

# L'Osservatorio

## Findomestic - Mensile

Clima di fiducia  
e intenzioni di acquisto  
degli italiani.

**Indagine agosto 2012**

Dati rilevati nel mese di luglio 2012

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



**A seguito dei ripetuti rincari dei carburanti l'Italia riscopre l'uso della bicicletta: è l'unico mezzo di trasporto che fa segnare un incremento del proprio utilizzo. Crolla, invece, l'impiego dell'auto, il più amato tra i mezzi di trasporto. Il 38% degli Italiani, infatti, afferma di averne ridotto l'uso nel corso dell'ultimo anno. Circa 7 persone su 10, inoltre, per effetto del caro-carburanti, affermano di aver cambiato modo di muoversi sia durante la settimana che in vacanza.**

**L'edizione di agosto dell'Osservatorio Findomestic, inoltre, rileva che la fiducia dei consumatori resta ferma ai minimi storici: 3,2 punti, come nei due mesi precedenti. Aumenta il numero di quanti, da qui ai prossimi 12 mesi, risparmieranno. La loro quota è salita al 12,9%, rispetto all'11,4 del mese scorso.**

E' un'Italia che riscopre la bicicletta quella fotografata a luglio dall'Osservatorio mensile di Findomestic. Sono infatti le due ruote a pedali l'unico mezzo di trasporto che ha conosciuto un incremento di utilizzo. Tutti gli altri (mezzi pubblici, treno, auto, aereo e scooter), invece, fanno segnare un calo. Come a dire: il costo dei carburanti aumenta e ci si muove di meno. Più nel dettaglio, il 38% degli Italiani afferma di aver ridotto la fruizione dell'auto, mentre addirittura il 69% rivela che nel corso della settimana-tipo, l'aumento dei carburanti ha condizionato il proprio modo di spostarsi. A farne le spese, in primis, i grandi centri commerciali fuori

città: il 35% dei consumatori racconta di esserci andato meno spesso proprio per via dell'aumento del costo dei carburanti. Per quanto riguarda i mezzi pubblici, il loro impiego, secondo gli intervistati dell'Osservatorio Findomestic, è quello che ha fatto segnare la contrazione minore.

Uno scenario che fa il paio con il grado di soddisfazione degli Italiani sulla situazione del Paese: il livello della fiducia resta inchiodato a 3,2 punti (su una scala che va da 1 a 10 e che ha nel valore 7 la sua soglia positiva). Il Nordest continua a guidare la classifica macro-regionale dell'insoddisfazione. Al capo opposto, invece, il Sud e le Isole, dove si respira la dose maggiore di ottimismo relativo.

Sul fronte del risparmio, risale la quota di quanti si dicono pronti, da qui ad un anno, a mettere da parte i loro soldi. Oggi sono il 12,9%, contro l'11,4 di un mese fa.

## Previsioni di acquisto a tre mesi

**Elettrodomestici: propensione all'acquisto invariata per gli elettrodomestici bianchi (freddo, lavaggio e cottura); lieve frenata per i piccoli e i bruni (TV, video e hi-fi)**

Stabili (dal 14,4% di giugno al 14,5% di luglio) gli intervistati che si dicono pronti a comprare un elettrodomestico bianco. Leggero calo, invece, per le altre due tipologie: gli interessati ai Tv, video e hi-fi passano dal 18,2% al 17,3%; quelli ai piccoli elettrodomestici, dal 23,2% al 22,9%. Sul versante degli importi di spesa preventivati per i bianchi si ipotizza un esborso di 876 €, per i bruni di 805 e per i piccoli di 207 €.

**Elettronica di consumo: recuperano terreno le previsioni di acquisto di PC e accessori, stabili quelle per i tablet, mentre arretrano quelle per la telefonia.**

Passano dal 17,9% di giugno al 20,5% di luglio, coloro che mettono in agenda (entro i prossimi tre mesi) l'acquisto di un pc o di qualche accessorio informatico. Un incremento significativo, specie se paragonato a quello, di gran lunga più contenuto, che riguarda i tablet (dal 10,6% di giugno, al 10,7% di luglio). Calano, infine, dal 18,5% al 17,9% gli interessati all'acquisto di un telefonino. Gli importi massimi di spesa preventivati per PC e articoli informatici sono di 623 €, di 441 per i tablet, di 360 per foto e videocamere e di 303 per la telefonia. Da segnalare, in quest'ultimo comparto, sempre più trainato dalle vendite di smartphone, un aumento della spesa preventivata, che passa dai 208 euro in gennaio ai 303 di luglio. Un aumento di quasi 100 euro.

**Auto e moto: prosegue il trend positivo delle previsioni d'acquisto per le auto nuove; va meglio anche per le auto usate. Scooter e moto, invece perdono ancora terreno.**

Risalgono al 9,1% gli Italiani che si dicono intenzionati all'acquisto di un'auto nuova nei prossimi tre mesi: il dato, ancora vicino ai minimi storici, tuttavia è in crescita per il terzo mese consecutivo (aprile 7,3, maggio 7,4, giugno 8,2 e luglio 9,1%). Secondo quanto dichiarato dagli intervistati, in linea con la fisiologica stagionalità del settore, a luglio si osserva l'inversione della serie negativa degli acquisti che si dichiara di aver effettuato negli ultimi 30 giorni: anche se si tratta di dati molto esigui, tuttavia si passa dallo 0,9% di giugno all'1,5% di luglio.

Risalgono anche le previsioni di acquisto per il mercato dell'usato: dal 5,1% di giugno al 5,9% di luglio. Prosegue, invece, la discesa delle previsioni d'acquisto di moto e scooter: se a giugno il 4,6% dei consumatori si diceva pronto ad un acquisto nell'arco dei successivi 90 giorni, a luglio questa quota arretra al 4,4%. Il secondo dato peggiore dell'anno, dopo il 3,4 di gennaio.

**Casa e arredamento: in lieve aumento, rispetto al mese precedente, le intenzioni di acquistare una casa. Le previsioni per i mobili restano in linea con i valori del mese precedente.**

Risale al 5%, in luglio, la quota di Italiani che si dicono pronti a comprare casa nell'arco dei prossimi tre mesi, mentre arretra all'8,5% (dall'8,6 del mese precedente), la quota di quanti si dicono intenzionati a procedere ad una ristrutturazione. Per quanto concerne mobili e complementi d'arredo, come a giugno, anche a luglio la propensione all'acquisto interessa il 15,5% dei consumatori.

**Tempo libero: prosegue, come è naturale che sia in luglio, il trend positivo di intenzioni di acquisto per vacanze. Leggero calo invece per quelle di abbigliamento sportivo e attrezzature per il fai-da-te.**

Sale al 38,6%, la quota di quanti sono pronti, nei prossimi tre mesi, a partire per una vacanza. Il mese scorso l'incidenza era del 38%. Risulta in calo, invece, il numero di quanti si apprestano a comprare abbigliamento od attrezzature sportive (da 19,7% a 18,9%); arretra anche il dato degli interessati ai prodotti per il fai-da-te (da 23,8% a 23%).

# Alcuni dati di scenario

## Key points: lo Scenario

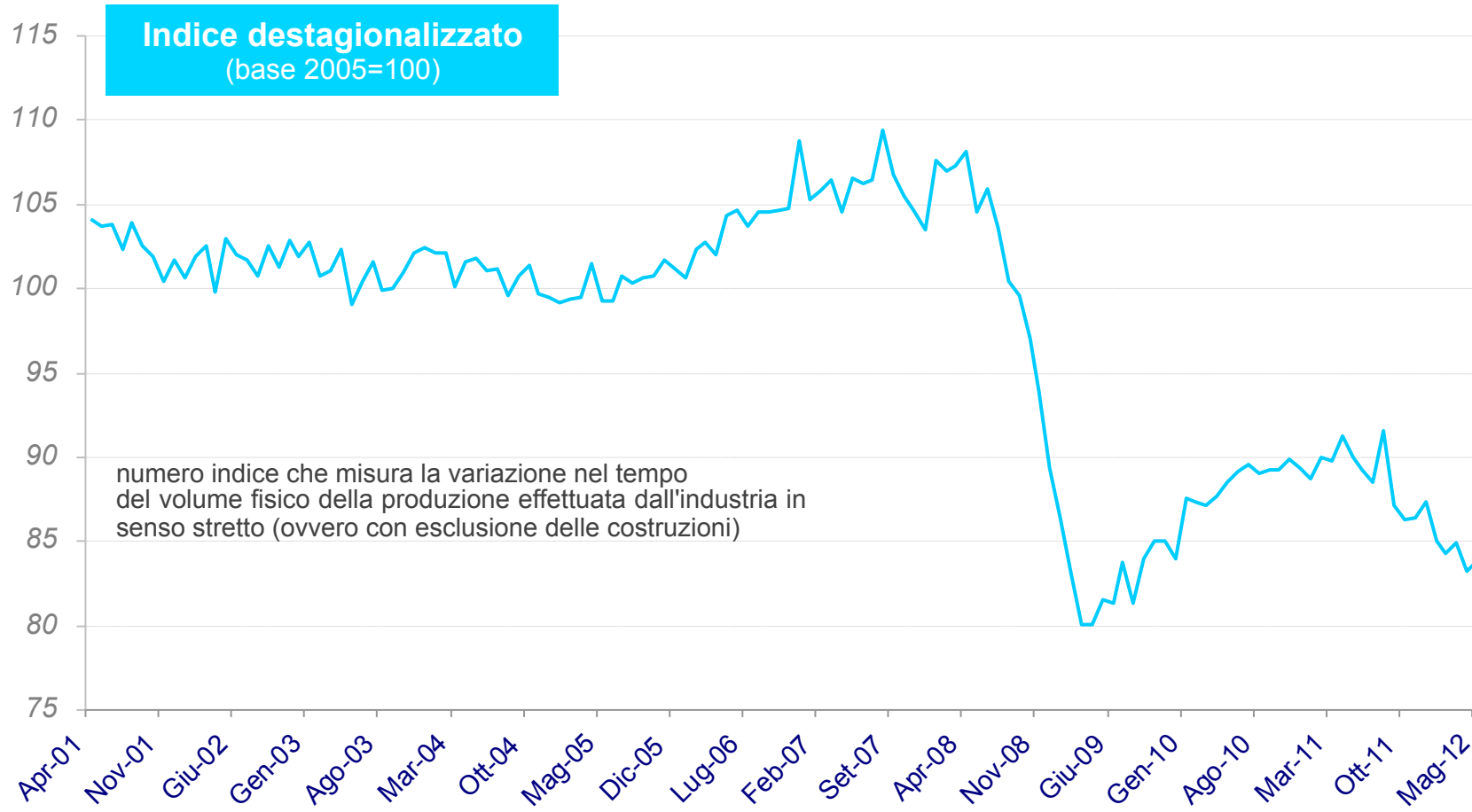
Dopo i dati negativi del mese scorso, a maggio migliora – seppur leggermente – il dato congiunturale della produzione industriale: +0,8% rispetto ad aprile. Al contrario, il potere d'acquisto delle famiglie del primo trimestre del 2012, rispetto all'ultimo trimestre 2011, subisce un'ulteriore contrazione, a conferma di come reddito e andamento dei prezzi spesso seguano un andamento opposto.

Sempre più grave appare la situazione del mercato del lavoro, in particolare giovanile: a maggio il tasso di disoccupazione dei 15-24enni, ossia l'incidenza dei disoccupati sul totale di occupati o in cerca di lavoro, è pari al 36,2%. Ancorché siano dati Istat provvisori, si tratta del tasso più alto dall'inizio sia delle serie storiche mensili (gennaio 2004) sia di quelle trimestrali (4° trimestre 1992). L'area euro a maggio ha registrato un tasso del 22,6%, mentre considerando l'intera unione europea il dato è pari al 22,7% (un anno fa i due indicatori erano rispettivamente il 20,5% e il 21%).

