



L'Osservatorio

Findomestic · Mensile

Il clima di fiducia
e le intenzioni di acquisto degli italiani

Indagine Agosto 2015

Dati rilevati nel mese di Luglio 2015



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



Saldi estivi e sentiment degli Italiani

Il 50% degli intervistati ritiene di aver fatto degli autentici affari.

Tra coloro che posticipano gli acquisti, la metà ha comperato beni ritenuti necessari.

Ben due terzi degli interpellati (il 67%) ha infatti atteso i saldi per sfruttare i prezzi più favorevoli.

Buone le aspettative di risparmio e di consumo. In lieve crescita la soddisfazione per la situazione del Paese.

Bene le prospettive di spesa per gli autoveicoli nuovi, i mobili, i viaggi e le vacanze.

I saldi si confermano ancora una volta uno strumento per fare autentici affari, acquistare cose utili o indispensabili, soprattutto nel campo dell'abbigliamento e delle calzature. Tuttavia il 17% degli intervistati preferisce attendere a comperare quando il bene sarà effettivamente necessario.

Abbigliamento e calzature fanno la parte del leone con l'89% dei beni venduti durante i saldi. I prodotti per la cura della persona con il 20% e la telefonia con il 10%, seguono a grande distanza.

Lo sconto mimo ritenuto accettabile è del 33%.

A fronte di saldi eccessivi gli intervistati dichiarano che avrebbero dubbi sulla qualità dei prodotti, mentre oltre il 50% del campione ha controllato con attenzione lo scontrino di partenza.

Fra coloro che non hanno fruito dei saldi è interessante notare che il 17% si dichiara "senza soldi".

Questi dati si collocano comunque in un contesto favorevole, in cui è fortemente in aumento l'aspettativa di risparmio a un anno, unitamente alla quota accantonabile mensilmente. Il livello di soddisfazione per la situazione del Paese ha registrato nell'ultimo mese un lieve incremento, mentre quello per la situazione personale è rimasto stabile.

Nei prossimi tre mesi la propensione a "spendere" è prevista in aumento per i veicoli ed i beni semi durevoli, oltre che per la ristrutturazione edilizia.

I MERCATI

Tempo Libero: in crescita viaggi e vacanze. Stabili l'abbigliamento sportivo e le attrezzature fai da te.

Trend positivo per il settore del tempo libero che passano dal 43,5% al 44,3%.

Si mostrano stabili invece i dati che si riferiscono alle attrezzature fai da te (26,3%) e all'abbigliamento sportivo (24,3%).

Elettrodomestici: in calo le intenzioni di acquisto e di spesa dell'elettronica di consumo.

Sono lievemente negativi i dati relativi all'intenzione di acquisto dei piccoli elettrodomestici che passano dal 30,1% al 28% e quelli in relazione all'elettronica di consumo (dal 24,5% al 23,5%). Stabile il dato

invece relativo alla volontà di comprare un grande elettrodomestico (16,9%), che registra tuttavia una flessione per quello che riguarda l'ammontare della spesa che gli italiani impiegheranno (da 732 euro a 706 euro).

Gli intervistati spenderanno meno anche per l'elettronica di consumo, settore in cui si registra un calo da 578 euro a 536 euro, a differenza dei piccoli elettrodomestici che si attestano su una previsione di spesa stabile (175 euro).

Informatica, telefonia e fotografia: sono costanti i dati relativi all'ammontare della spesa dei beni del comparto tecnologico.

La spesa prevista dagli italiani sarà stabile per tutti beni del settore merceologico della tecnologia (telefonia 327 euro, tablet 305 euro e pc 522 euro), tranne per la categoria della fotografia, che registra una flessione da 400 euro a 358 euro. Previsioni in calo per quanto riguarda telefonia (23,2%), fotocamere (15,4%) e tablet (13,4%). Costante è il dato relativo all'intenzione di acquisto di pc (20,6%).

Casa e arredamento: aumenta l'intenzione di acquistare mobili e di ristrutturare la casa.

I dati che riguardano i mobili sono eterogenei: da un lato cresce la volontà di acquisto (da 17,4% a 18,8%), in leggera flessione la proiezione di spesa (da 1.761 euro a 1.706 euro). Trend positivo per l'intenzione di ristrutturare la casa (da 11,9% a 12,3%), in lieve calo l'idea di

comprarla (da 6,1% a 5,7%).

Veicoli: trend positivo per l'acquisto di un'automobile nuova, costante è la spesa prevista. In calo invece i dati relativi alle moto.

In aumento le previsioni di acquisto di un'auto nuova (dal 13% al 14,2%), mentre è costante la proiezione di spesa (19,239 euro). Trend negativo invece per le moto, che registrano una flessione sia nelle previsioni di acquisto (dal 7,9% al 7,1%), sia nell'ammontare di spesa (da 3,819 euro a 3,699 euro). Sono stabili i dati delle automobili usate: l'intenzione di acquisto si attesta al 9,4% e la spesa al 7,266 euro.

Efficienza Energetica: a luglio cresce l'intenzione di acquistare un impianto fotovoltaico.

Si registrano dati positivi relativamente alla volontà di comprare un impianto fotovoltaico (da 5,2% al 5,5%), lieve calo per la spesa media (da 5,649 euro a 5,534 euro). Stabili i dati che si registrano per gli impianti solari termici relativi alle proiezioni di acquisto (4,5%) mentre sono in lieve calo le proiezioni di spesa (da 3,576 euro a 3,485 euro). Costanti sono i dati relativi alle caldaie a risparmio energetico: 8,01% (proiezione di acquisto) e 1,275 euro è il budget previsto dagli italiani. Lieve calo anche per gli infissi (da 11,3% a 10,7%) circa l'intenzione di acquisto mentre è costante la previsione di spesa (2,302 euro).

La sintesi dei trend

	Confronto congiunturale (mese precedente)	Confronto tendenziale (stesso periodo anno precedente)	
Scenario socio-economico			<i>La disoccupazione sia generale sia giovanile resta stabile, mentre prosegue il trend in lieve crescita dell'inflazione</i>
Sentiment			<i>A luglio si registra un miglioramento significativo degli indicatori di sentiment : le previsioni di risparmio dei prossimi 12 mesi raggiungono il valore più alto dall'inizio della serie storica</i>
Tempo libero			<i>Prosegue il trend crescente di coloro che viaggeranno nei prossimi 3 mesi (il dato è il più elevato della serie storica, +0,8 punti rispetto al mese scorso), stabili invece le previsioni di acquisto di attrezzature sportive e fai da te</i>
Elettrodomestici			<i>A luglio sono stabili le previsioni di acquisto di grandi elettrodomestici, diminuiscono gli intenzionati all'acquisto di elettrodomestici piccoli ed elettronica di consumo, anche se i dati restano più alti di un anno fa</i>
Informatica, telefonia e fotografia			<i>Calo nelle previsioni di acquisto di smartphone, tablet, foto e videocamere, in lieve aumento gli intenzionati ad acquistare pc. Tutti i valori sono comunque superiori rispetto a luglio 2014.</i>
Veicoli			<i>A luglio si rafforza il trend degli intenzionati ad acquistare veicoli nuovi (+1,2 punti percentuali), mentre si registra una flessione per motocicli e scooter</i>
Casa			<i>Gli intenzionati all'acquisto di mobili e alla ristrutturazione della casa crescono, in leggero calo invece coloro che prevedono di acquistare una casa</i>
Efficienza energetica			<i>Lievi variazioni nelle previsioni di acquisto di prodotti di efficienza energetica: calano gli impianti solari termici e gli infissi, aumentano leggermente stufe a pellet e impianti fotovoltaici. I dati sono comunque più elevati rispetto a un anno fa</i>

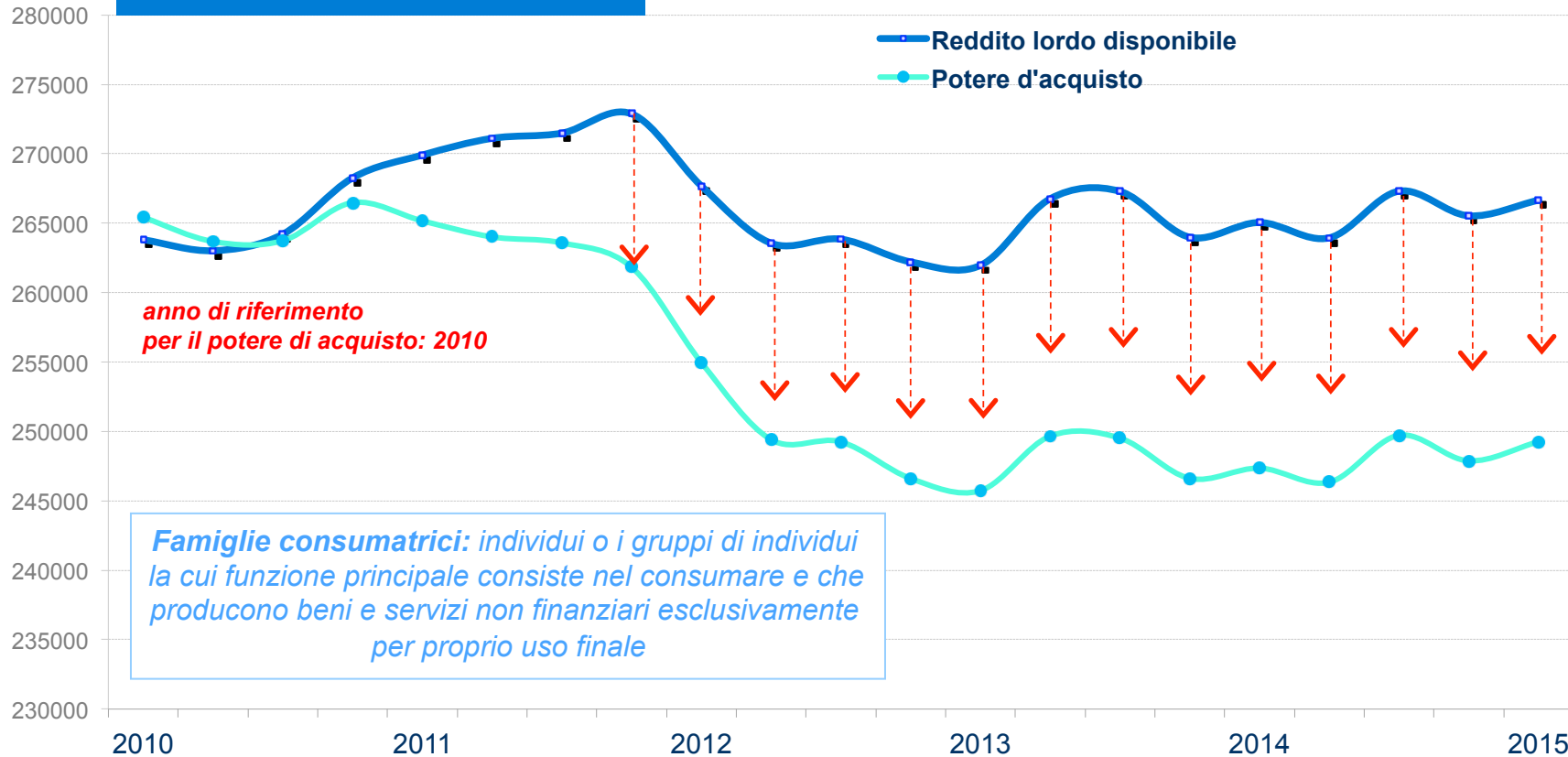
Alcuni dati di scenario

Nel primo trimestre 2015 si registra una lieve crescita sia del reddito lordo disponibile sia del potere d'acquisto

