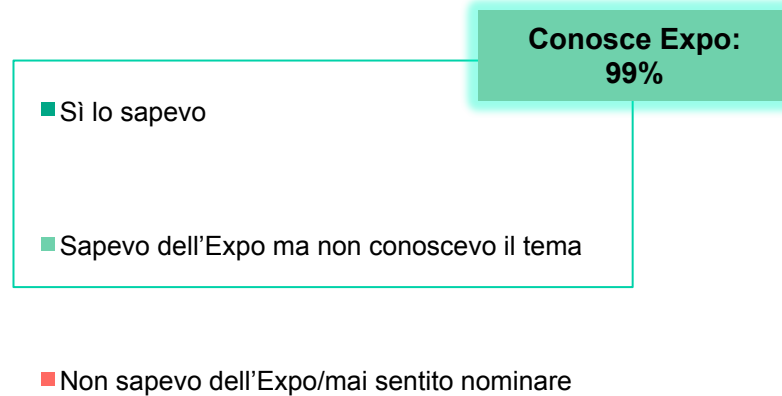
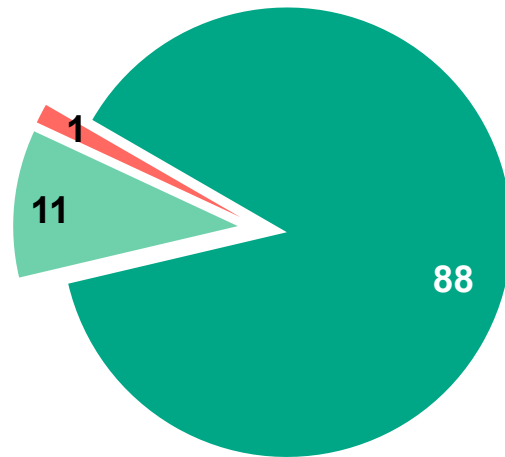
Il pessimismo – caratteristica costante del Paese negli ultimi anni – emerge quando gli intervistati vengono sollecitati sul possibile esito della manifestazione: metà ritiene che sarà un successo, l'altra metà un insuccesso (o comunque un successo inferiore alle attese) segno che rimane una certa preoccupazione sulla riuscita dell'evento. Gli ottimisti indicano in particolare due fattori: le opportunità per le aziende di sviluppare il business a livello internazionale e la spinta che Expo potrà assicurare al settore agroalimentare italiano.

Tutti conoscono Expo

Nel 2015 si tiene a Milano l'Expo. Il tema dell'Expo riguarderà l'alimentazione sana, sicura e sufficiente per tutto il pianeta. Lo sapeva?

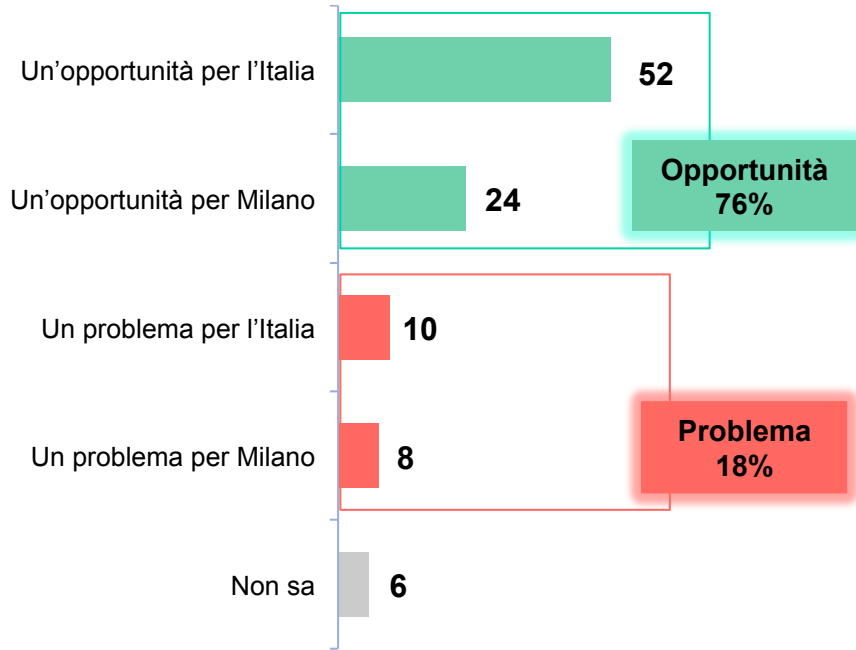
Valori %

Base: totale intervistati (488)