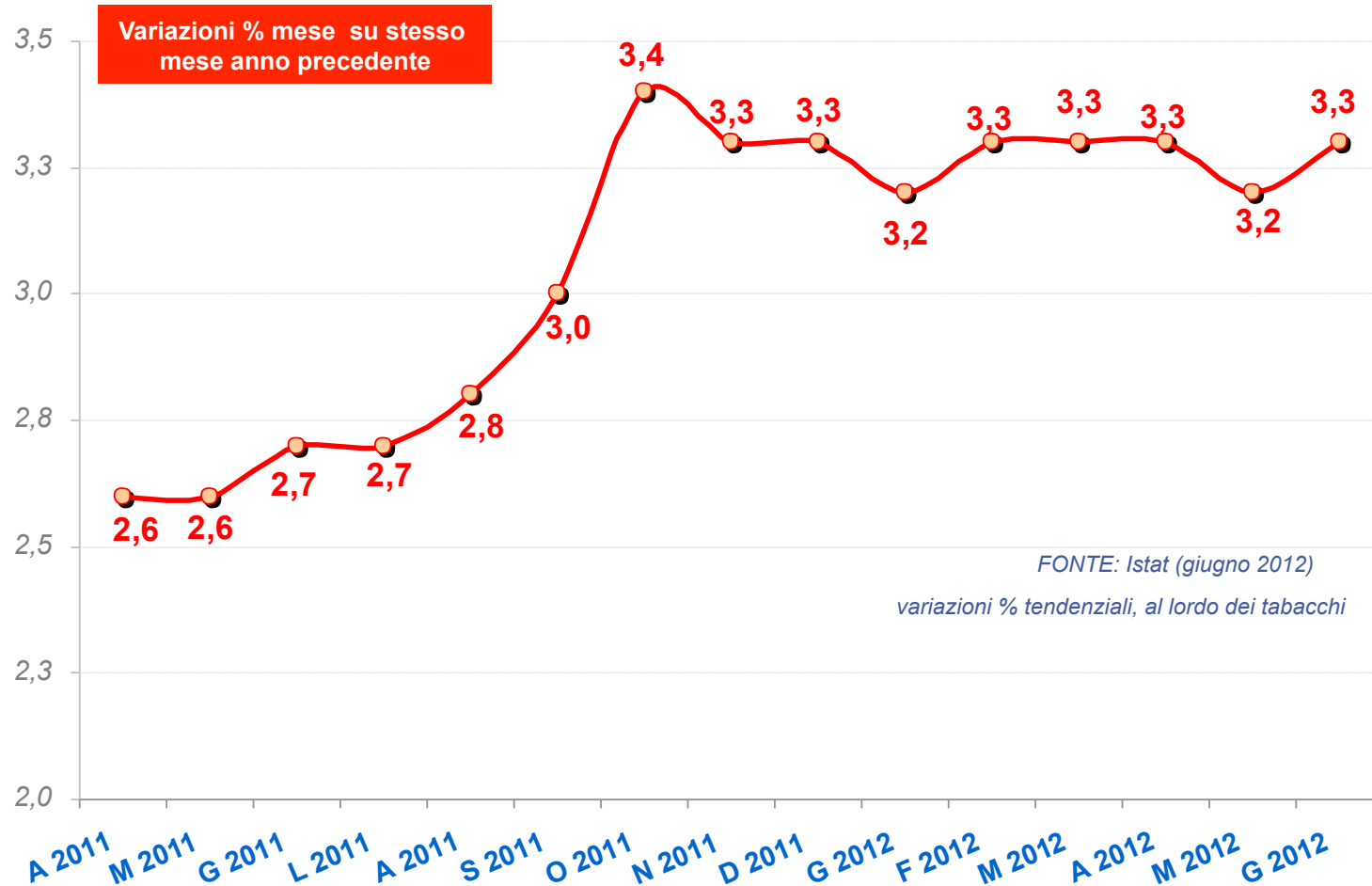
Il tasso di disoccupazione tra la popolazione italiana nel suo complesso a maggio è al 10,1%, in lieve calo (-0,1 punti percentuali) a confronto con aprile, quando toccò il massimo dall'inizio della serie storica mensile. Su base annua sale di 1,9 punti %. Tra gli stati membri i tassi minimi sono quelli di Austria (4,1%), Olanda (5,1%), Lussemburgo (5,4%) e Germania (5,6%), mentre i massimi di Spagna (24,6%) e Grecia (21,9%, marzo 2012).

L'aggravarsi del ciclo economico nel 2012 è confermata anche dall'andamento della cassa integrazione ordinaria: nei primi sei mesi del 2012 sono state autorizzate 523,8 milioni di ore contro i 507,7 del primo semestre del 2011, con un incremento pari al 3,2% (relativo in primis a industria ed edilizia).

# Il crollo della produzione industriale

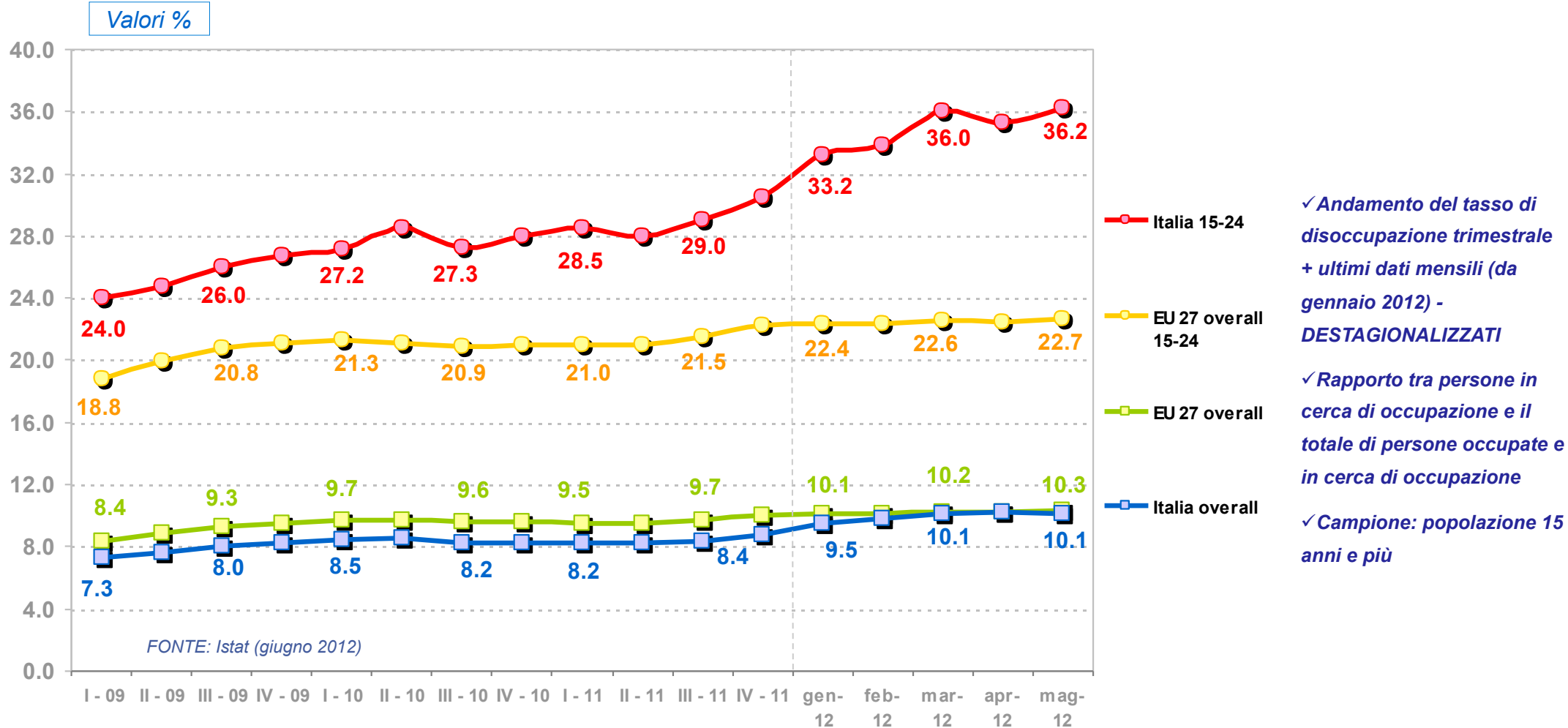


# L'inflazione non accenna a diminuire



NOTA: I dati di giugno sono provvisori

# La disoccupazione è in crescita, rimane drammatica quella giovanile





# Il sentiment

## Key Points: il Sentiment

La soddisfazione per la situazione italiana rimane stabile nella sua negatività: il voto medio è ancora uguale a 3.2. Questa stabilità è confermata anche dall'analisi per area geografica: tutte le macro-regioni, fatta eccezione per il Nord Est che mostra un ulteriore (e preoccupante) calo della soddisfazione, si assestano attorno ai valori già registrati il mese precedente. Se si guarda all'analisi per titolo di studio, si nota che, come a luglio, gli unici che vedono migliorare la propria soddisfazione sono i laureati, mentre i diplomati e coloro che hanno un titolo di studio basso si confermano stabili.

Lo stesso andamento stabile caratterizza anche la soddisfazione circa la situazione personale: il voto medio – infatti – resta uguale a 4.2.

Le previsioni circa il futuro del paese, pur rimanendo molto negative, mostrano una riduzione di criticità, con il punteggio medio che passa da -0.39 di giugno a -0.31 di luglio.

Per quanto concerne il risparmio, infine, la percentuale di coloro che dichiarano di essere riusciti a risparmiare nel corso dell'ultimo mese si stabilizza sul valore del mese precedente (27%), ma la percentuale media di reddito risparmiato, calcolata sul totale della popolazione, decresce fino al 6.4%, dal 7.6% di giugno. È possibile che le spese per le vacanze abbiano influito su tale voce.

Aumentano, invece, coloro che hanno fatto ricorso ad almeno una forma di finanziamento, in particolare cresce il prestito personale che passa dal 5.0% di giugno al 7.2% di luglio.

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

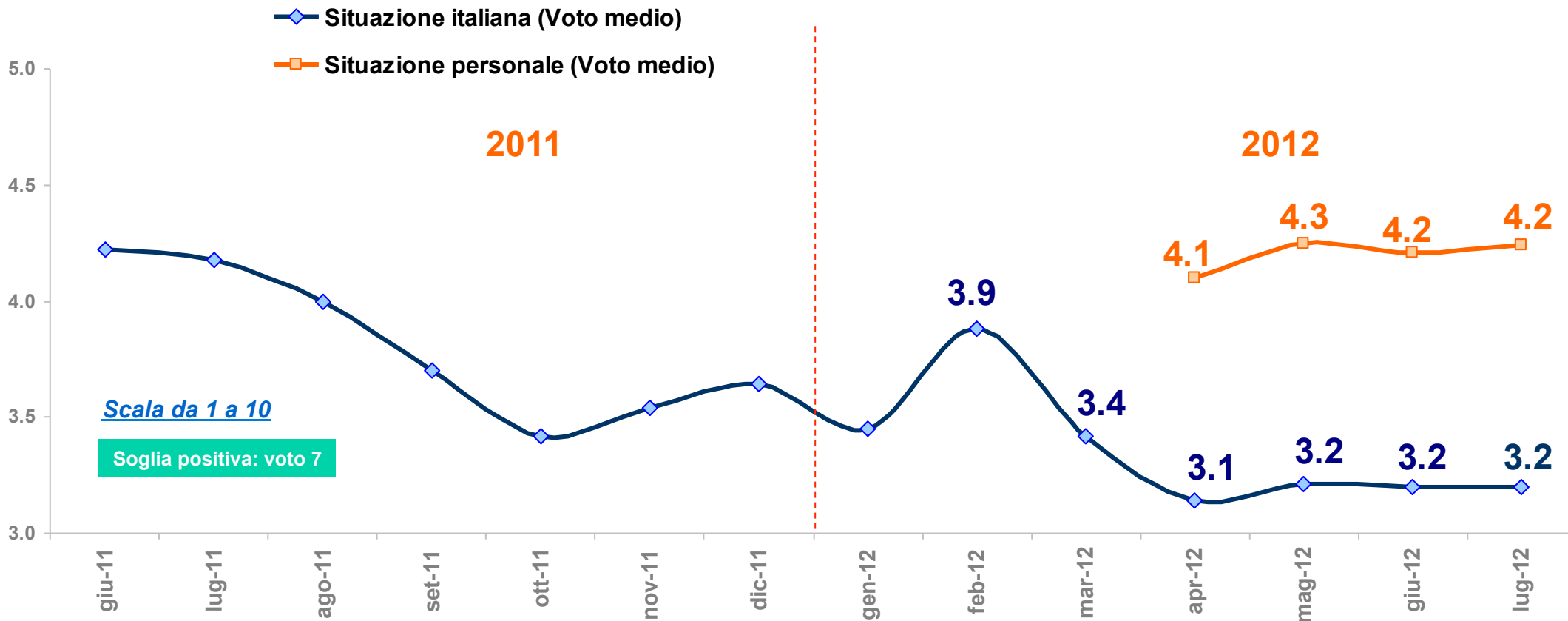
In che misura lei è soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica e sociale)?