Valori %

Valori trimestrali destagionalizzati
in milioni di Euro

FONTE: Istat

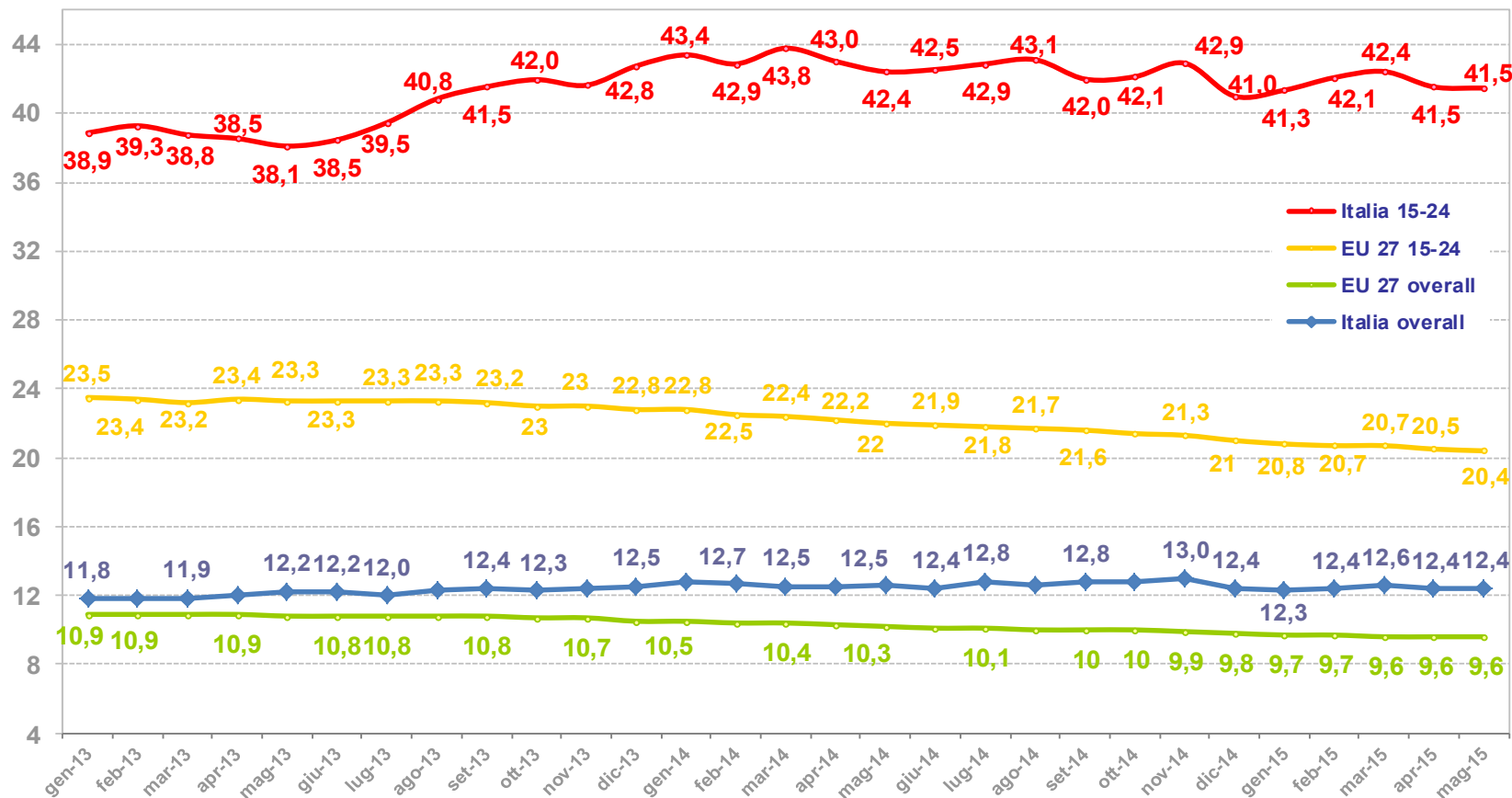


* Il potere di acquisto è il reddito lordo disponibile delle famiglie in termini reali, ottenuto utilizzando il deflatore della spesa per consumi finali (valori concatenati con anno di riferimento 2010)

A maggio sia il tasso di disoccupazione totale sia quello giovanile restano stabili

FONTE: Istat - Eurostat

Valori %



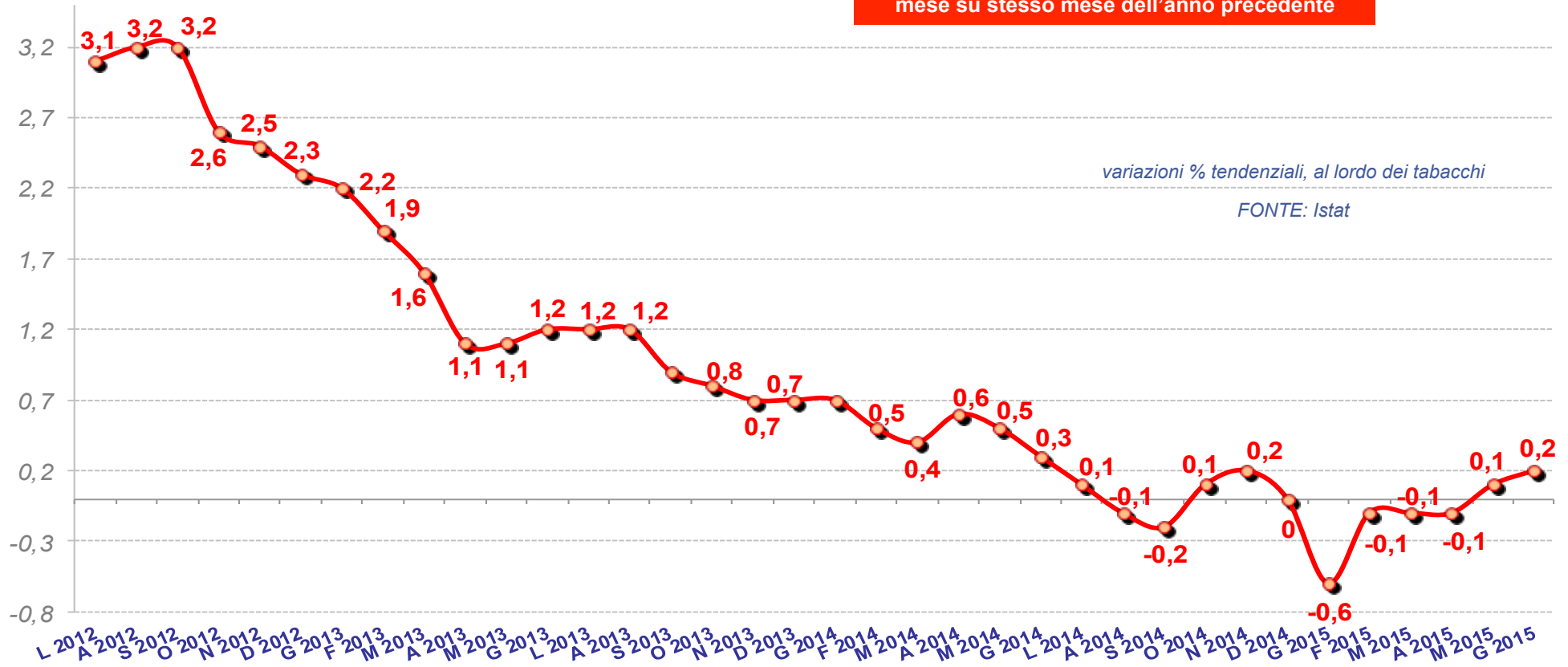
✓ Andamento del tasso di disoccupazione mensile
DATI DESTAGIONALIZZATI

✓ 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 giugno continua il trend crescente dell'inflazione

Variazioni % dell'indice dei prezzi al consumo
mese su stesso mese dell'anno precedente

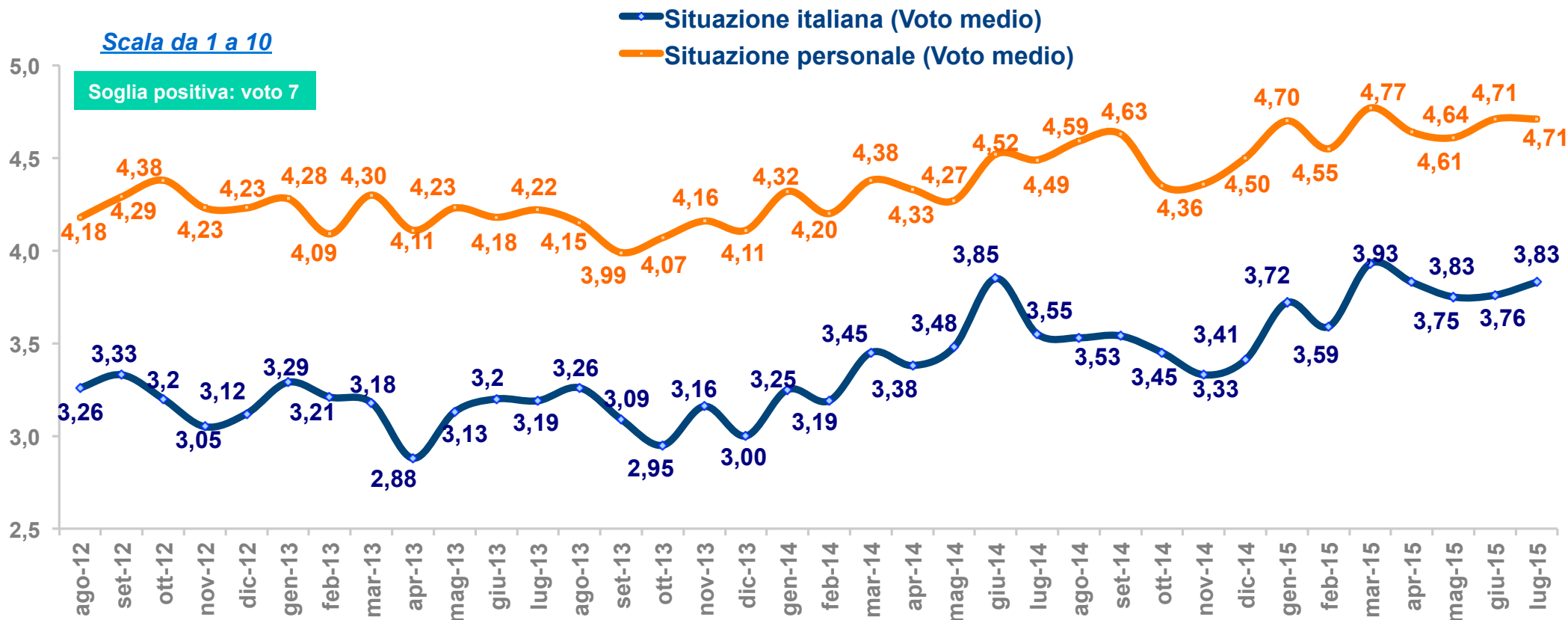


Il sentiment

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?