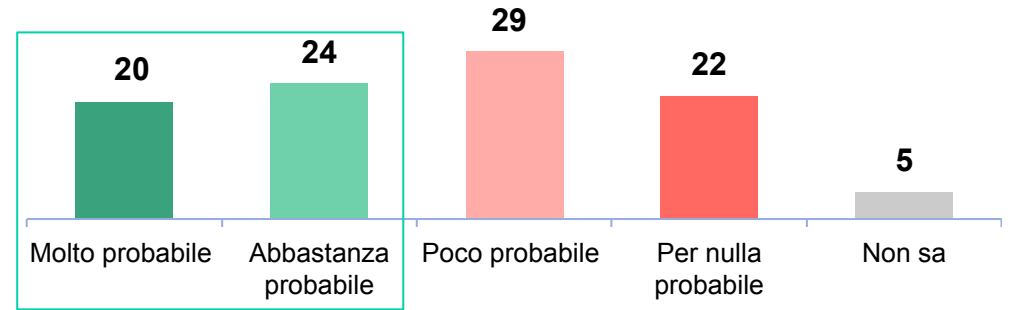
Oltre 3 intervistati su 4 pensano che Expo rappresenti un'opportunità mentre il 44% prende in considerazione l'idea di visitare l'esposizione

Expo2015 si terrà a Milano.
Secondo Lei, questo rappresenterà soprattutto...
 Base: conoscono Expo (481)



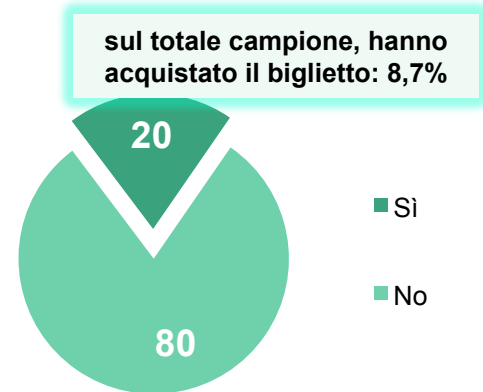
Quanto ritiene probabile visitare l'Expo 2015?
 Base: conoscono Expo (481)

Valori %



Probabile 44%

Ha già acquistato il biglietto?
 Base: probabilmente visiteranno Expo (213)

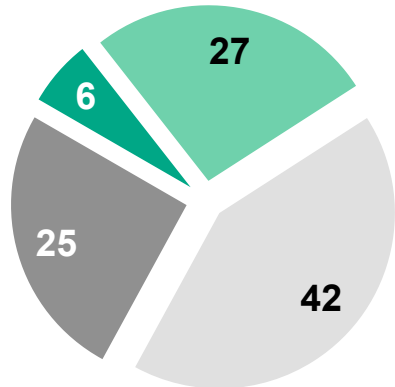


Solo 1 su 3 sa come è organizzata Expo mentre la tv è il mezzo di informazione più attivo

Lei sa come funzionerà Expo, come sarà organizzata l'esposizione e quali saranno le modalità di visita?

Base: conoscono Expo (481)