In che misura lei è soddisfatto della sua attuale condizione economica?

## La Soddisfazione

Base: totale campione (487)

Dato su base wave di luglio



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

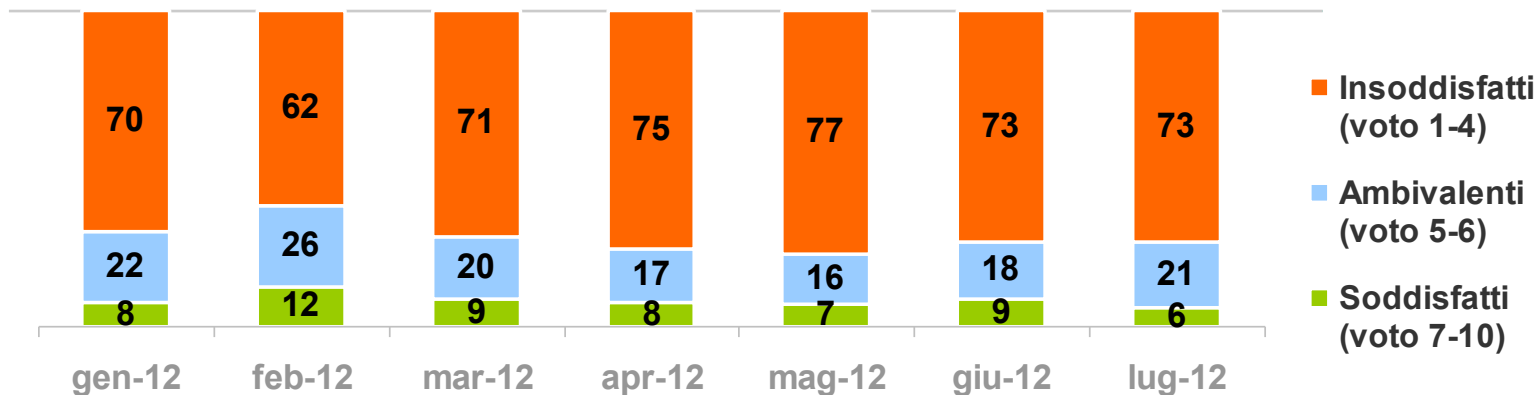
In che misura lei è soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica e sociale)?

In che misura lei è soddisfatto della sua attuale condizione economica?

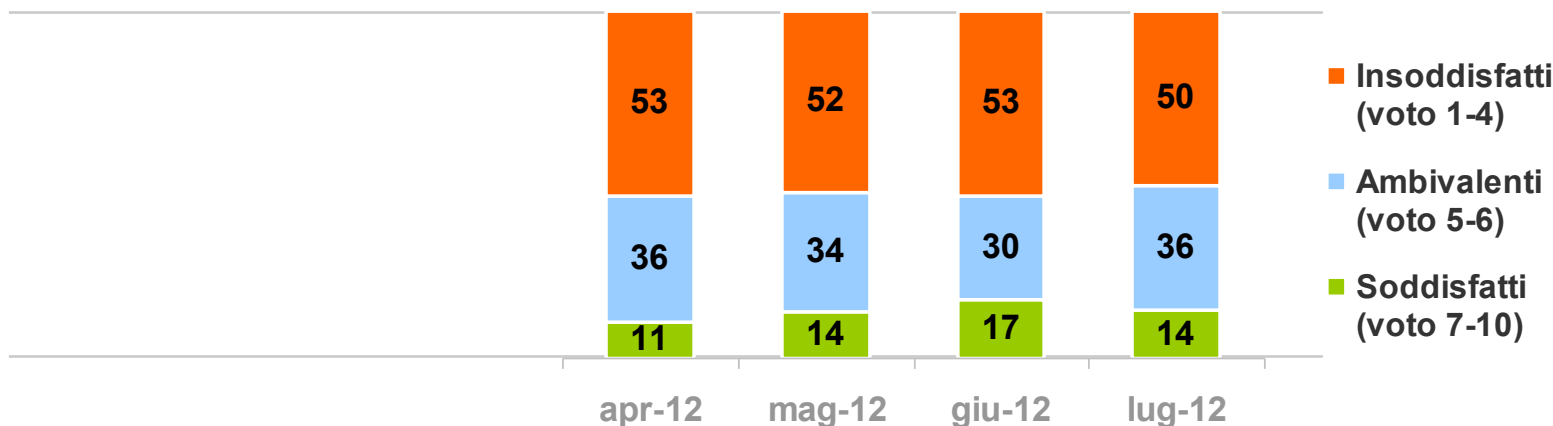
## Soddisfazione riguardo alla situazione italiana

Base: totale campione (487)

Dato su base wave di luglio



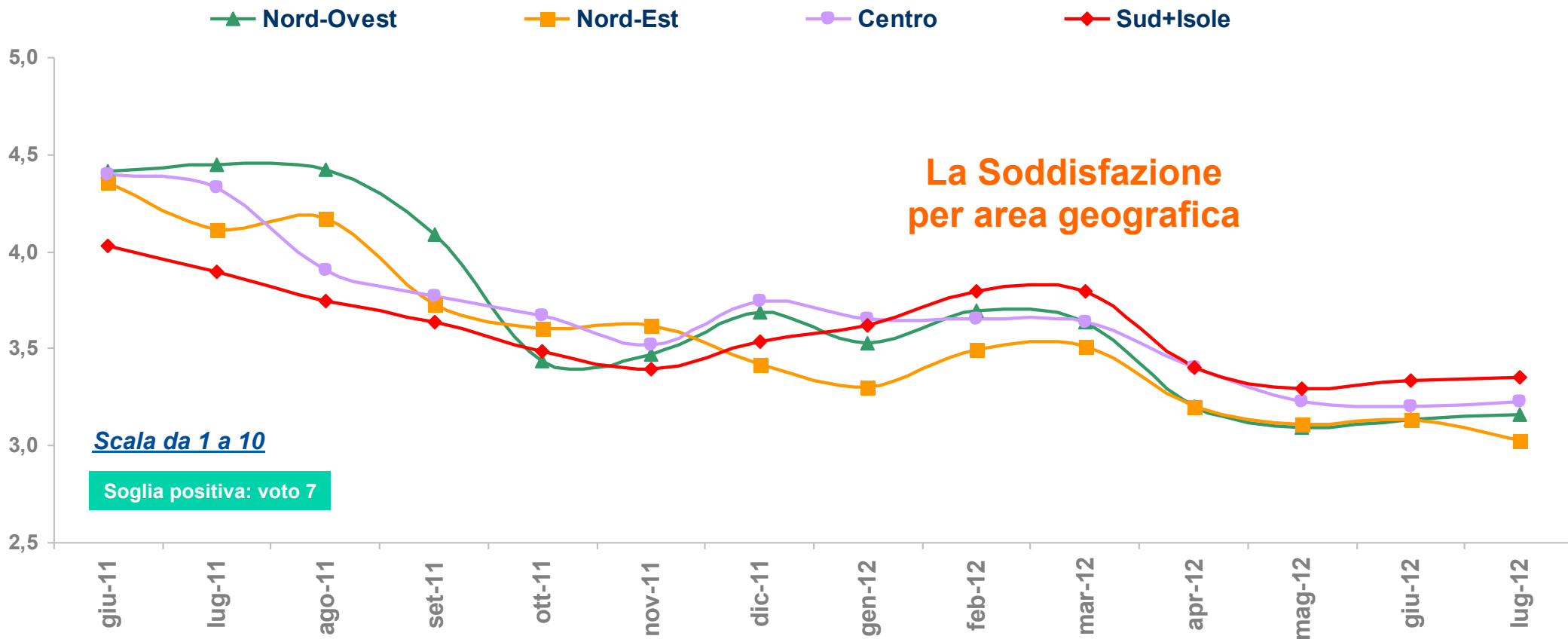
## Soddisfazione riguardo alla situazione personale



# Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana

Analisi per area geografica (voti medi)

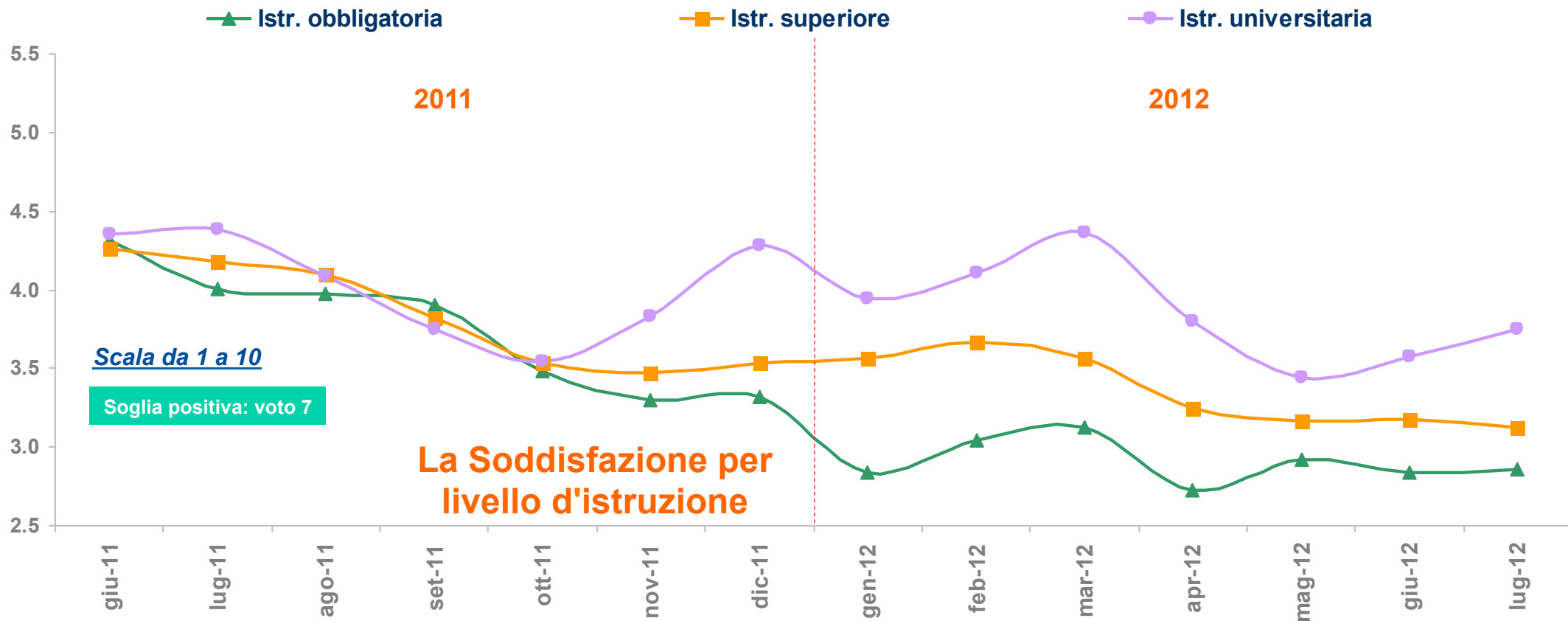
Base: totale campione  
Dato rolling



# Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana

Analisi per livelli di istruzione (voti medi)