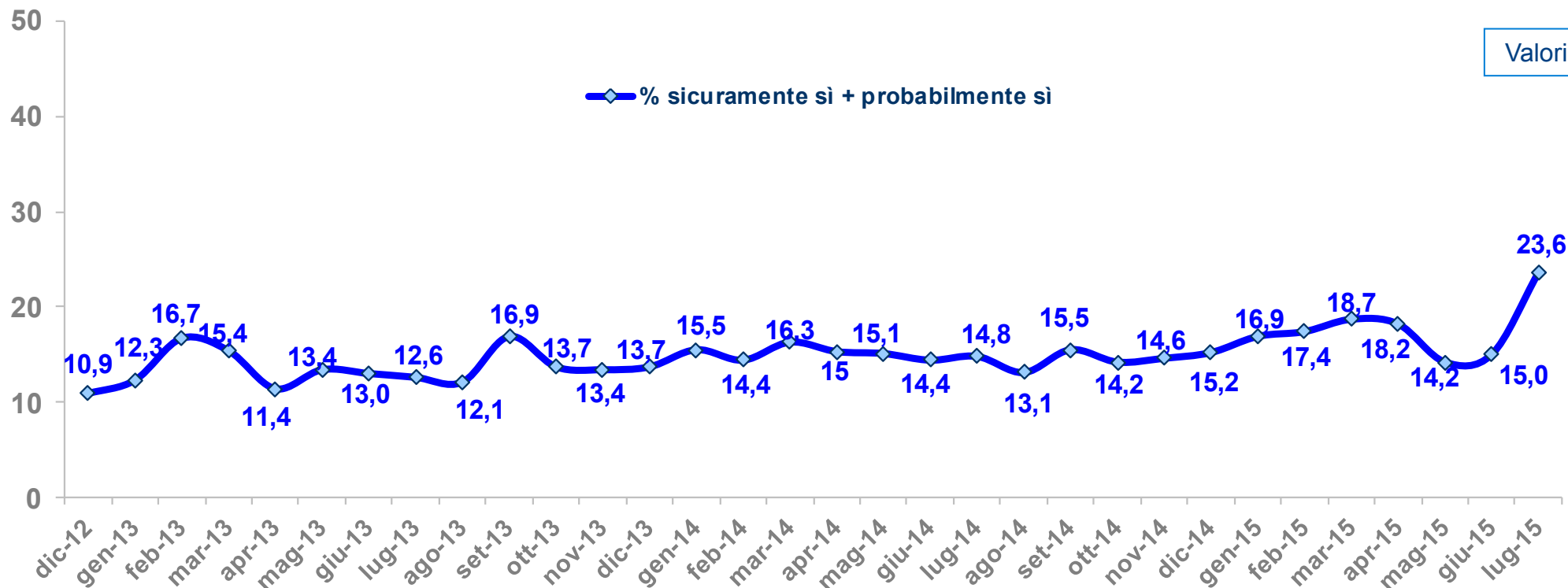
Base: totale campione (515)
 Dato su base wave di luglio



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 (515)
Dato su base wave di luglio



Il tempo libero

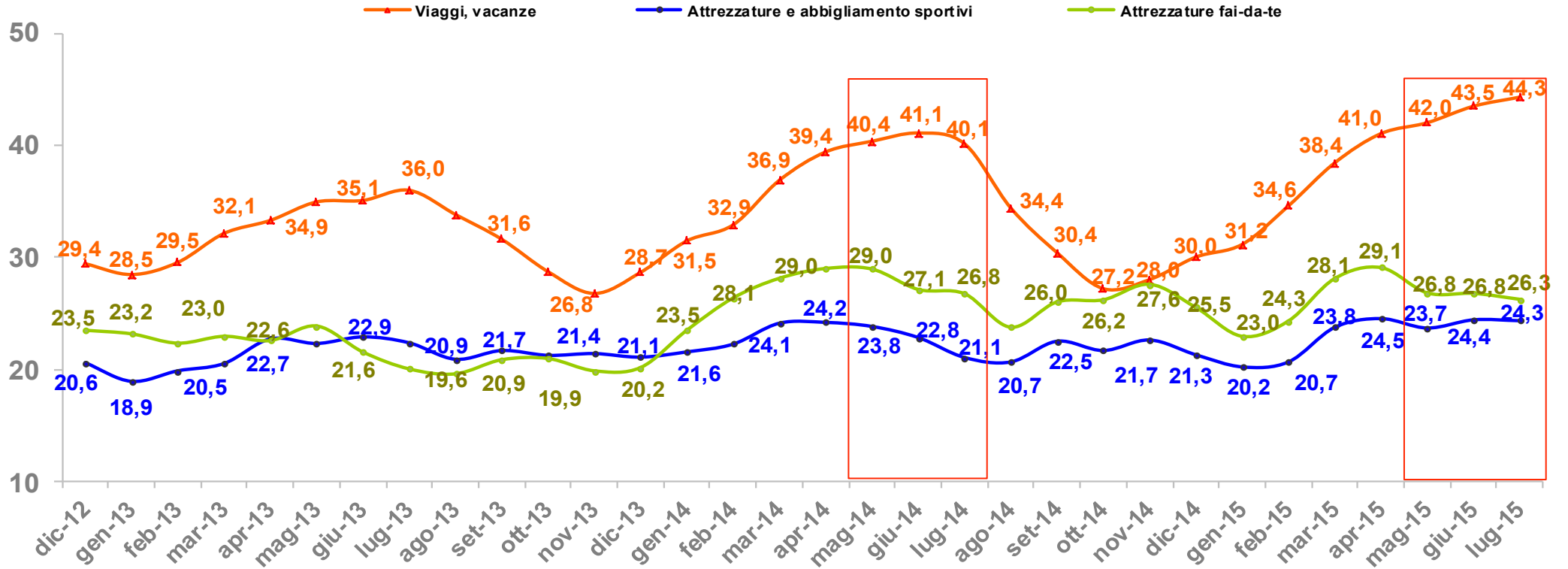
Quanti prevedono di sostenere delle spese per il TEMPO LIBERO nei prossimi tre mesi

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

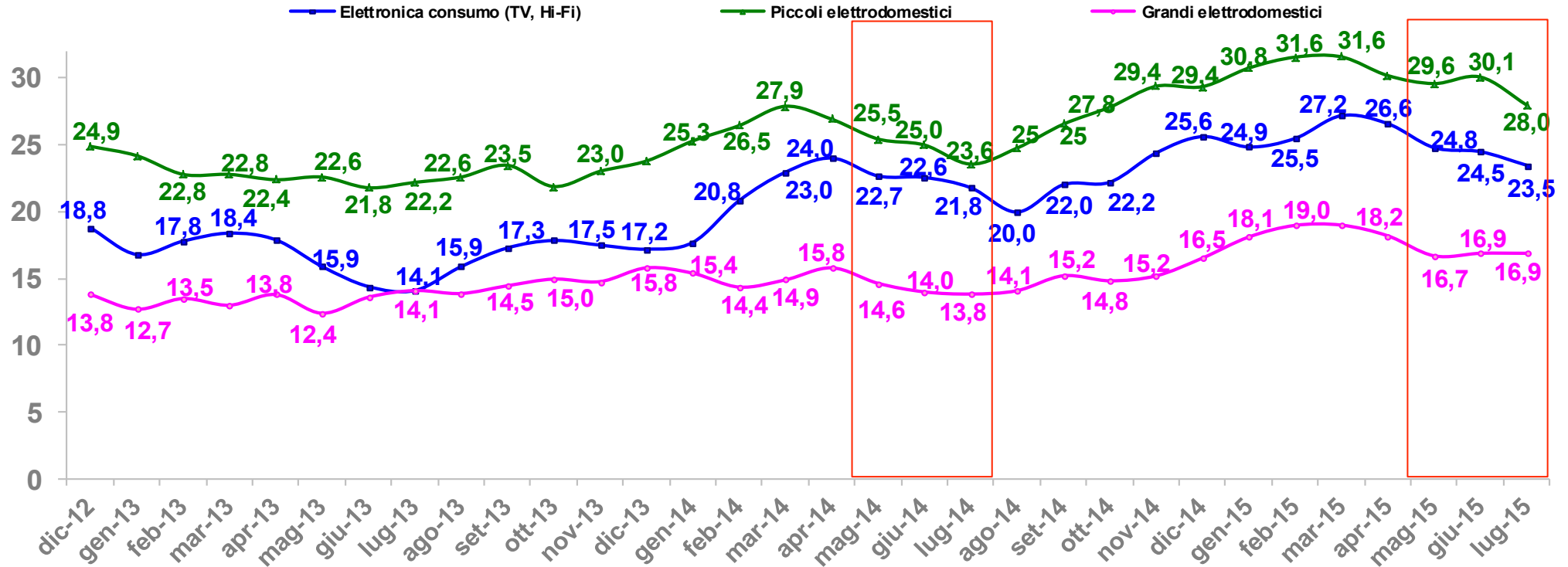
Quanti prevedono di acquistare ELETTRODOMESTICI nei prossimi 3 mesi