Il 33% conosce come funzionerà Expo

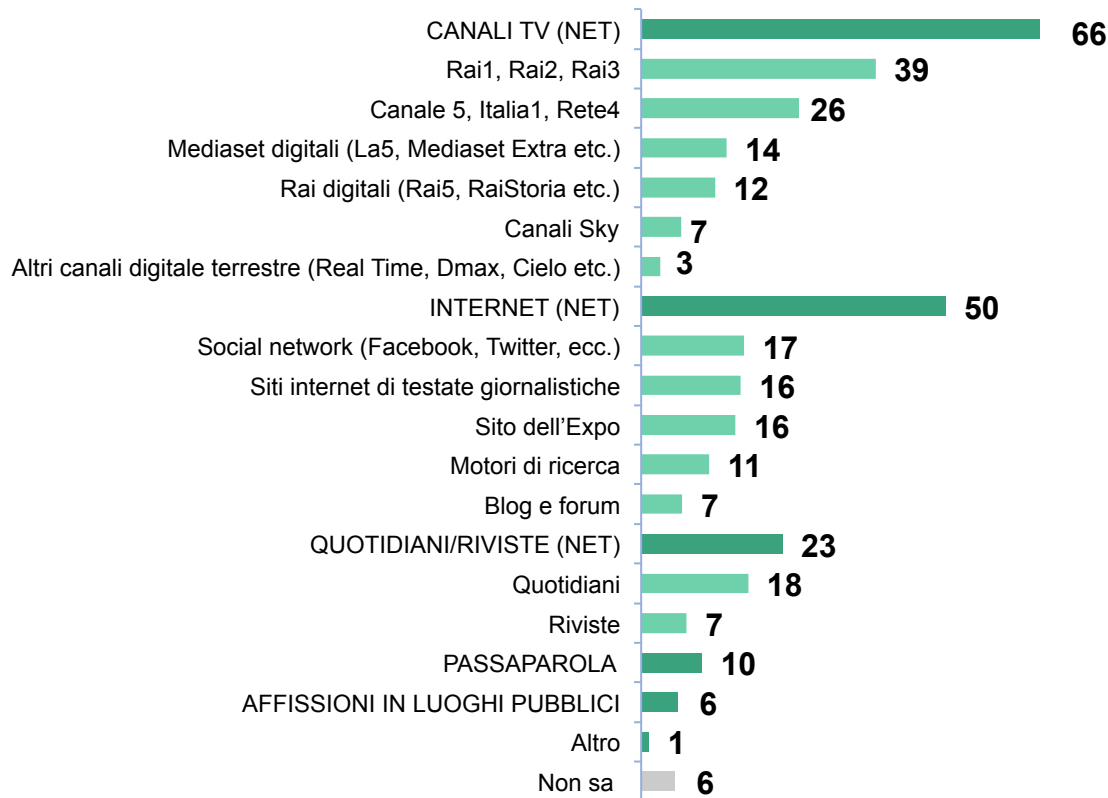


- Bene
- Discretamente
- Non molto bene
- Non ne ho idea

Quali mezzi di comunicazione la stanno informando maggiormente su Expo2015? Indichi solo quelli principali

Base: conoscono Expo (481)

Valori %

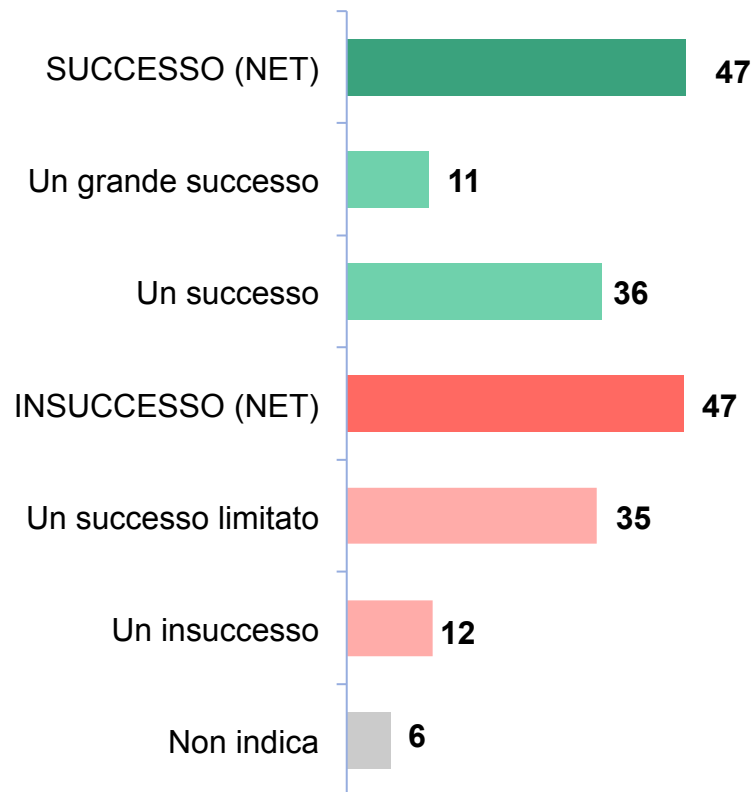


Netta spaccatura sul possibile esito dell'esposizione universale: per metà sarà un successo, per l'altra metà un insuccesso

Da tutto quello che ha sentito riguardo l'Expo, Lei ritiene che sarà...