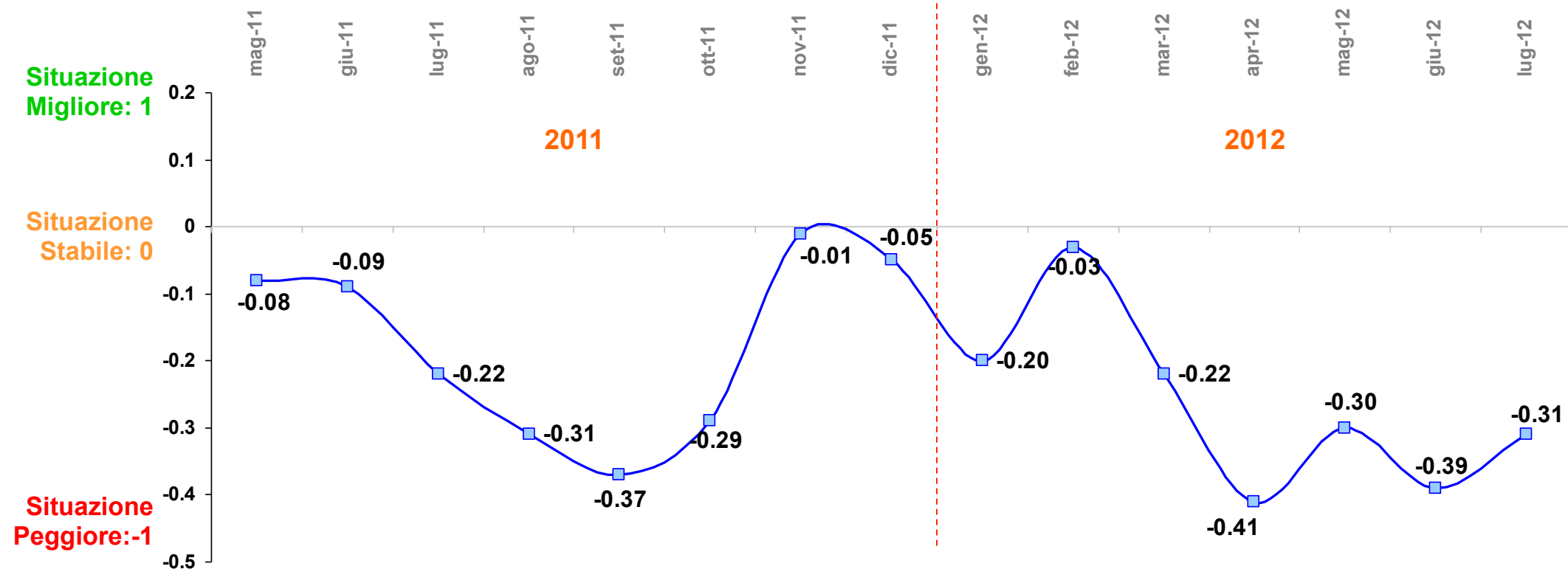
Base: totale campione  
Dato rolling



# Le previsioni sulla situazione italiana a 12 mesi

Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi, la situazione italiana, nel suo complesso sarà migliore o peggiore?

Base: totale campione (487)  
Dato su base wave di luglio

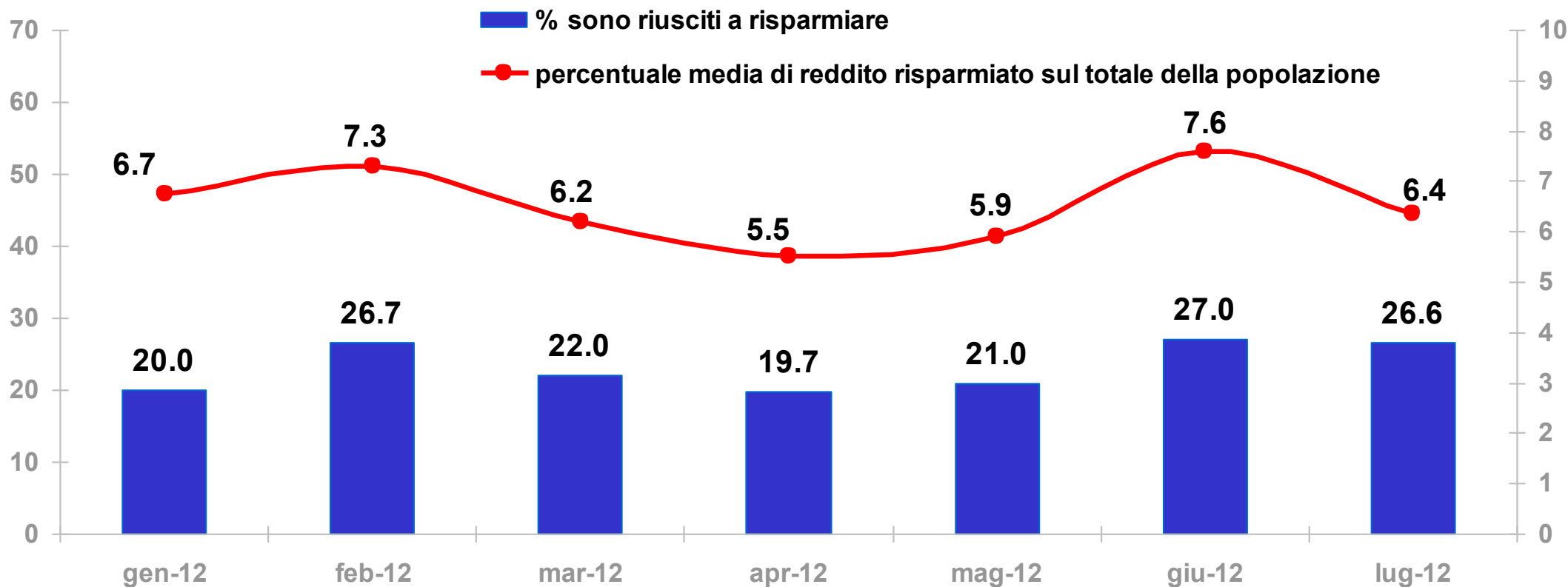


# Il risparmio dell'ultimo mese

Nell'ultimo mese Lei/la sua Famiglia è riuscito/a a risparmiare parte del reddito guadagnato?  
Che percentuale del suo reddito mensile è riuscito/a a risparmiare?

Valori %

Base: totale campione (487)  
Dato su base wave di luglio



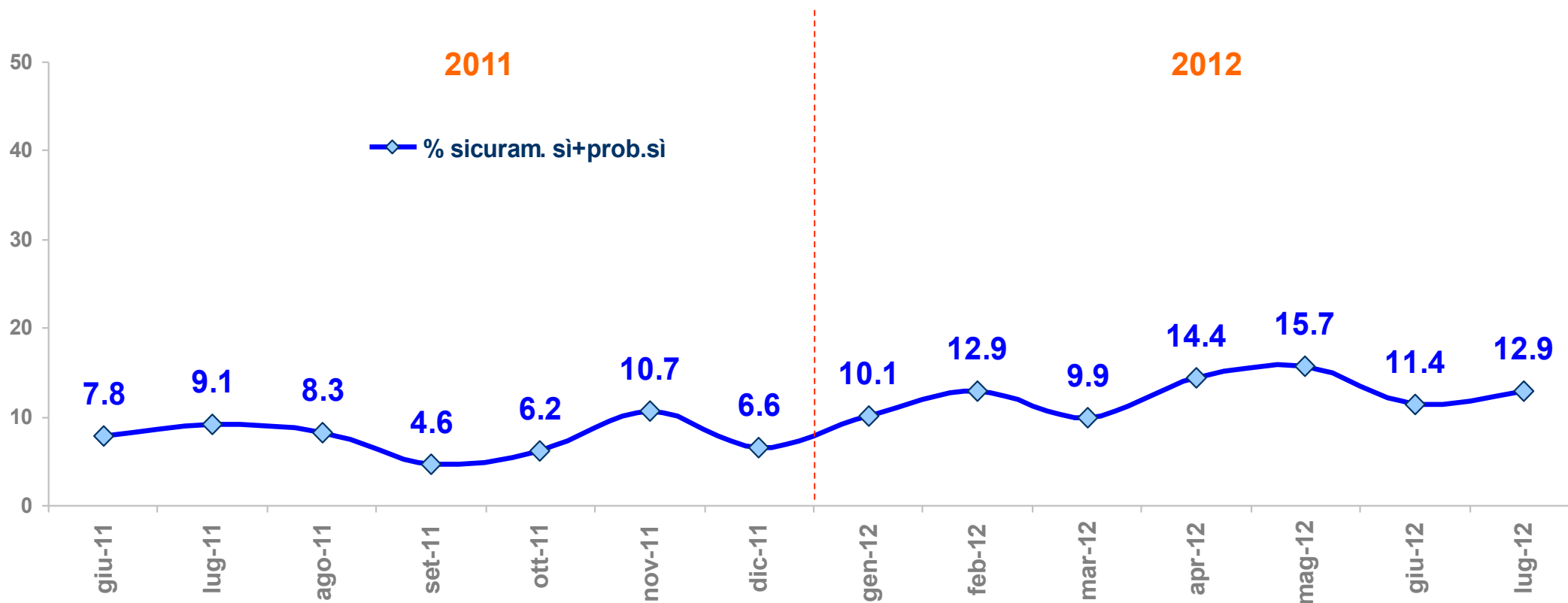


# L'aspettativa personale all'aumento del risparmio a 12 mesi

Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi lei aumenterà l'importo di denaro che riesce a mettere da parte personalmente come risparmio? (da ottobre 2009)

Valori %

Base: totale campione (487)  
Dato su base wave di luglio



# Il tempo libero

## Key Points: il Tempo Libero

La categoria del tempo libero mostra un andamento delle intenzioni di acquisto a tre mesi simile, seppur più contenuto, alla scorsa edizione della rilevazione. In particolare notiamo che:

- i viaggi sono l'unica tipologia che continua a mostrare una leggera crescita della percentuale di coloro che si dichiarano intenzionati ad effettuare un periodo di vacanza nel corso dei prossimi mesi, anche a causa della stagione che stiamo vivendo (dal 38% di giugno al 38.6% di luglio);
- le attrezzature per il fai-da-te, a differenza del mese precedente quando si mantenevano stabili sui livelli di maggio, in quello attuale cominciano a mostrare qualche lieve ridimensionamento, passando dal 23.8% al 23%;
- una contrazione la si registra anche per le attrezzature e l'abbigliamento sportivi, infatti i dati sulle previsioni di acquisto continuano a mostrare un trend decrescente, raggiungendo il livello minimo da gennaio 2012 (solo il 18.9% degli intervistati si dichiara intenzionato ad acquistare abbigliamento sportivo nei prossimi tre mesi).

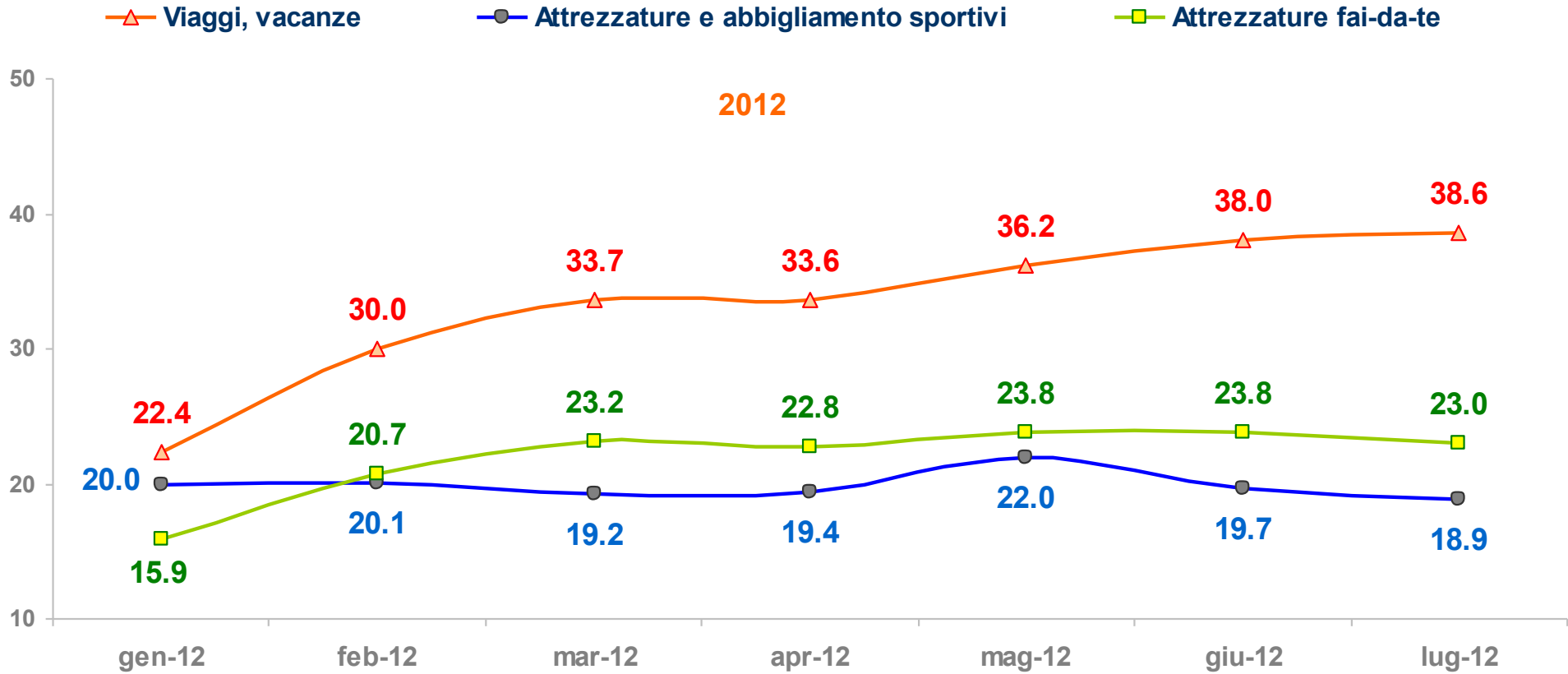
# Quanti prevedono di sostenere delle spese per il TEMPO LIBERO nei prossimi tre mesi