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

Valori %

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

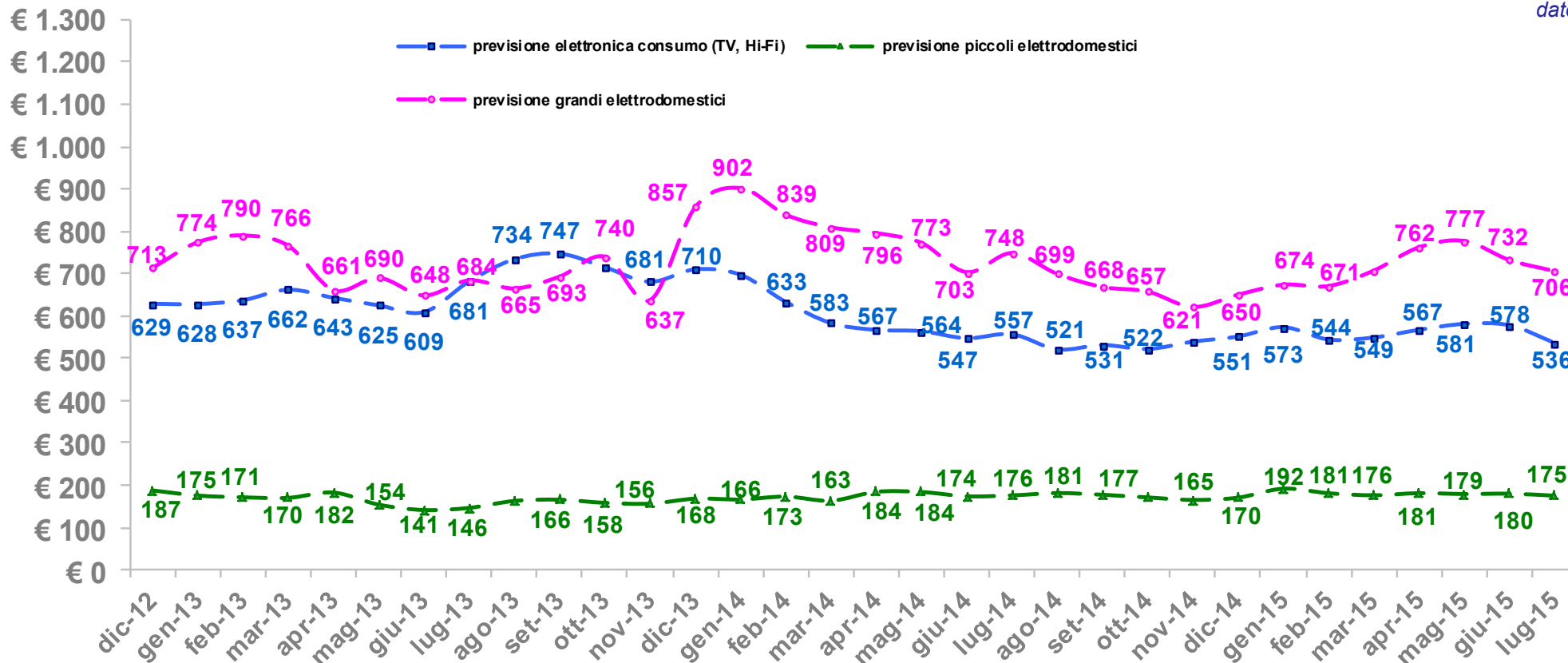
Base: totale campione
dato rolling



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

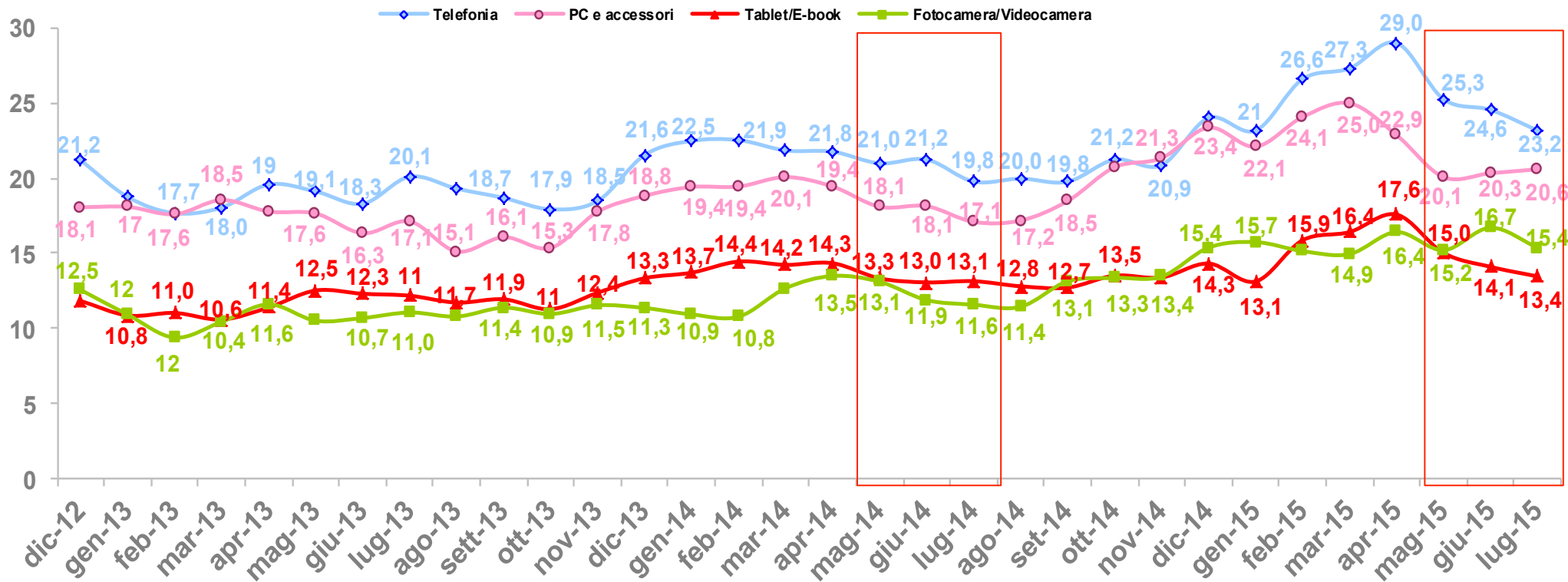
Quanti prevedono di acquistare INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA

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

Valori %

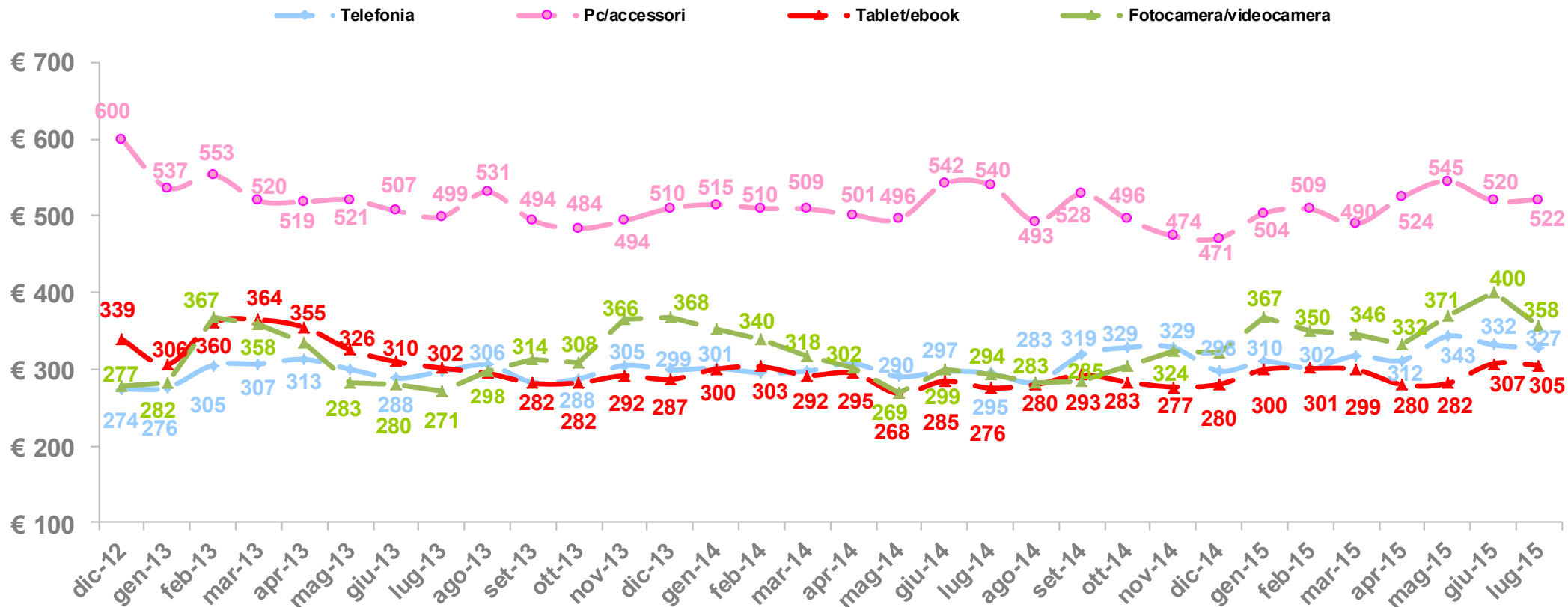
% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione dato rolling



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

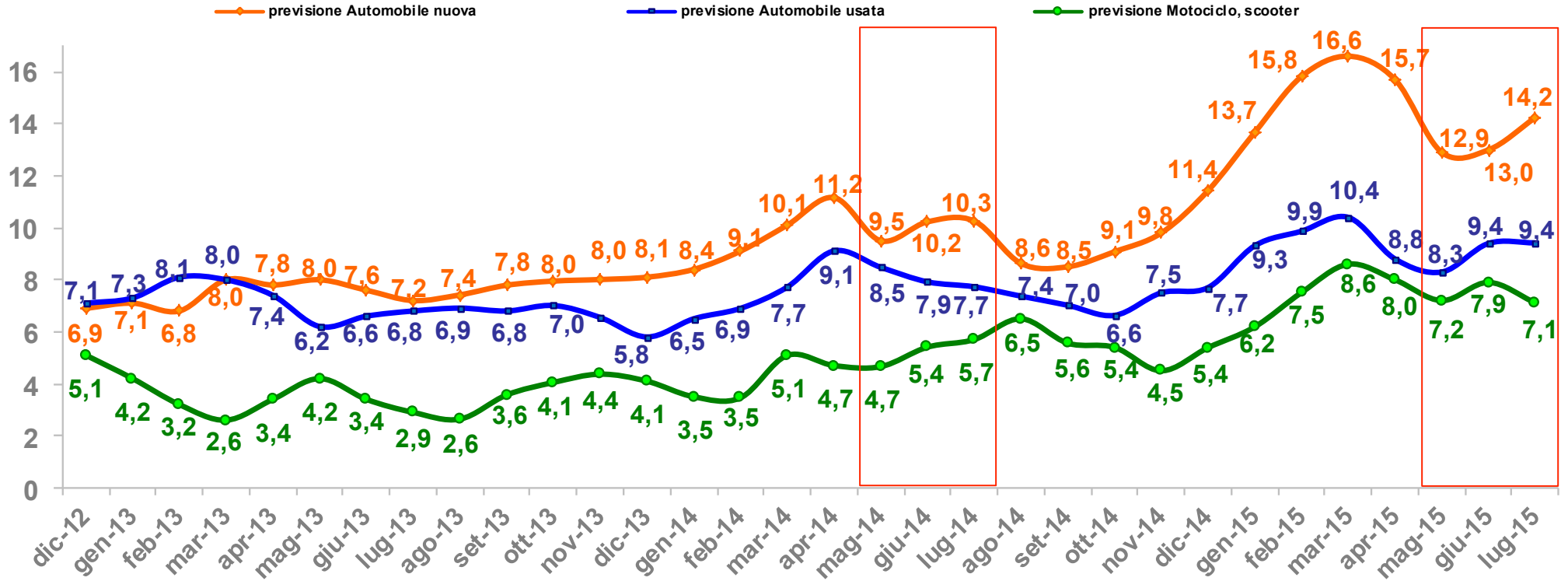
Quanti prevedono di acquistare VEICOLI nei prossimi 3 mesi