Valori %

Base: conoscono Expo (481)

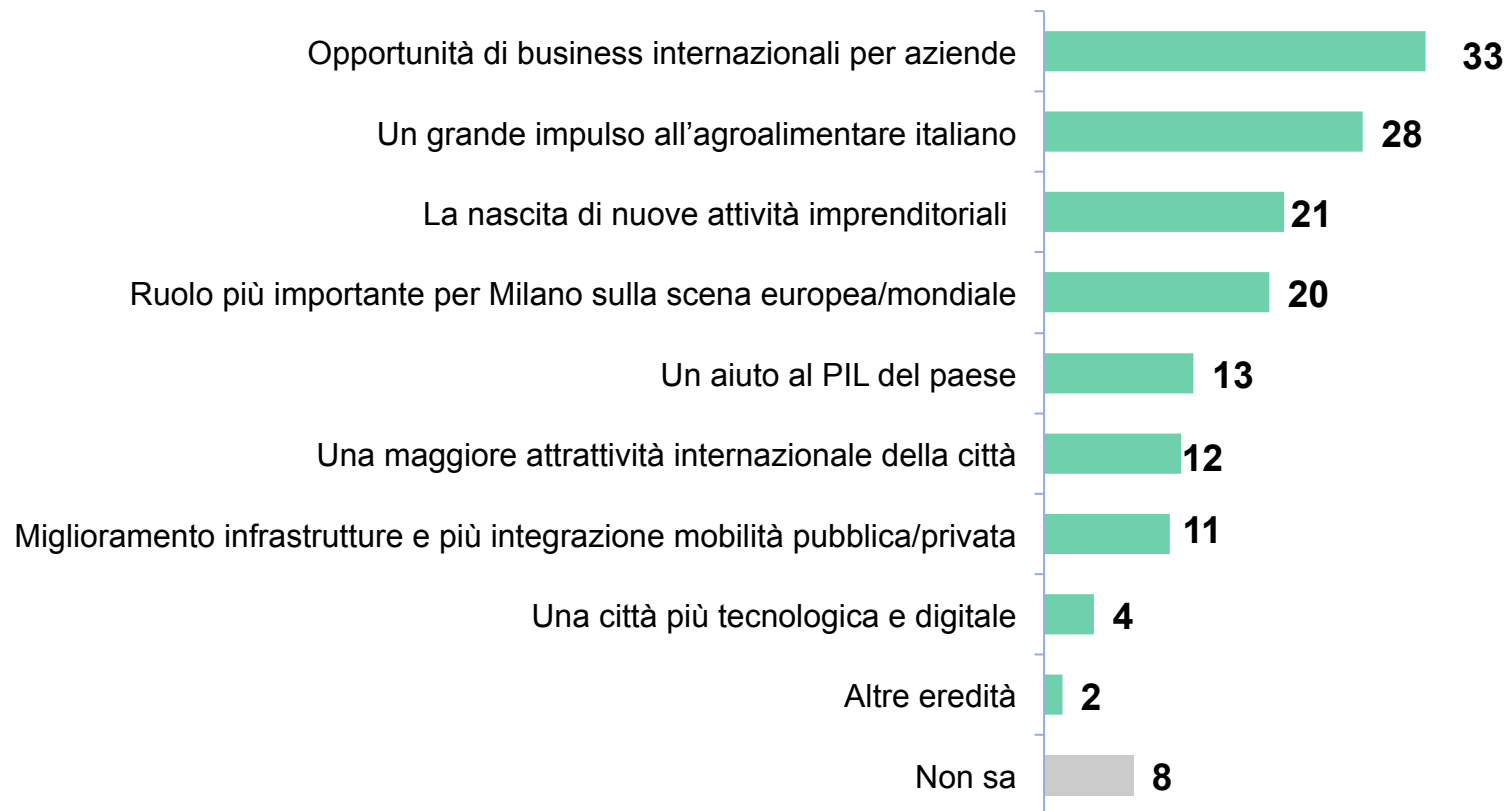


Nonostante tutto Expo rappresenta un'opportunità per le imprese che si affacciano all'estero e per quelle che operano nell'agroalimentare

Secondo lei, quale eredità lascerà Expo?