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

Valori %

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

Base: totale campione  
Da gennaio 2012: dato rolling



# Gli elettrodomestici

## Key Points: gli Elettrodomestici

Per quanto concerne il mercato degli elettrodomestici, a giugno era stato registrato un aumento sia degli acquirenti sia degli intenzionati all'acquisto di tali beni; a luglio, invece, la situazione appare differente:

- per tutte e tre le tipologie di elettrodomestici le percentuali degli acquirenti nel mese precedente rimangono stabili ai livelli di giugno (20% per i piccoli elettrodomestici, 9% per TV e Hi-Fi, 7% per gli elettrodomestici bianchi);
- a fronte della stabilità degli acquirenti, l'importo effettivamente speso è differente per le tre tipologie. In particolare, si rileva un aumento della spesa media per l'acquisto di elettrodomestici bianchi (651€ vs 562€) e una diminuzione dell'importo medio per l'acquisto di TV e Hi-Fi (458€ vs 501€). I piccoli elettrodomestici si mantengono pressoché stabili;
- circa le previsioni, la percentuale di coloro che si dichiarano intenzionati all'acquisto di un elettrodomestico, rimane stabile per due tipologie su tre: solo TV e Hi-Fi diminuiscono, passando dal 18.2% di giugno al 17.3% di luglio;
- volgendo l'attenzione all'importo medio che si prevede di spendere, invece, notiamo che solo i piccoli elettrodomestici rimangono stabili, mentre le altre 2 tipologie mostrano un trend crescente. È interessante notare come per i piccoli elettrodomestici e TV-HiFi l'importo ipotizzato sia quasi doppio rispetto a quello speso.

# Quanti prevedono di acquistare ELETTRODOMESTICI nei prossimi 3 mesi

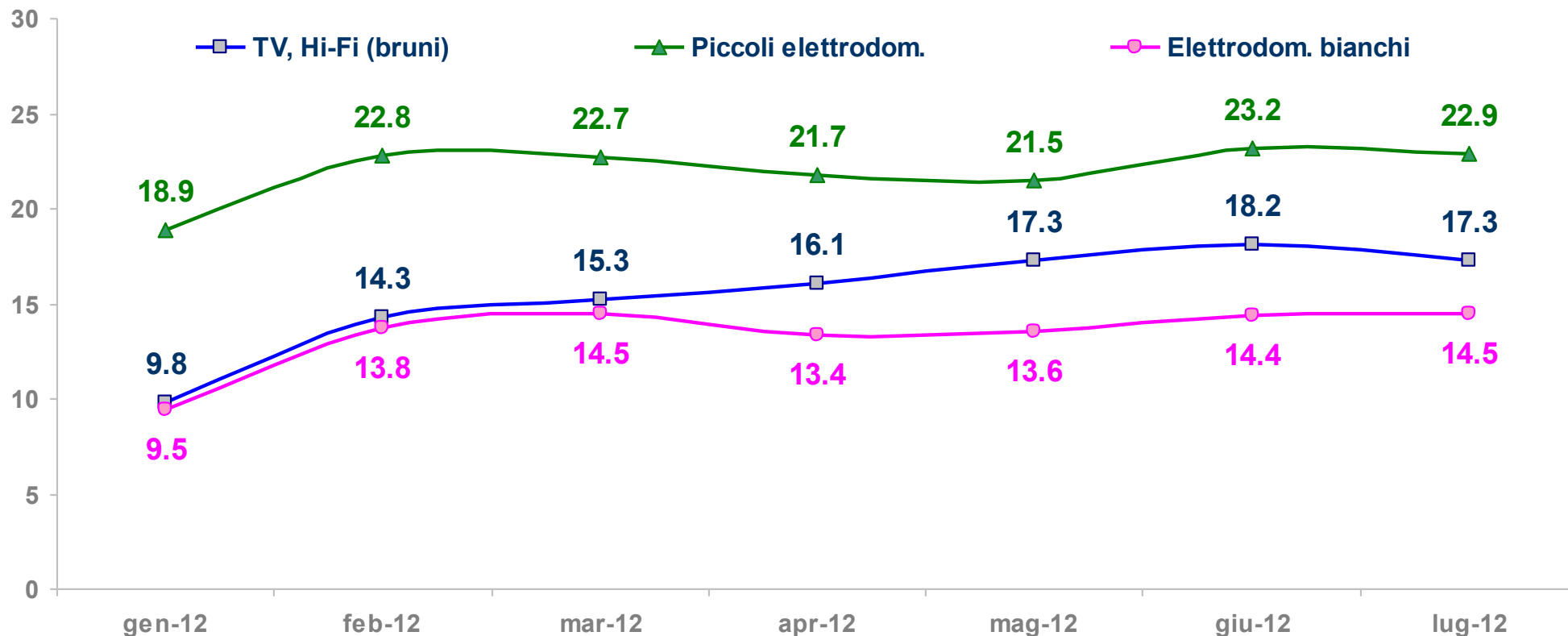
Pensa di acquistare ..... personalmente nei prossimi 3 mesi?

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

Base: totale campione  
Da gennaio 2012: dato rolling

Valori %

2012

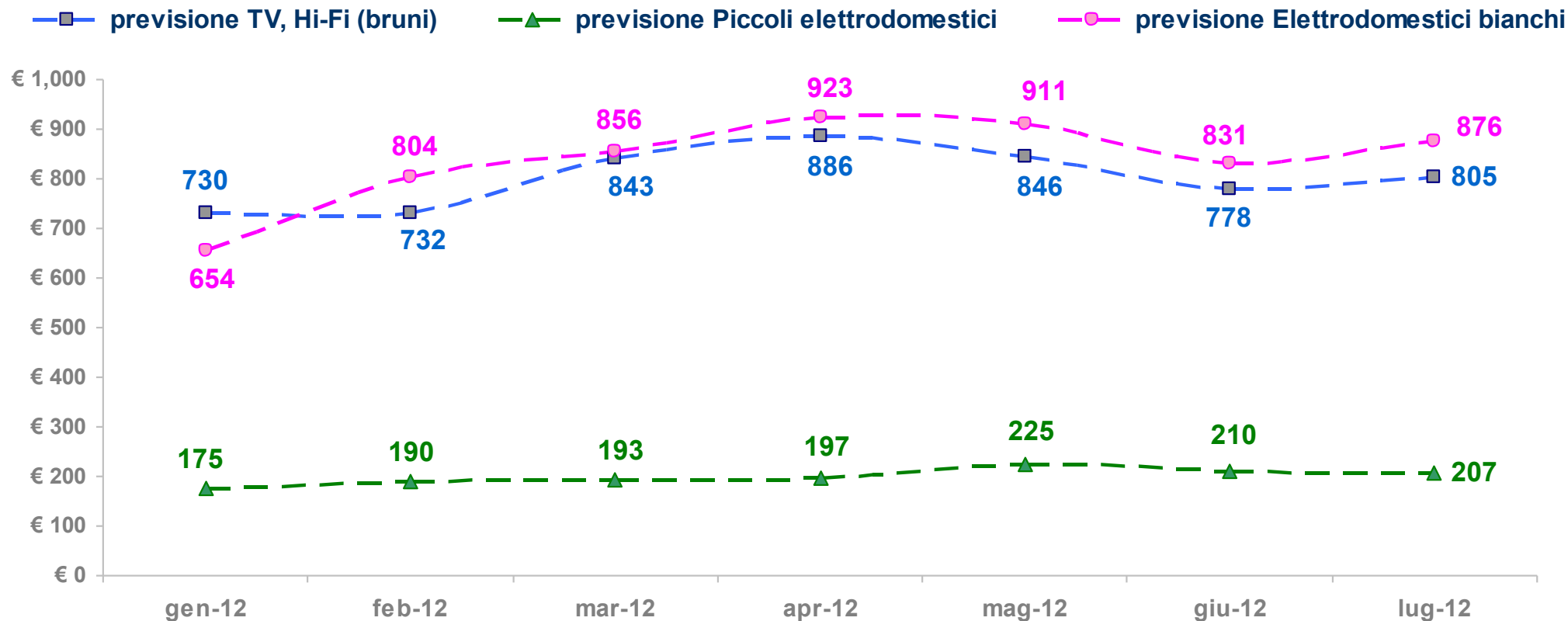


# L'ammontare medio di spesa previsto per gli ELETTRODOMESTICI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene  
Da gennaio 2012: dato rolling

2012





# L'elettronica

## Key Points: l'Elettronica

La categoria merceologica dell'elettronica sembra non essersi ripresa dalla battuta d'arresto del mese precedente, infatti:

- per quanto riguarda la percentuale degli acquirenti nel mese precedente, la telefonia continua il suo trend decrescente intrapreso già a giugno, passando dal 14.8% al 12.6%. Stesso andamento per fotocamere e videocamere, che scendono al 6.7%, dall'8.2% di giugno. Al contrario delle prime due tipologie, il numero di coloro che hanno dichiarato di aver acquistato tablet e computer si assestano al livello della scorsa edizione;
- gli importi medi spesi per l'acquisto di tali beni sono pressoché stabili.

L'analisi delle previsioni di acquisto a tre mesi di elettronica mostra invece alcune particolarità:

- se la telefonia registra una leggera contrazione anche nelle intenzioni di acquisto (17.9% vs 18.5%), fotocamere e tablet rimangono invece stabili, mentre PC e accessori hanno un trend sensibilmente crescente, passando dal 17.9% di giugno al 20.5% di luglio;
- per gli importi previsti la situazione è analoga, in quanto, con l'unica eccezione dei PC, per i quali si prevede di spendere di più (623€ vs 581€), la spesa media prevista per le altre tipologie si assesta attorno ai valori dello scorso mese.