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

Valori %

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

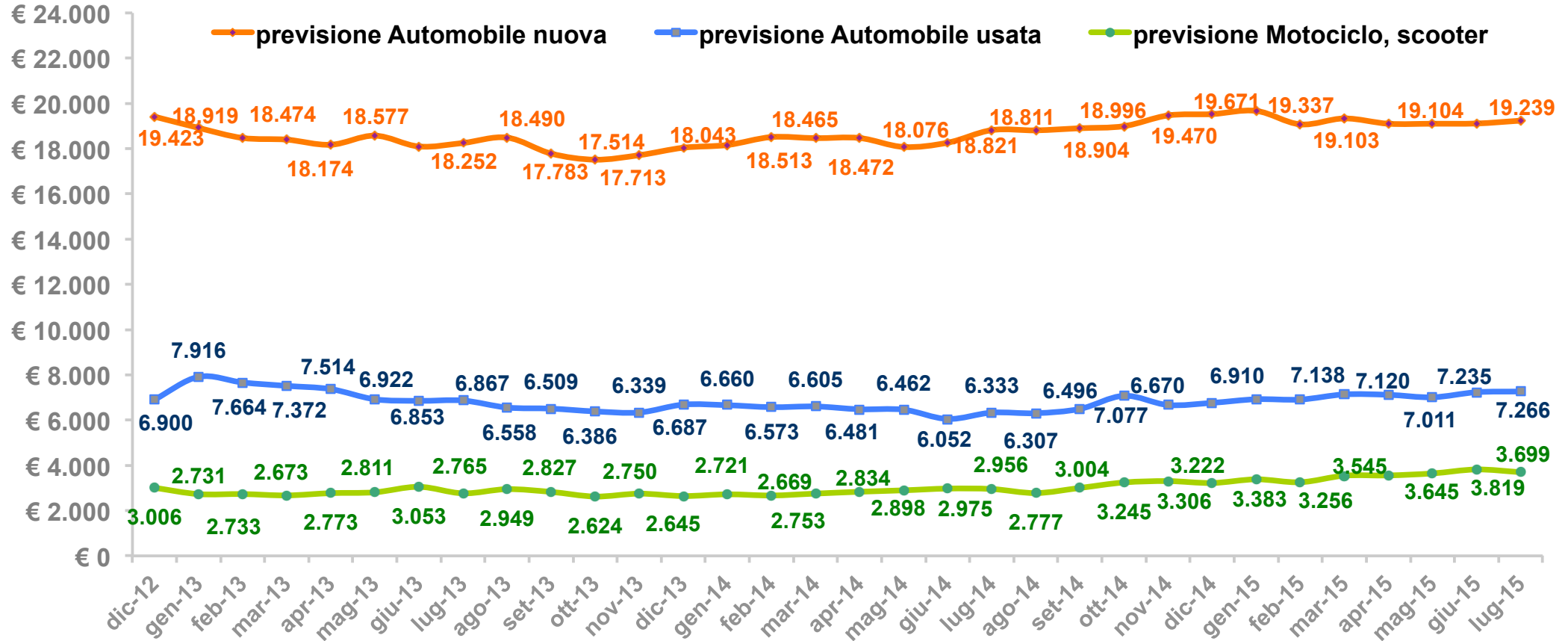
Base: totale campione
dato rolling



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

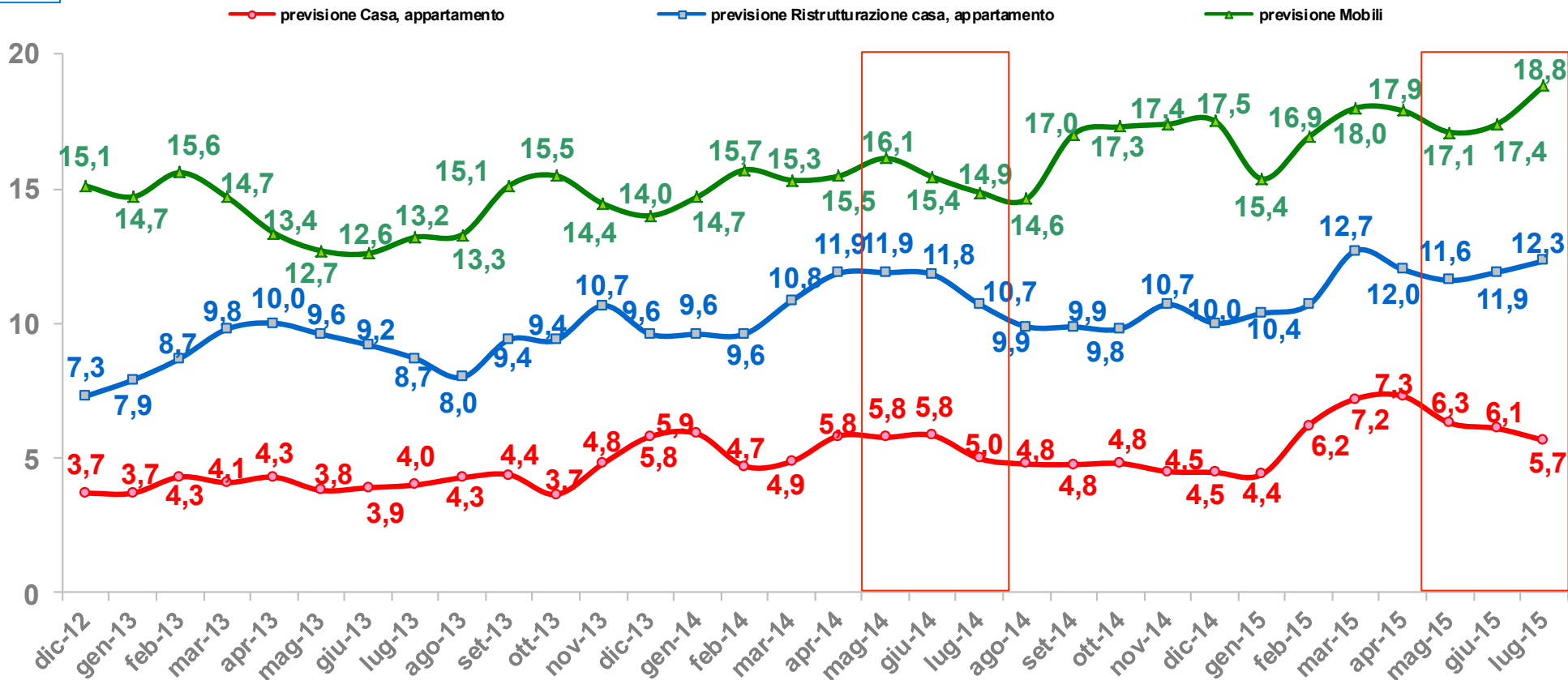
Quanti prevedono di acquistare MOBILI, CASA O RISTRUTTURARLA

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

Base: totale campione dato rolling

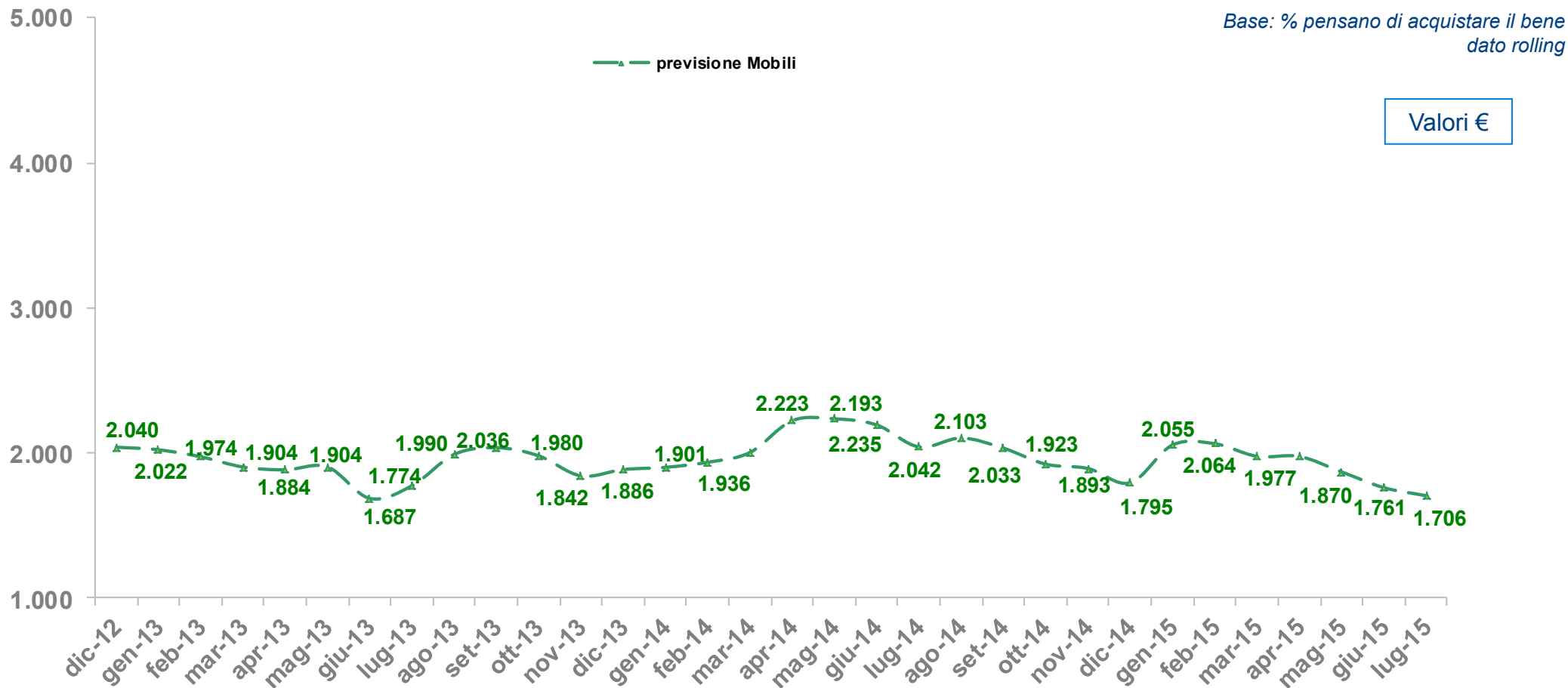
Valori %

% 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?