Valori %

Base: ritengono che EXPO sarà un successo/un grande successo (226)

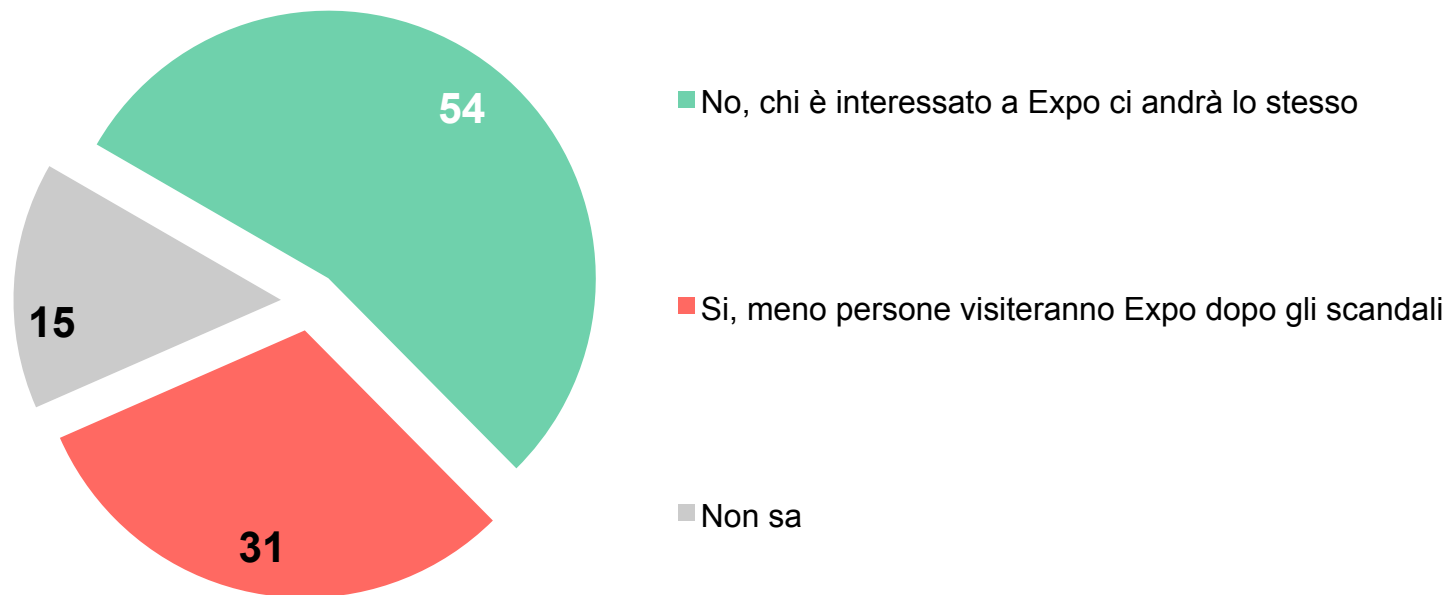


Per la maggioranza degli intervistati l'affluenza all'Expo non soffrirà degli scandali degli ultimi mesi, anche se ben 1/3 pensa che avranno ripercussioni

Secondo Lei gli scandali che hanno coinvolto l'Expo avranno ripercussioni sulla riuscita dell'evento?