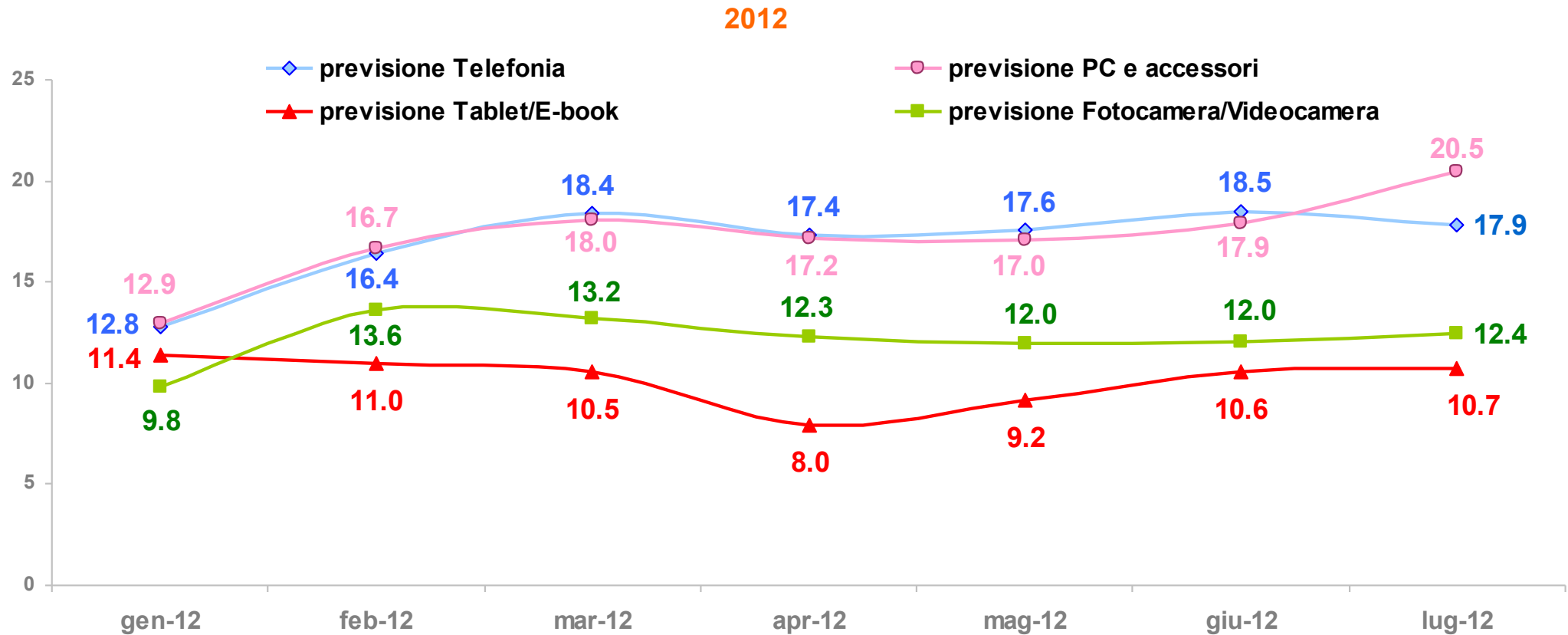
# Quanti prevedono di acquistare un bene di ELETRONICA nei prossimi 3 mesi

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

Valori %

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

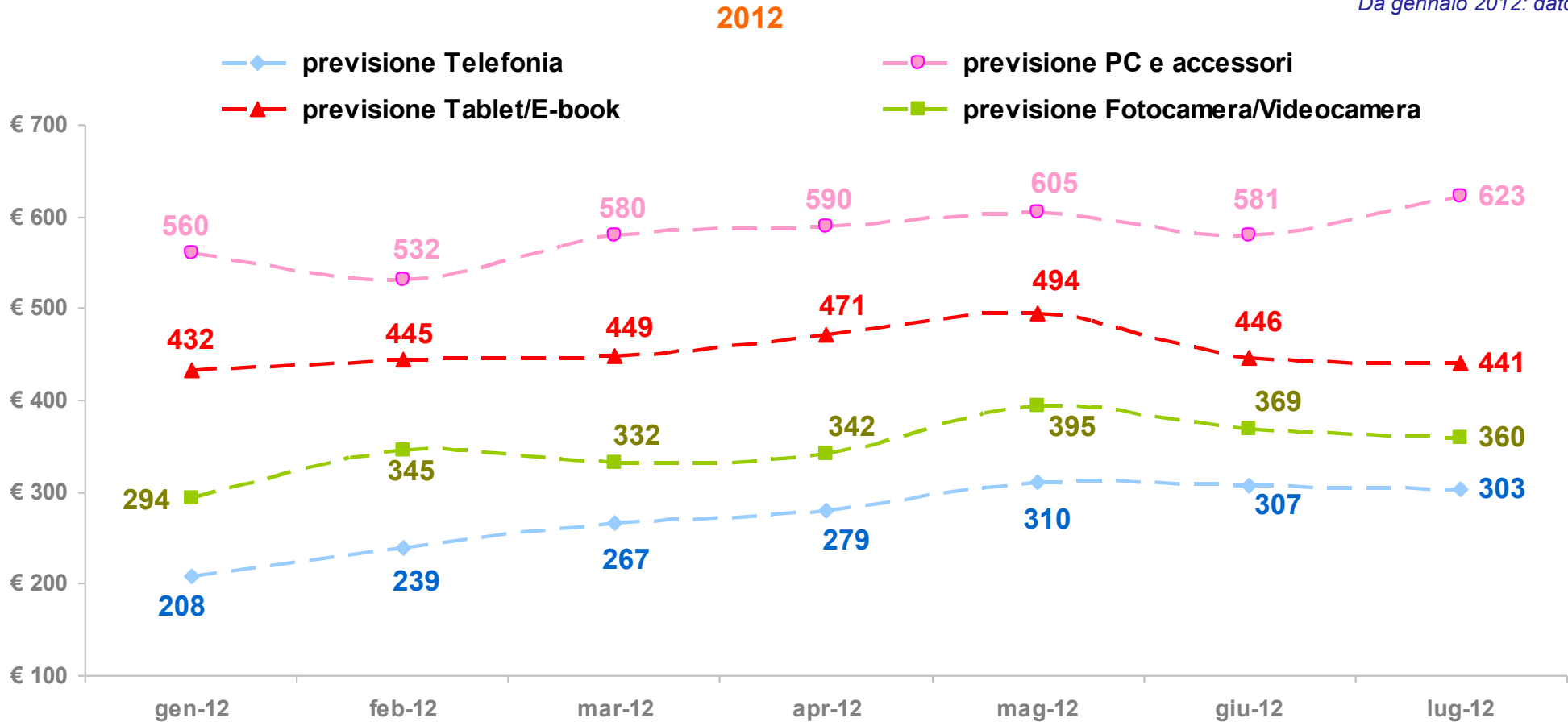
Base: totale campione  
Da gennaio 2012: dato rolling



# L'ammontare medio di spesa previsto per l'ELETRONICA a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene  
Da gennaio 2012: dato rolling



# I veicoli

## Key Points: Veicoli

A giugno in Italia sono state vendute il 24% di auto in meno rispetto a un anno fa: appena 128.388, contro le 169.870 del giugno 2011. Il calo è superiore a quello medio dei primi cinque mesi del 2012 (-18,9%). Proiettando il risultato dei primi sei mesi sull'anno intero si ottiene un numero di immatricolazioni di 1.403.000 unità: un livello così basso si registrò solo nel 1979. Male anche l'usato italiano: a giugno i trasferimenti di proprietà di vetture di seconda mano sono diminuiti del -12,56% rispetto a giugno 2011.

In un contesto di flessione continua delle vendite di auto dal febbraio 2012, i dati dell'Osservatorio Findomestic mostrano che a luglio sono in aumento coloro che dichiarano di aver acquistato un'auto nuova negli ultimi 30 giorni, seppur su numeri molto bassi: tale dato ci riporta alla situazione rilevata nel maggio scorso (acquisti effettuati ad aprile). Restano stabili gli acquirenti di due ruote, mentre si contraggono quelli di auto usate. Crescono, seppur di poco, le cifre medie spese per auto nuove e usate, mentre si riducono quelle per l'acquisto di moto/scooter. Le previsioni per i prossimi tre mesi, per lo più speculari all'andamento degli acquisti già effettuati, lasciano intravedere un po' di luce per auto nuove ed usate: cresce il desiderio di cambiare auto, anche se poi lo si rimanda; si conferma il lieve peggioramento del trend di scooter e motocicli.

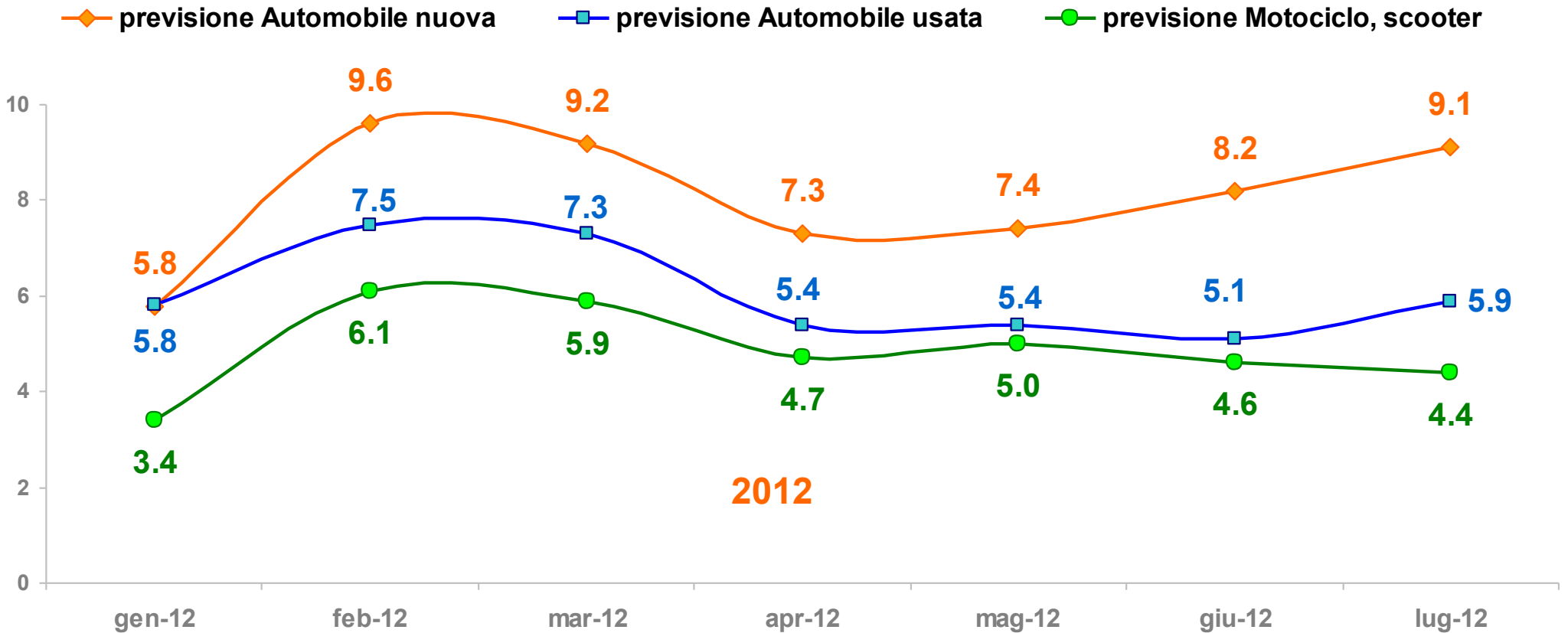
# Quanti prevedono di acquistare VEICOLI nei prossimi 3 mesi