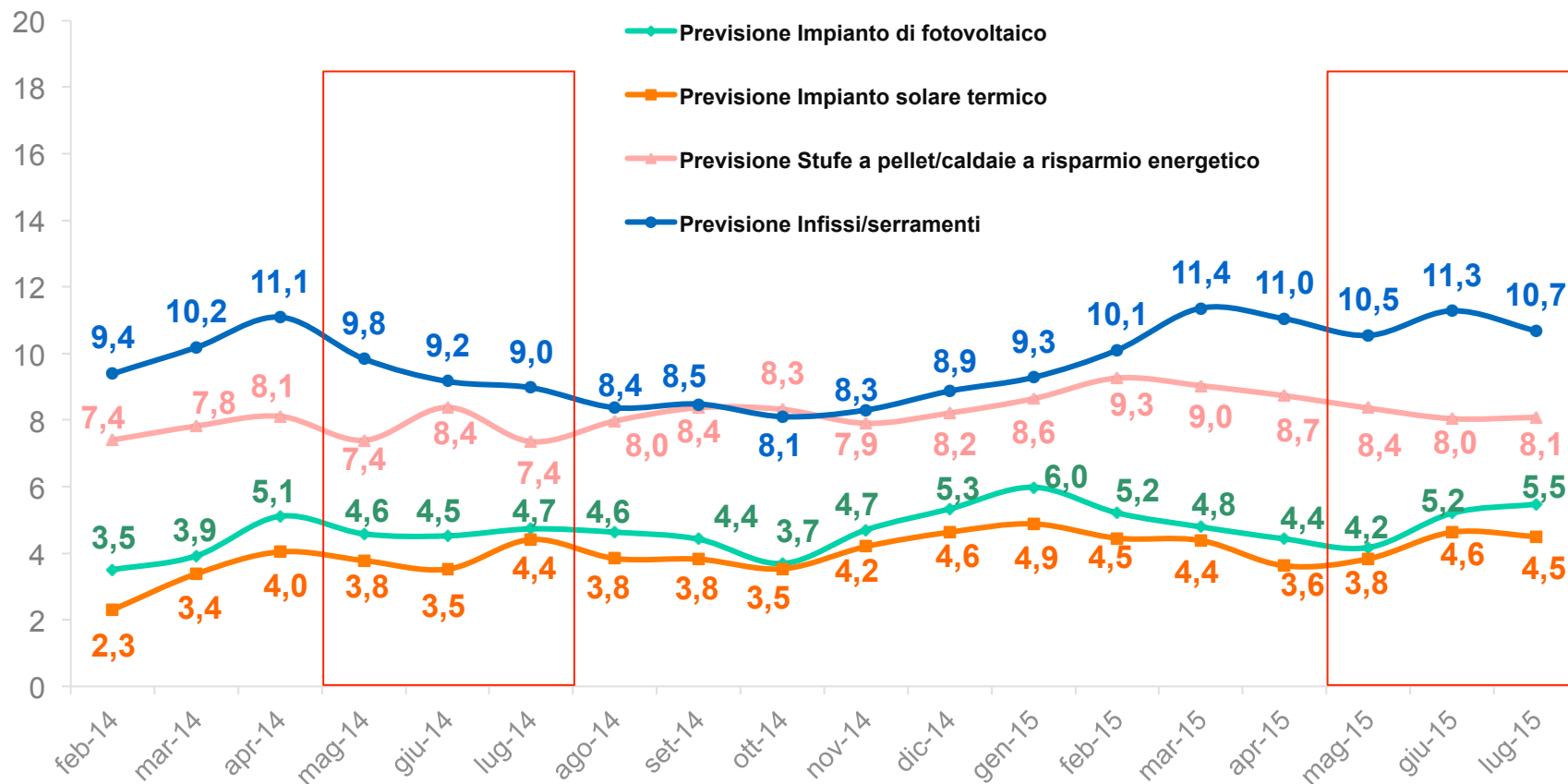
L'efficienza energetica

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

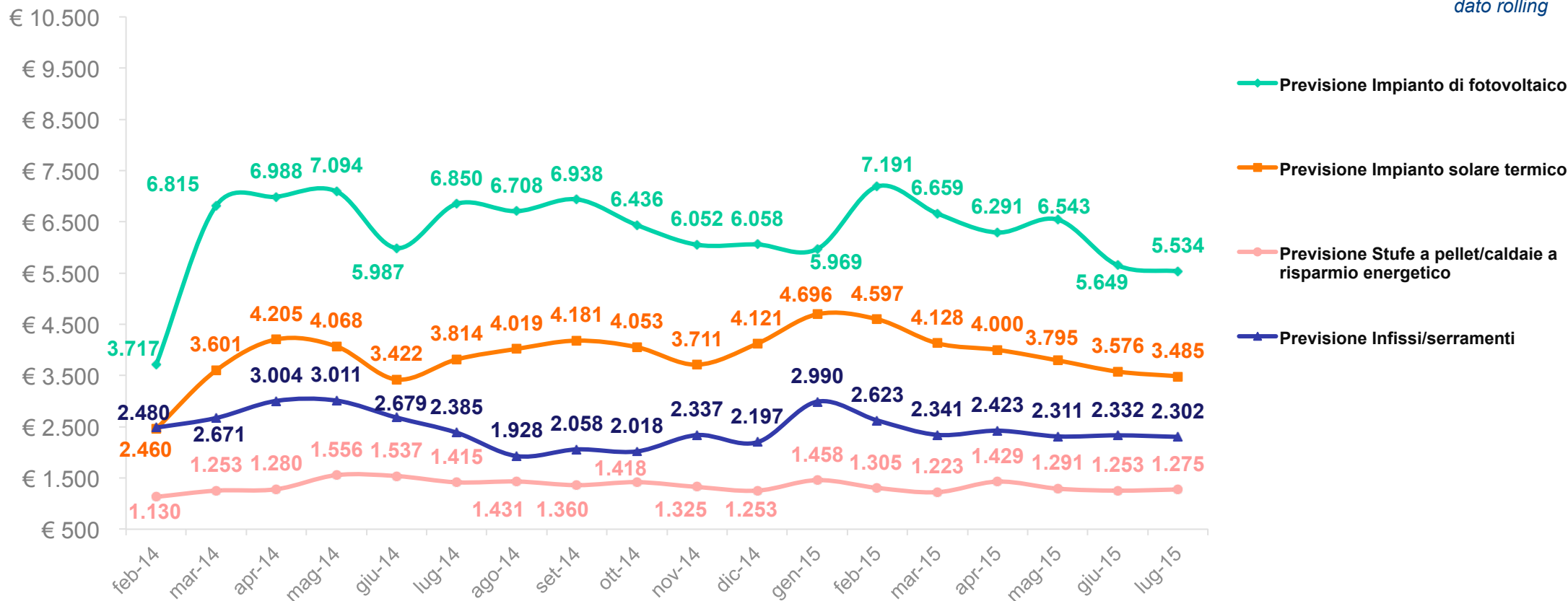


Valori %

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:
I saldi estivi**

I saldi estivi

Puntuali come ogni anno, a luglio sono cominciati i saldi estivi e l'interesse è tuttora molto alto, soprattutto in questi anni di crisi: il 67% dei 18-64enni attivi intervistati ha usufruito o ha intenzione di usufruirne (+ 5 punti percentuali rispetto a dicembre), mentre solo il 17% non ha intenzione di sfruttarli, principalmente perché preferisce rimandare l'acquisto a quando sarà effettivamente necessario.

I prodotti più ambiti da chi decide di sfruttare i saldi sono i capi di abbigliamento e le calzature, con l'89% delle preferenze, seguono, ma a grande distanza, i prodotti per la cura della persona (20%) e la telefonia (10%). E se il prodotto desiderato non è più disponibile come ci si sente? Il 39% degli intervistati rimpiange il fatto di non averlo acquistato prima, il 34% ne resta indifferente, segno che ha corso il rischio con consapevolezza, mentre un 17% arriva addirittura a provare rabbia. Forse erano pronti a comprarlo a prezzo pieno, ma chi troppo vuole ...

In generale si cerca di stare attenti alla veridicità degli sconti, onde evitare finti ribassi: più di 1 intervistato su 2 infatti dichiara di controllare che i saldi siano effettivi e ben il 60% complessivamente, al termine degli acquisti, spende quanto prefissato. Il consumatore italiano è quindi programmatore e razionale.

Può capitare che i prezzi prima dei saldi vengano aumentati per alzare la percentuale di sconto, per cui è bene controllare, anche quando ci si fida e ci si attende uno sconto medio effettivo del 46%, ben più alto di quello registrato dai dati dell'Unione Consumatori (21,55% per la categoria «abbigliamento e calzature»). Lo sconto minimo accettabile è pari al 33%, mentre si avrebbero delle perplessità sulla qualità del prodotto nel caso in cui la percentuale fosse superiore al 75%.

I saldi sono comunque l'occasione per acquistare prodotti che si sono posticipati in passato, infatti 2 intervistati su 3 dichiarano di aspettare questo periodo per acquistare a un prezzo più basso, anche perché quasi la metà del totale campione pensa che durante i saldi si possano fare dei veri e propri affari. Interessante anche il fatto che tra coloro che posticipano gli acquisti per poter sfruttare i saldi, ben il 52% compra prodotti che definisce 'necessari', segno che molto spesso non si tratta di 'sfizi' da togliersi, o che lo sfizio, dopo anni di crisi, è diventato necessario.

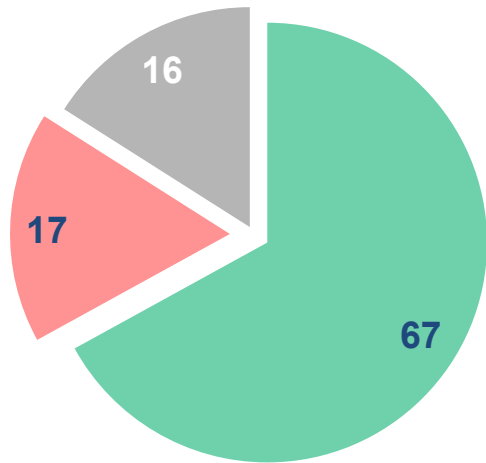
È comunque nutrito il gruppo di persone che richiede una maggiore regolamentazione dei saldi (36%) e un 19% che teme che si possa incorrere in truffe (il 14% anche tra coloro che dichiarano di averne usufruito).

2 intervistati su 3 usufruiranno o hanno usufruito dei saldi estivi 2015

Valori %

A luglio come ogni anno iniziano i saldi estivi. Lei ha acquistato o ha intenzione di acquistare articoli in saldo?

Base: totale campione (515)



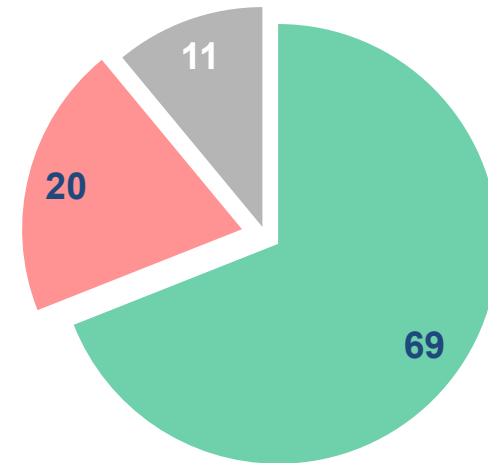
Trend saldi invernali
% di coloro che hanno dichiarato: «usufruirò dei saldi»

Dicembre 2014: 62%
Dicembre 2013: 59%
Gennaio 2013: 65%

- Sì, ho acquistato/intendo acquistare durante i saldi
- No, non ho acquistato né intendo farlo
- Non so

E l'anno scorso aveva usufruito dei saldi?

Base: totale campione (515)



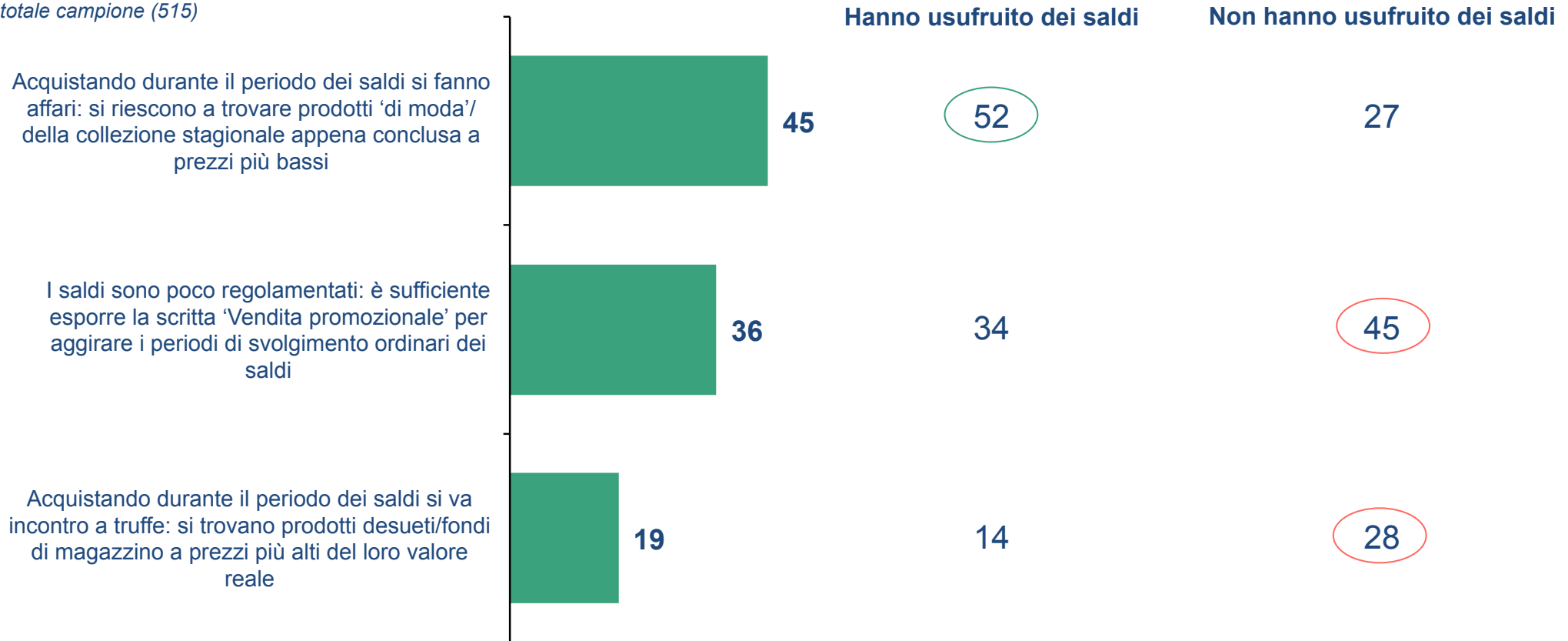
- Sì
- No
- Non ricorda

Il 45% dei 18-64enni attivi intervistati pensa che acquistando durante i saldi si facciano affari

Valori %

Di seguito trova alcune informazioni riguardanti i saldi. Con quale di queste lei è più d'accordo?

Base: totale campione (515)

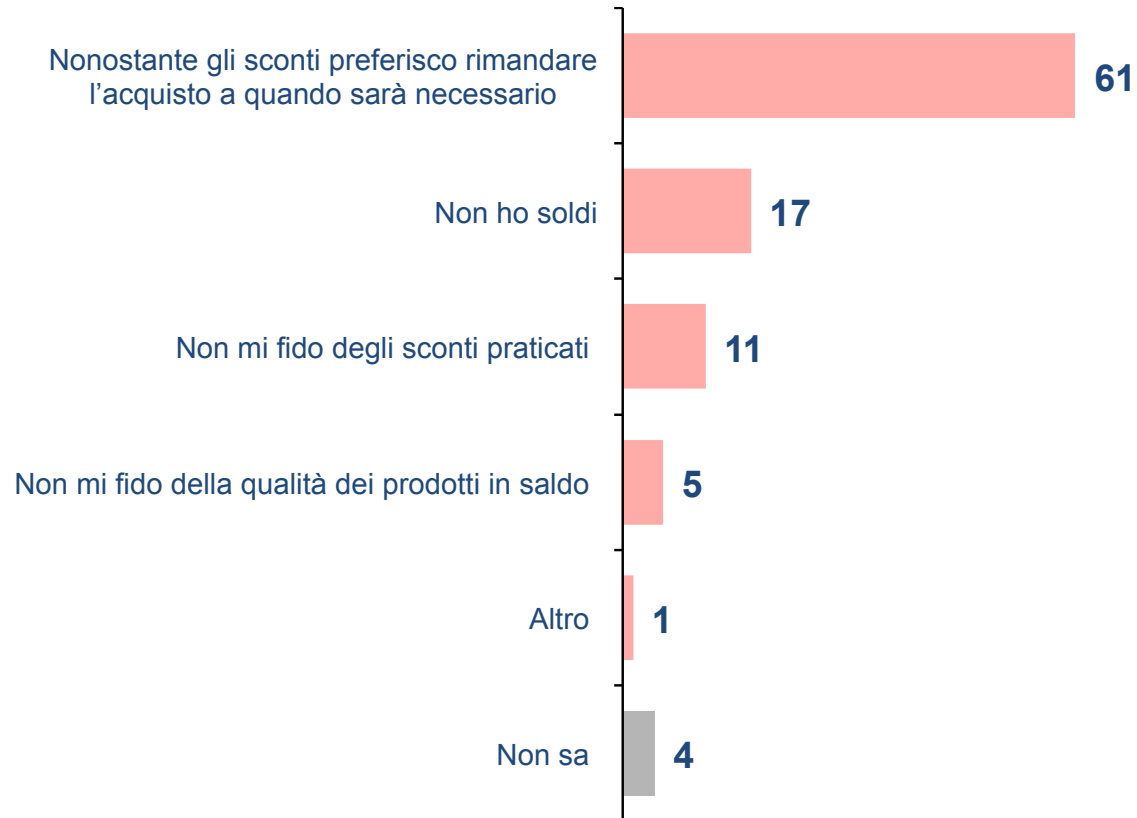


Per quale motivo non usufruire dei saldi?