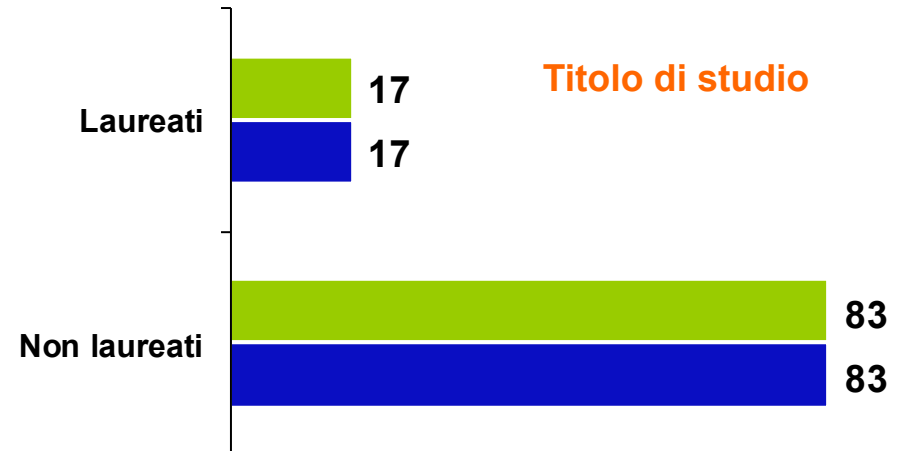
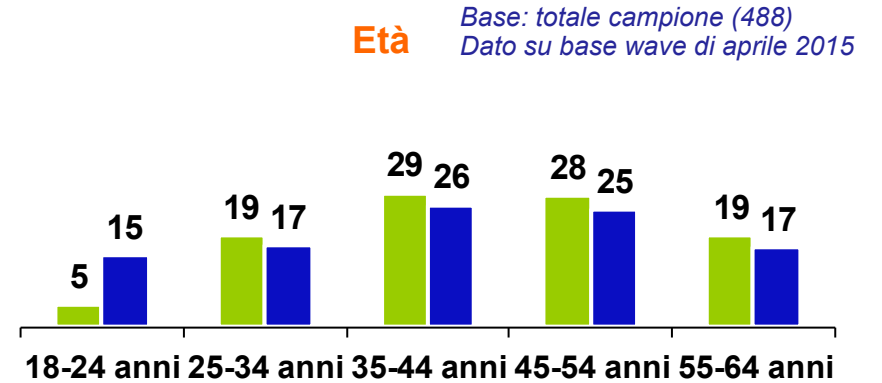
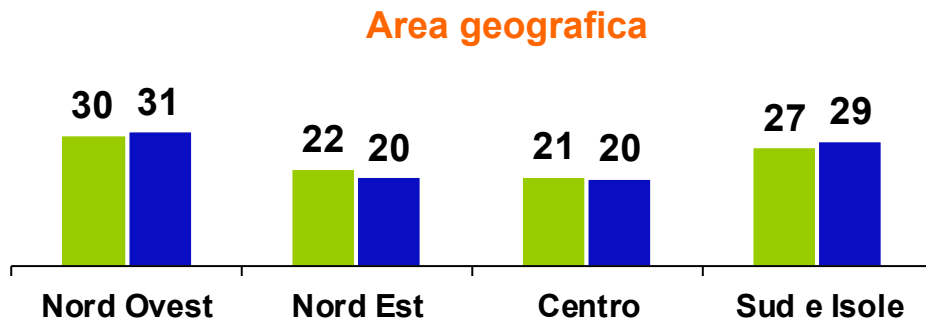
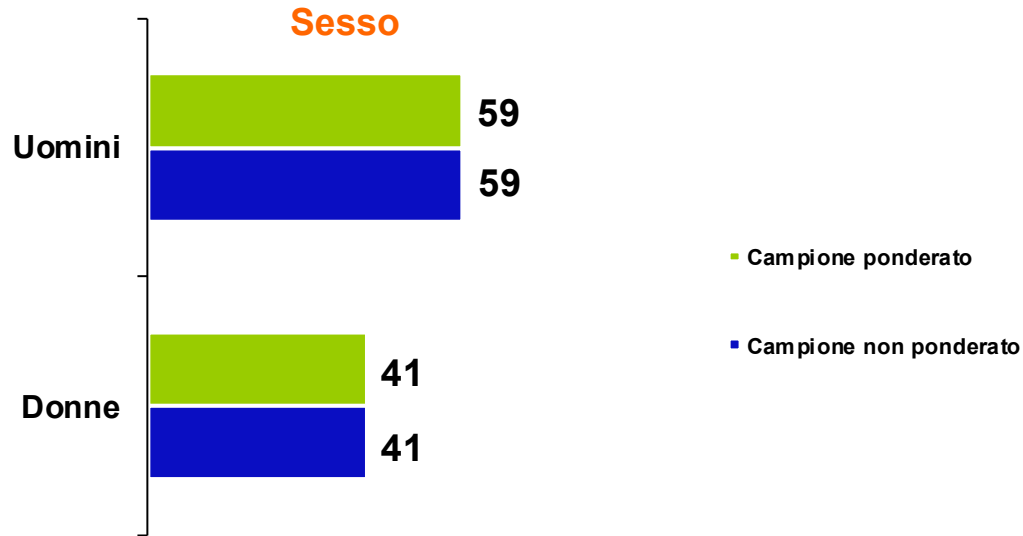
Valori %

Base: totale campione (488)