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

Valori %

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

Base: totale campione  
Da gennaio 2012: dato rolling



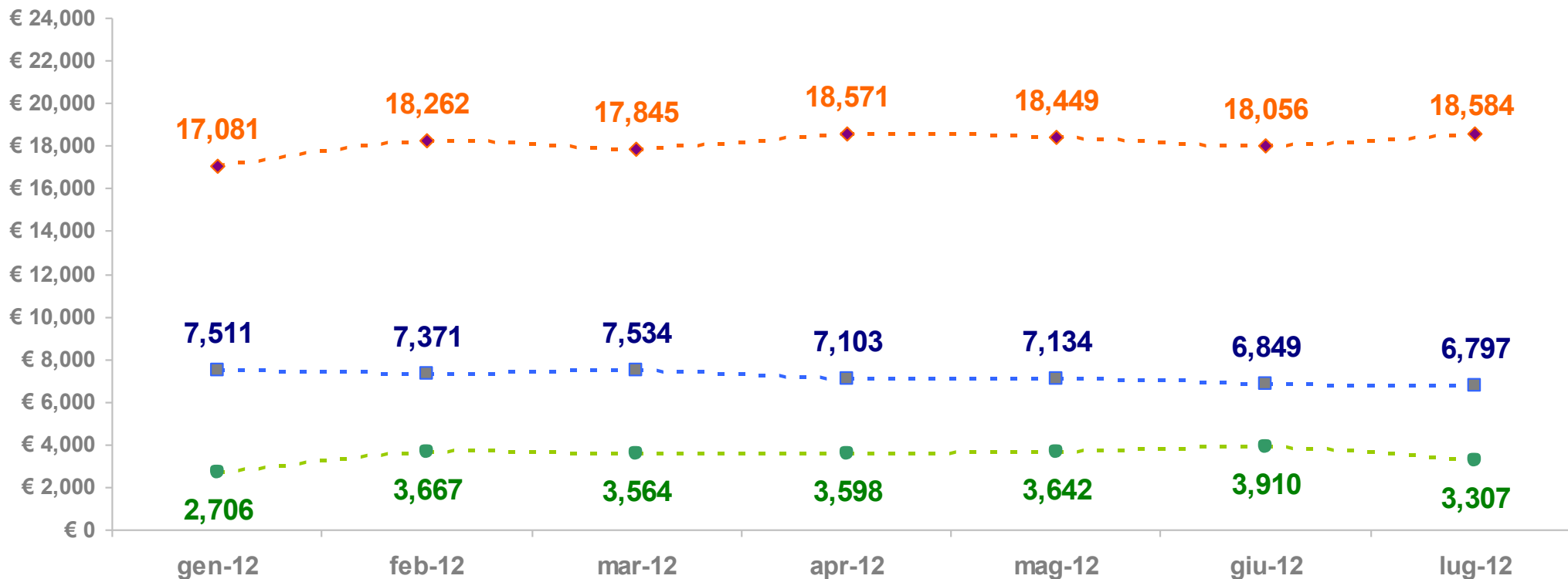
# L'ammontare medio di spesa previsto per i VEICOLI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene  
Da gennaio 2012: dato rolling

2012

---◆--- previsione Automobile nuova    -■- previsione Automobile usata    -●- previsione Motociclo, scooter





# La casa

## Key Points: La casa

Il mercato immobiliare continua a vivere una fase estremamente critica, con compravendite in flessione: nel 1° trimestre del 2012 rispetto allo stesso periodo del 2011, nel settore residenziale la contrazione è stata pari al 19.6%. Il trend paga il difficile accesso al credito e i prezzi degli immobili ancora molto alti (nelle principali città italiane sono diminuiti in media dell'1.4%). L'aumento di tasse patrimoniali, la persistente contrazione di reddito e potere di acquisto (tutti fattori strettamente correlati tra loro), ostacolano l'incontro tra domanda e offerta e rendono i prezzi di mercato difficilmente sostenibili. Specie dai giovani che per ciclo di vita ambiscono a tale bene, ma più di tutti sono ora in difficoltà economiche.

Si spera che i recenti incentivi possano un poco smuovere questo mercato. Infatti se guardiamo alle previsioni di breve periodo dell'Osservatorio, notiamo che gli intenzionati all'acquisto di una casa nei prossimi tre mesi sono pressoché stabili. Ad ogni modo, sarà necessario verificare se tali auspici avranno un riscontro nella realtà, oppure se, come accaduto spesso in passato, saranno posticipati nel tempo.

Si confermano stabili anche i dati dei potenziali acquirenti di mobili e degli individui che intendono ristrutturare la propria abitazione, pari rispettivamente al 15.5% e all'8.5% dei 18-64enni percettori di reddito. Circa il settore dell'arredamento, continua il trend positivo degli acquisti fatti durante il mese precedente l'intervista: aumentano infatti coloro che hanno acquistato mobili a giugno, 10.4% versus 9.9%. Sembrerebbe che anche se in questo periodo acquistare una casa è molto più difficile che in passato, gli italiani non rinunciano a rendere il luogo in cui vivono il più accogliente possibile. Infine, si segnala che resta costante il prezzo medio speso (circa 1.540€).

# Quanti prevedono di acquistare mobili, casa o ristrutturarla\_

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

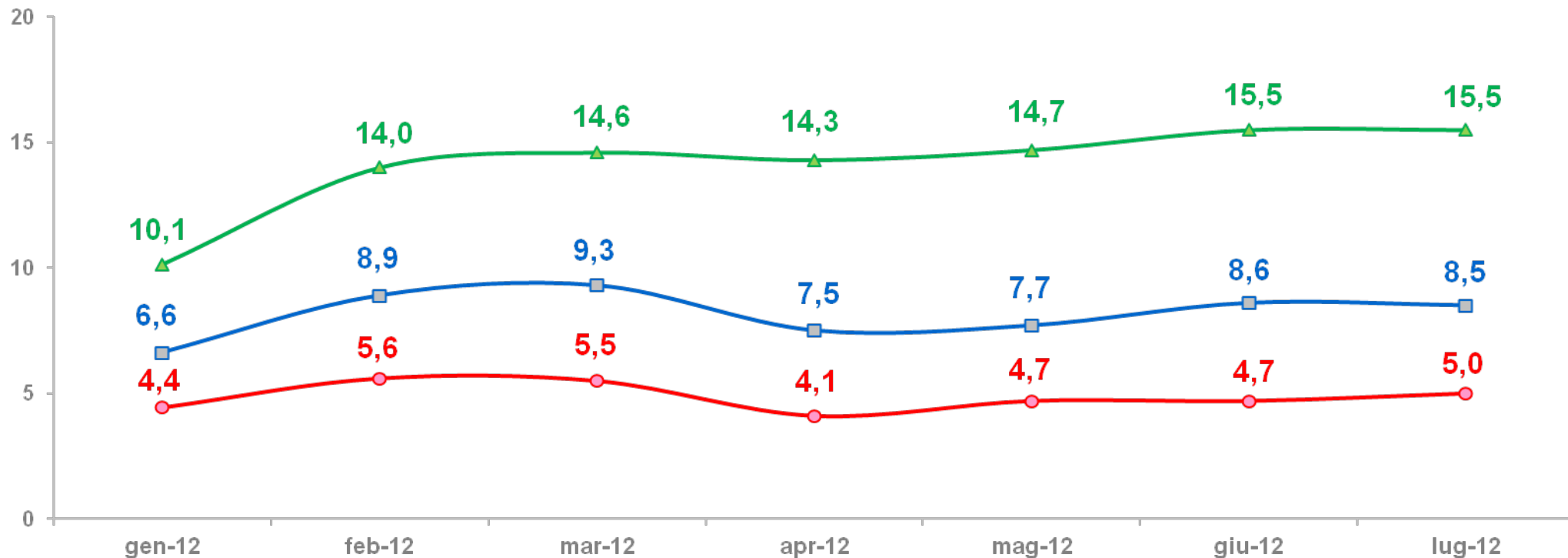
Valori %

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

Base: totale campione  
Da gennaio 2012: dato rolling

2012

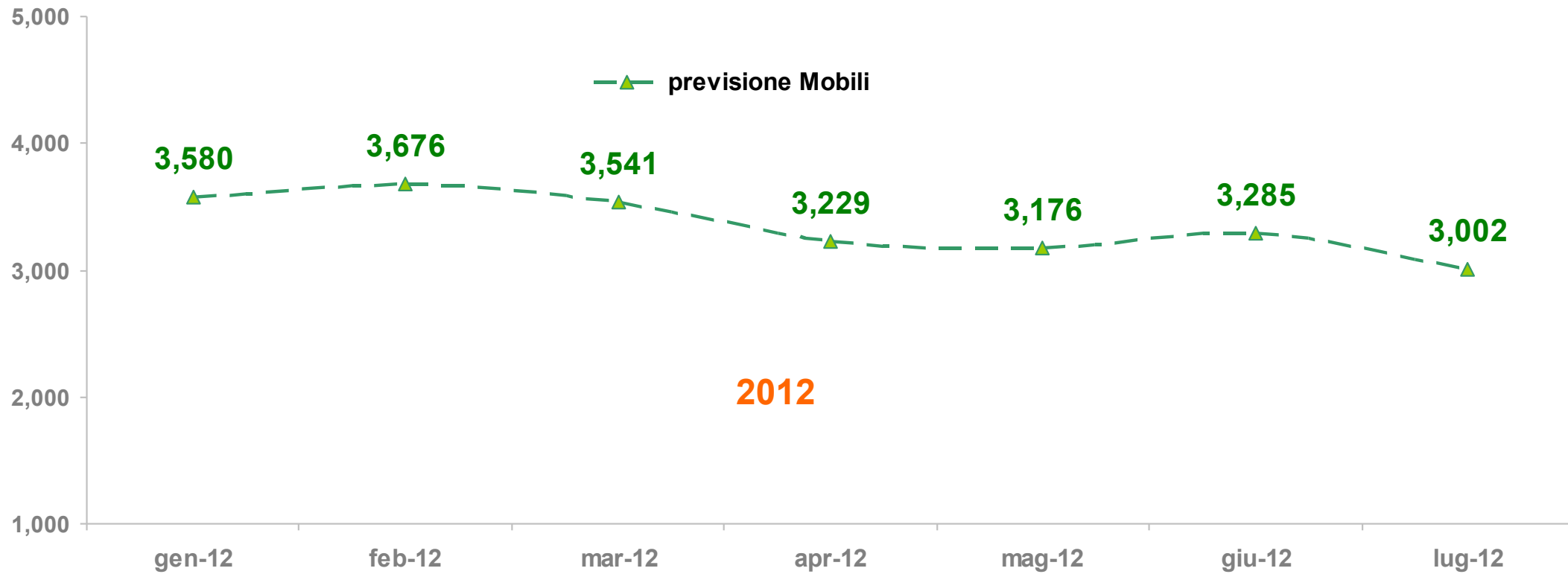
○ previsione Casa, appartamento    □ previsione Ristrutturazione casa, appartamento    ▲ previsione Mobili



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

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene  
Da gennaio 2012: dato rolling



**Argomento del mese:**  
**L'aumento del costo del  
carburante**

## Argomento del mese: l'aumento del costo del carburante

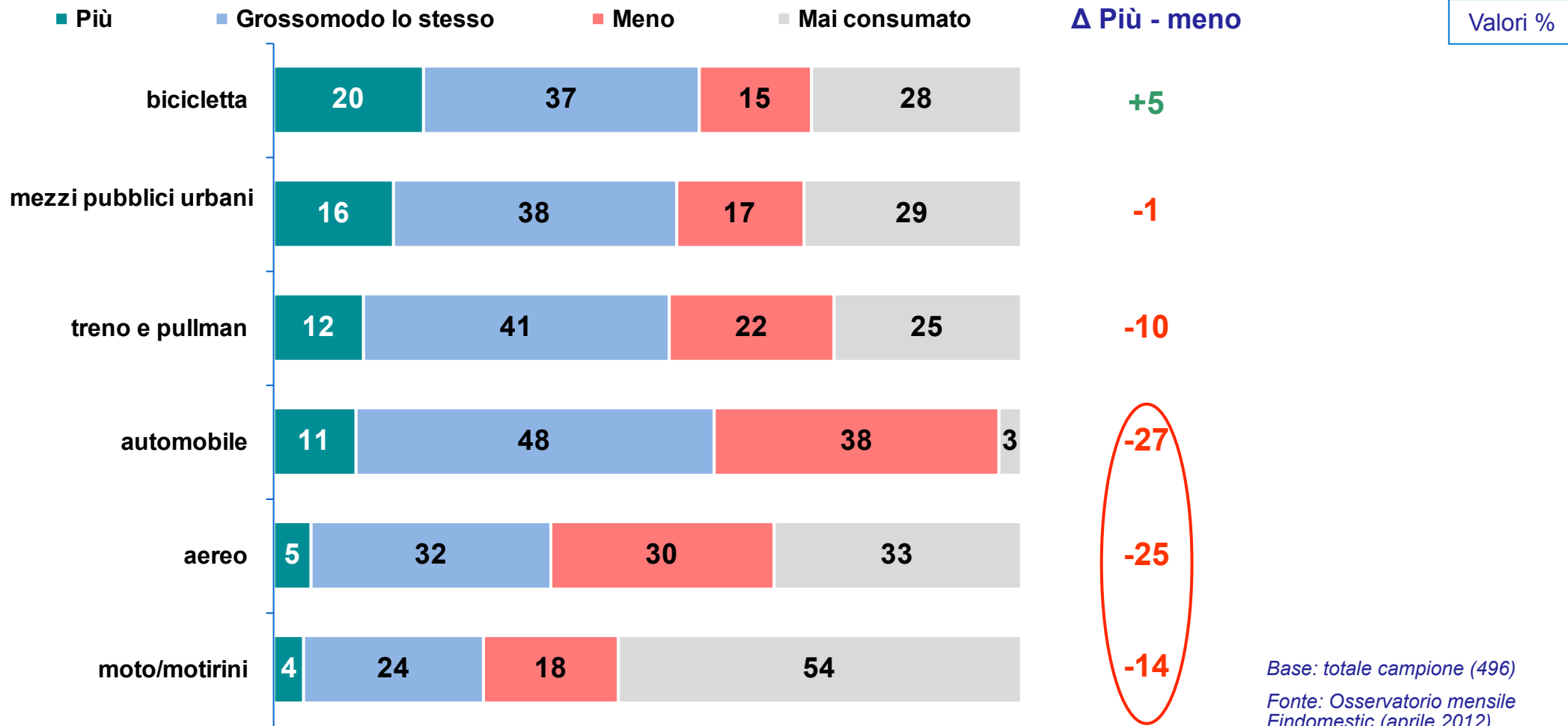
A seguito del progressivo rincaro dei carburanti, l'Osservatorio Findomestic ha indagato il trend dell'utilizzo di alcuni mezzi di trasporto. Ebbene, dall'analisi emerge **una chiara contrazione dell'uso dell'auto**, dal momento che ben il **38%** degli intervistati ha dichiarato di averne ridotto la fruizione rispetto a un anno fa, mentre solo l'11% l'ha accresciuta. Seguono – tra i mezzi penalizzati – moto e aereo: premiata la bicicletta e invariato l'utilizzo dei mezzi pubblici. Certamente **i recenti aumenti di carburante** hanno influito sulla mobilità delle famiglie italiane: sia quando essa è correlata a svago e vacanze – il 76% degli intervistati ha cambiato modo di muoversi nei fine settimana e il 69% quando è in vacanza – sia quando è correlata alla routine settimanale (un altro 69%). Ciò è confermato anche dal successo enorme dell'iniziativa 'riparti con Eni.