Valori %

Per quale motivo non ha usufruito / non intende usufruire dei saldi?

Base: non hanno usufruito e non intendono usufruire dei saldi (85)

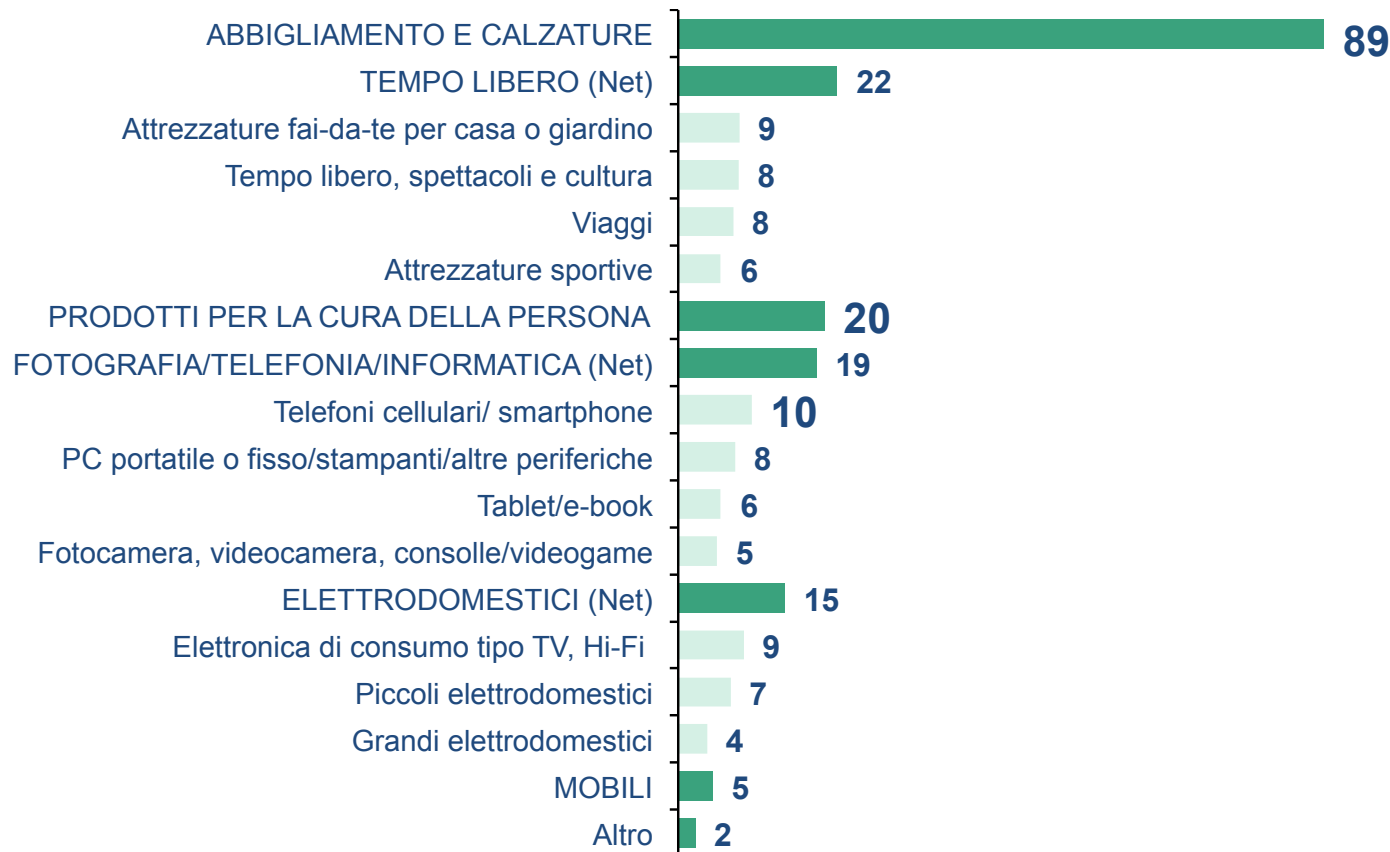


Chi usufruirà dei saldi acquisterà in prevalenza capi di abbigliamento

Valori %

Quali prodotti ha acquistato / ha intenzione di acquistare durante i saldi?

Base: hanno usufruito o usufruiranno dei saldi estivi (347)

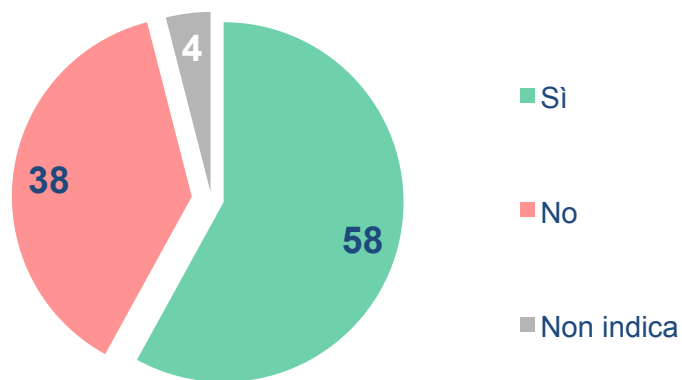


La maggior parte di chi usufruisce dei saldi sta attento a verificare gli sconti e generalmente spende all'incirca quanto prefissato

Valori %

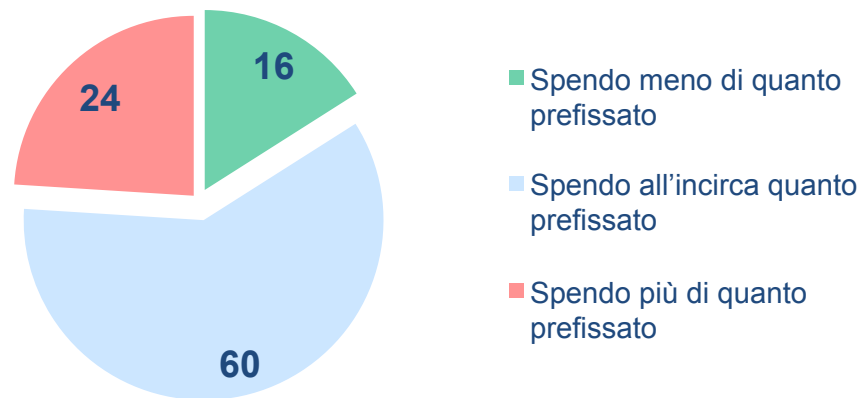
Per controllare che i saldi siano effettivi, Le capita di segnare il prezzo pieno di un prodotto?

Base: hanno usufruito o usufruiranno dei saldi estivi (347)



Nel complesso al termine degli acquisti:

Base: hanno usufruito o usufruiranno dei saldi estivi (347)

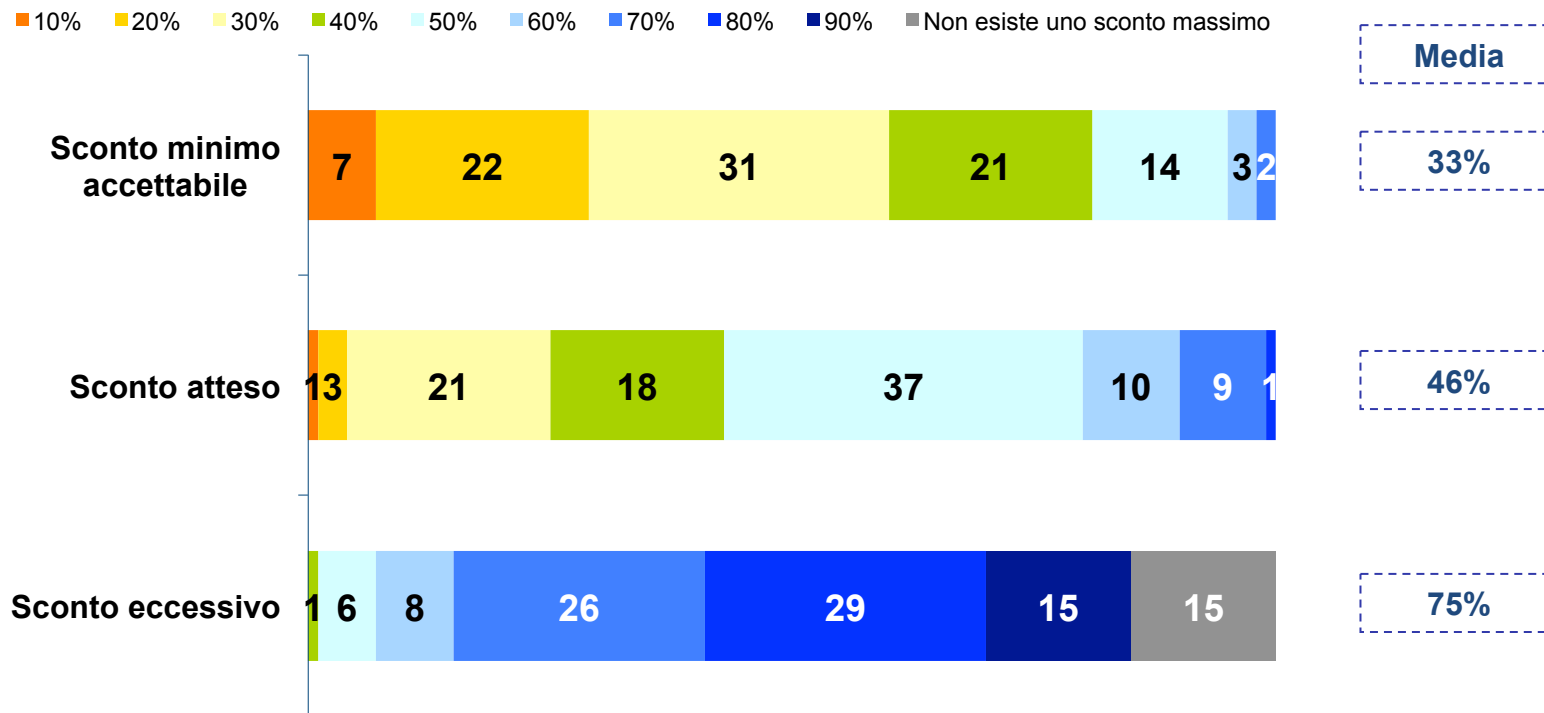


Quali sono lo sconto atteso e gli sconti accettabili nel periodo dei saldi?