Il campione

Il campione

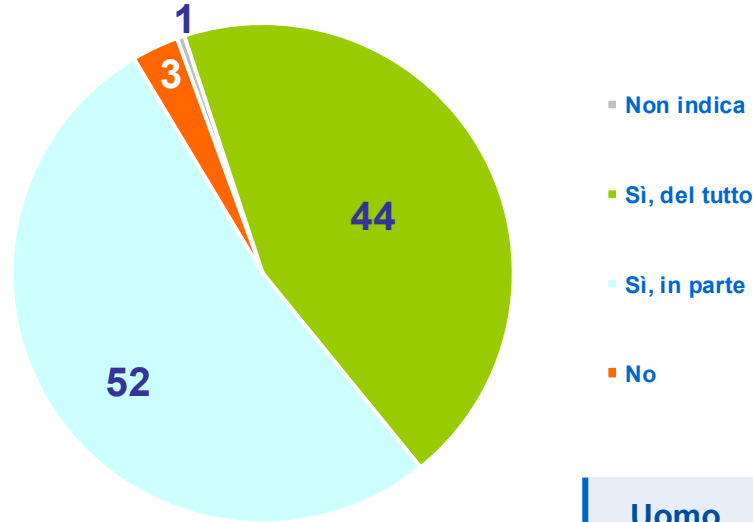


Il responsabile degli acquisti

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

Base: totale campione (488)
Dato su base wave di aprile 2015

Valori %



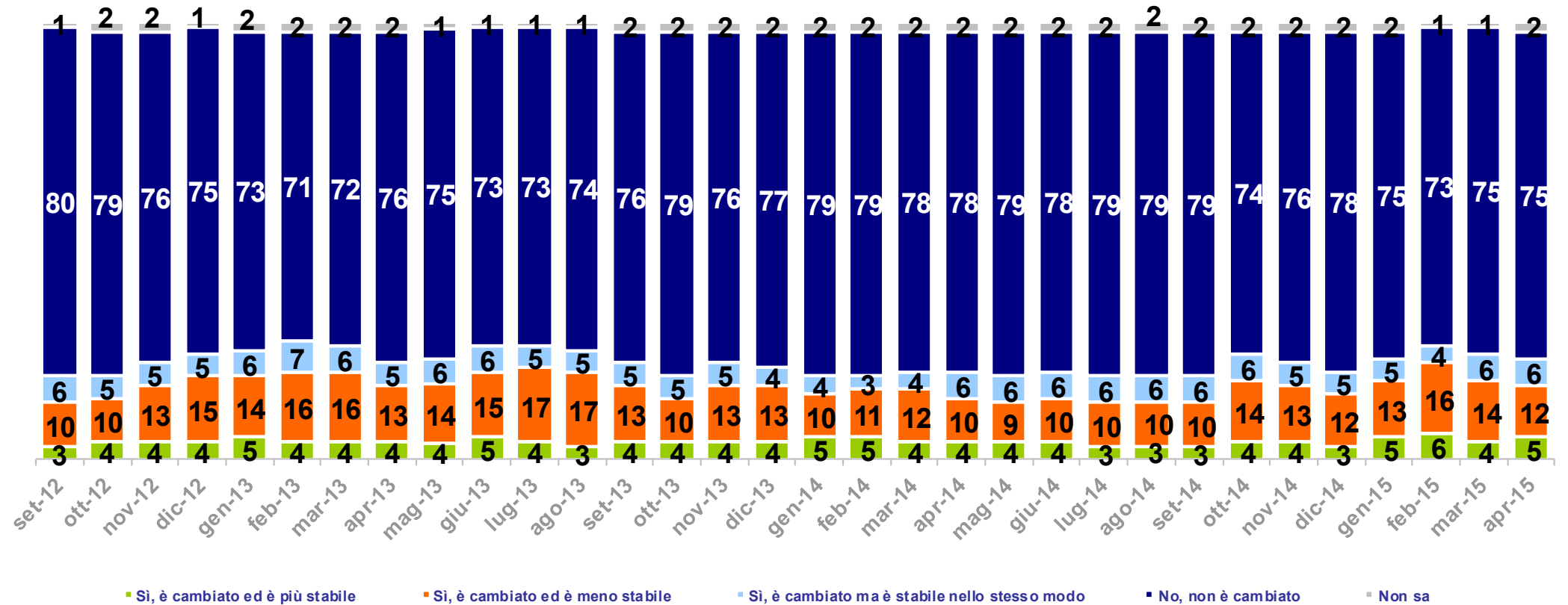
	Uomo	Donna	18-34	35-44	45-64
Base	289	199	117	139	232
Sì, del tutto	38	54	44	50	42
Sì, in parte	59	41	48	47	57
No	3	4	6	3	1
Non indica	-	1	2	-	-

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