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*

Base: totale campione (515)

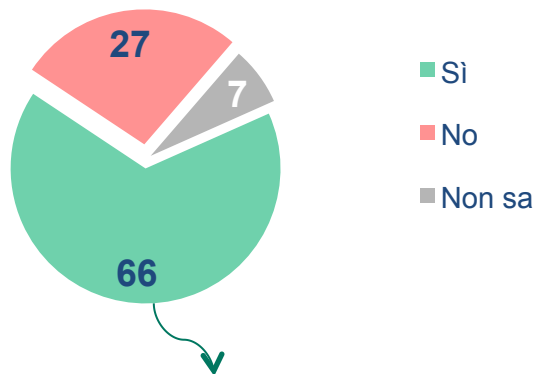


Circa 2 intervistati su 3 preferiscono aspettare i saldi, principalmente per acquistare capi di abbigliamento

Valori %

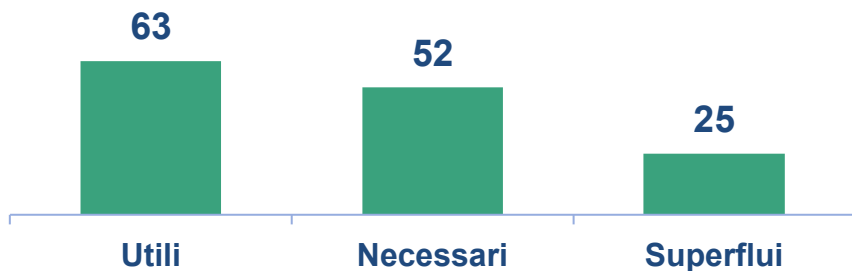
I saldi sono l'occasione per fare qualche acquisto in più. Lei solitamente posticipa gli acquisti per poter sfruttare i saldi?

Base: totale campione (515)



Per dei beni...?

Base: solitamente posticipano gli acquisti per sfruttare i saldi (341)



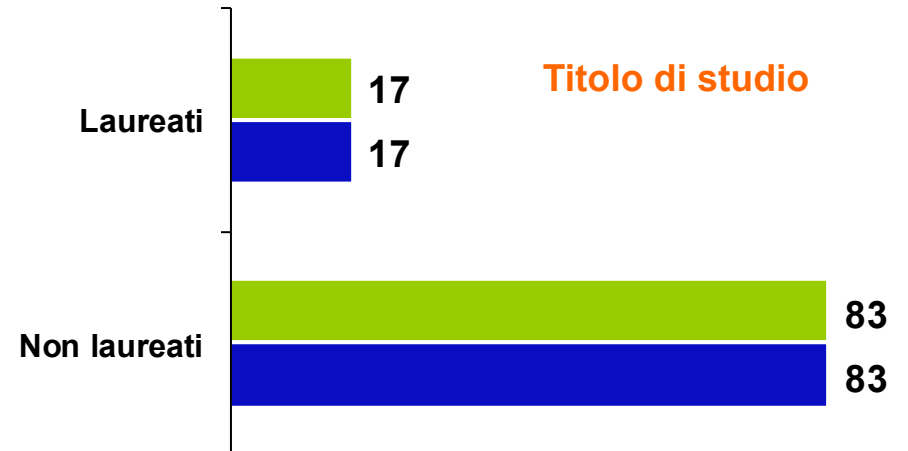
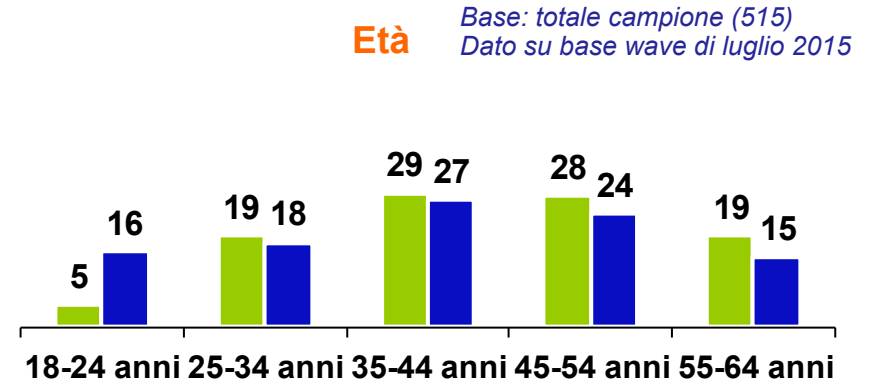
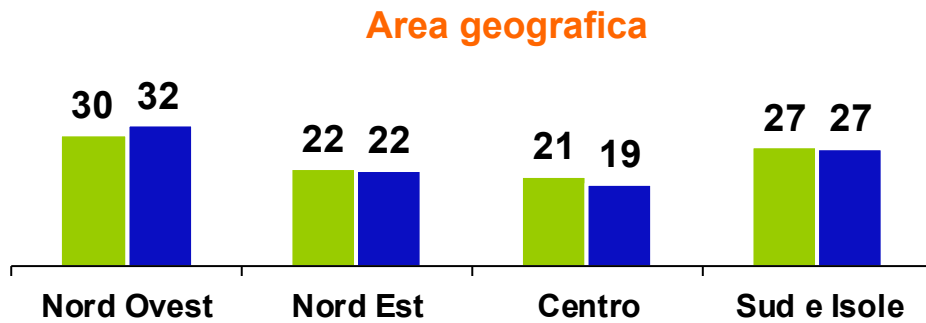
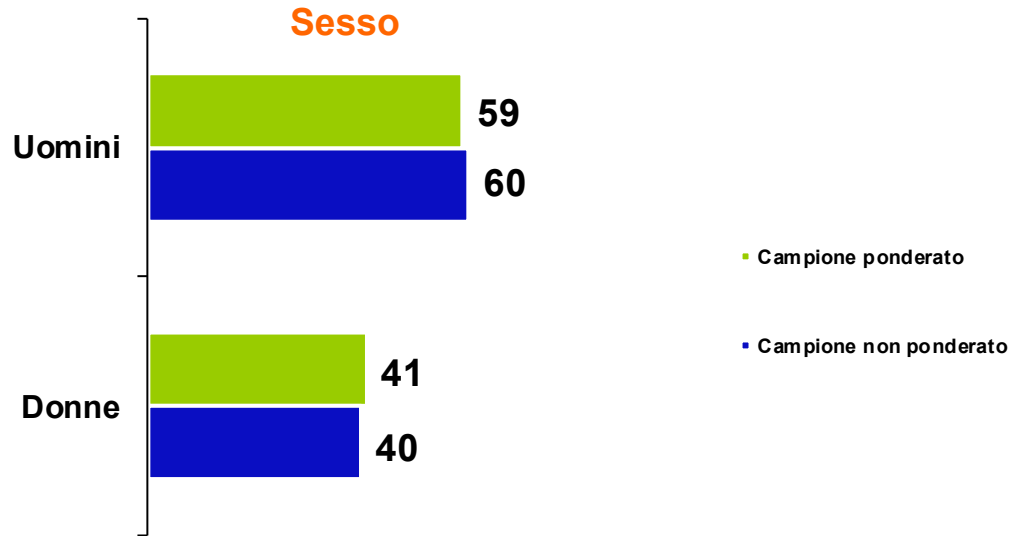
E per quale tipologia di beni?

Base: solitamente posticipano gli acquisti per sfruttare i saldi (341)

Tipologia di bene	Totale
Abbigliamento e calzature	89
Prodotti per la cura della persona	21
Piccoli elettrodomestici	17
Telefoni cellulari/smartphone	15
Attrezzature fai-da-te per casa o giardino	13
PC, stampanti, hard disk esterno, altre periferiche	13
Elettronica di consumo (TV, Hi-Fi)	12
Grandi elettrodomestici	11
Attrezzature sportive (es. bicicletta, pattini)	9
Viaggi	9
Mobili	9
Fotocamera, videocamera, console/videogame	8
Tempo libero, spettacoli e cultura	7
Tablet/e-book	7
Altre tipologie di beni	1

Il campione

Il campione

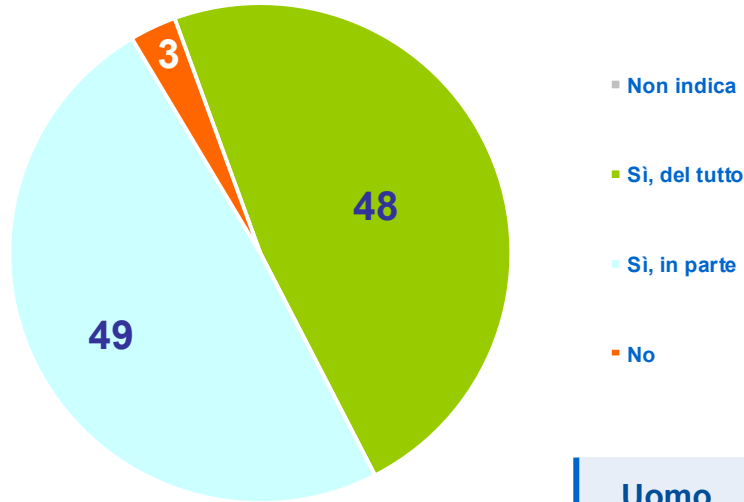


Il responsabile degli acquisti

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

Base: totale campione (515)
Dato su base wave di luglio 2015

Valori %



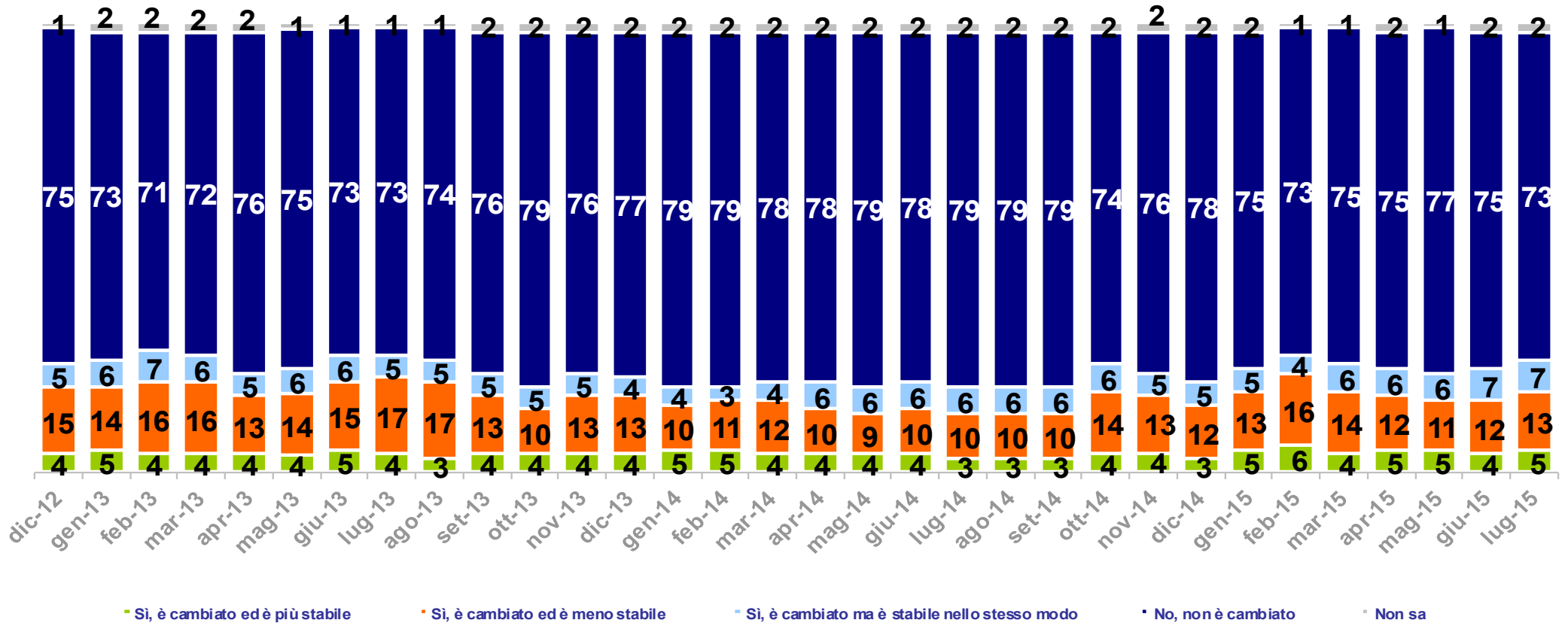
	Uomo	Donna	18-34	35-44	45-64
Base	305	210	124	147	244
Sì, del tutto	35	66	39	53	49
Sì, in parte	60	33	55	46	47
No	5	1	6	1	3
Non indica	-	-	-	-	1

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