Sempre a causa degli aumenti del prezzo dei carburanti, il 9% dei 18-64enni attivi avrebbe **intenzione di anticipare la sostituzione dell'auto**, il 44% non ha intenzione di modificare i propri piani continuando ad usare ciò che già ha, mentre il 24% ha addirittura intenzione di posticiparne la sostituzione (il restante 23% ancora non ha preso una decisione). Tra le ragioni che spingono gli intervistati ad anticipare il cambio, oltre al già citato aumento dei carburanti, troviamo le **minori tasse** (e forse anche i costi di assicurazione) di un'auto di fascia inferiore, **l'obsolescenza della macchina** posseduta, i **forti sconti delle concessionarie** e il possesso di **auto euro5**. Le tipologie di macchine che tale target intende acquistare sono quella a metano (38%), quindi una di cilindrata inferiore all'attuale (25%), al terzo posto una ibrida (20%).

La crescita consistente del prezzo del carburante ha modificato anche **l'accesso ai grossi centri commerciali** fuori città: infatti, la maggioranza relativa (35%) dichiara di esserci andata meno spesso a seguito degli aumenti, mentre il 27% ci è andato con la stessa frequenza, solo il 5% ha accresciuto il numero delle visite (il 26% non è solito frequentare tali contesti).

# L'andamento della mobilità nell'ultimo anno

Utilizza/fruisce più o meno, rispetto a un anno fa, di..



Base: totale campione (496)

Fonte: Osservatorio mensile Findomestic (aprile 2012)

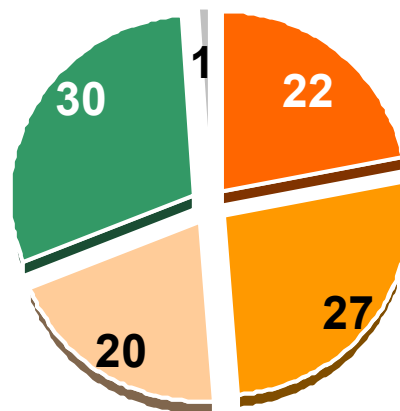
# L'influenza dell'aumento del costo del carburante sugli spostamenti

I recenti aumenti del costo dei carburanti hanno influito sulla sua mobilità, ossia sul suo modo di muoversi...?

Base: totale campione (487)

Valori %

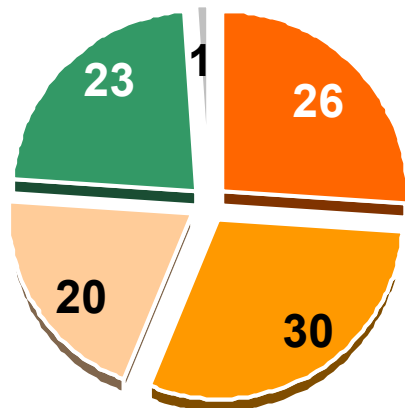
## Durante la settimana



- Sì, molto
- Sì, abbastanza
- Sì, poco
- No, per niente
- Non sa

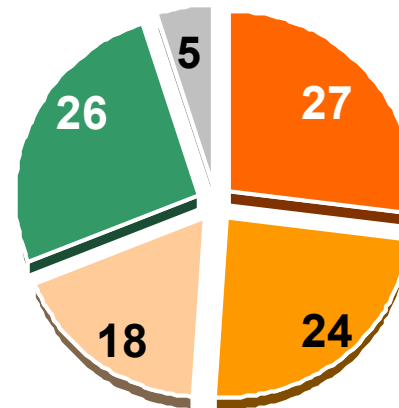
Sì = 69%

## Nel fine settimana



Sì = 76%

## In vacanza



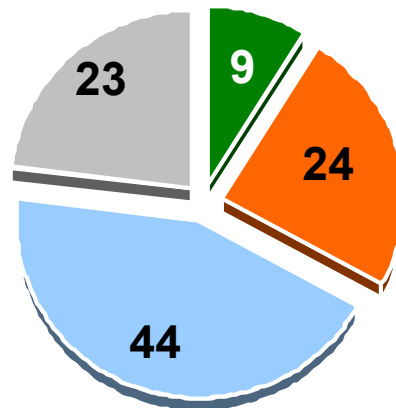
Sì = 69%



# L'influenza dell'aumento del costo del carburante sull'acquisto dell'auto

Pensi sempre ai consistenti aumenti del prezzo dei carburanti. Lei, in seguito a tali variazioni, ...

Base: totale campione (487)



Valori %

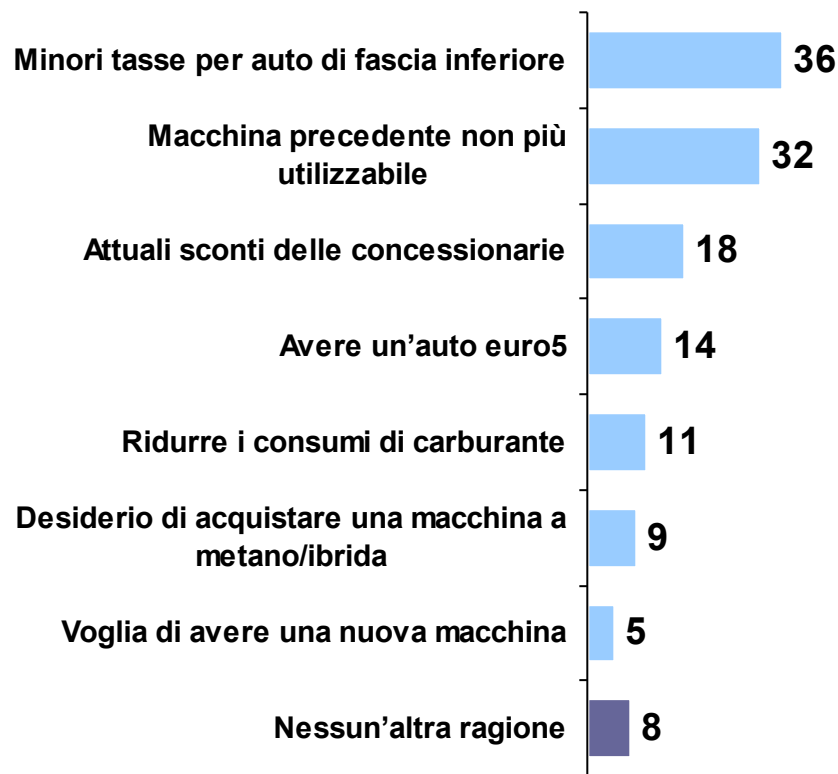
- ha intenzione di anticipare i tempi di sostituzione dell'auto
- ha intenzione di posticipare i tempi di sostituzione dell'auto
- non ha intenzione di modificare i tempi di sostituzione dell'auto
- non sa

	18-34	35-44	45-64	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	univ./laurea	diploma	scuola obbligo
Base	154	123	210	156	103	94	134	80	339	68
Ha intenzione di <b>anticipare</b> i tempi di sostituzione dell'auto	8	11	8	6	9	10	12	13	9	6
Ha intenzione di <b>posticipare</b> i tempi di sostituzione dell'auto	25	24	24	25	24	22	24	31	22	23
<b>Non ha intenzione di modificare</b> i tempi di sostituzione dell'auto	43	45	44	50	44	47	36	40	45	46
Non sa	24	20	24	19	23	21	28	16	24	25

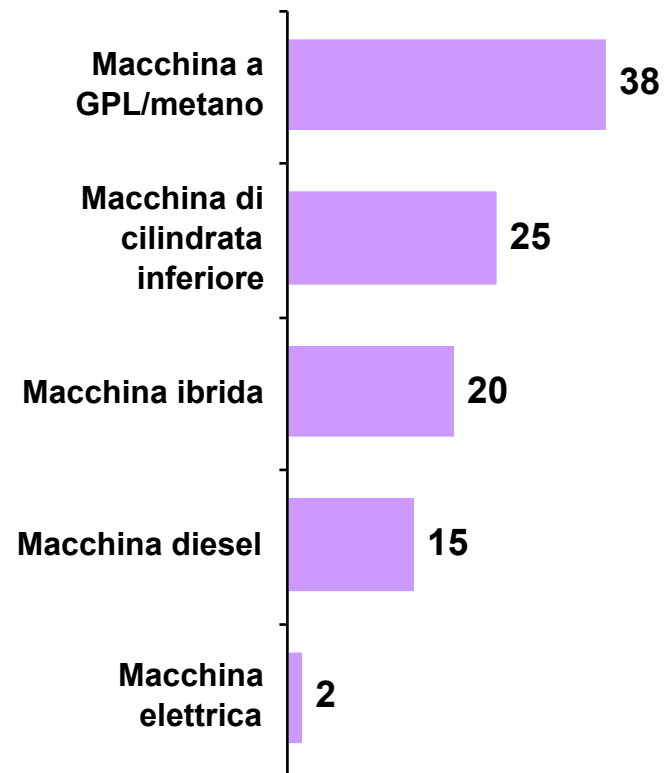
# Le ragioni dell'anticipazione dell'acquisto di un'auto e la tipologia che si ha intenzione di acquistare

Valori %

*Oltre all'aumento del prezzo dei carburanti, quali altre ragioni hanno influito sulla sua intenzione di anticipare la sostituzione dell'auto?*



*Che tipo di macchina ha intenzione di comprare?*



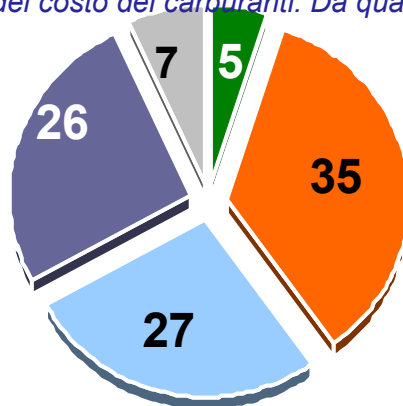
Base: hanno intenzione di anticipare l'acquisto dell'auto (44)

# La frequenza di visita dei centri commerciali fuori città dopo l'aumento dei carburanti

Pensi ora ai recenti aumenti del costo dei carburanti. Da quando ci sono stati tali aumenti dei carburanti...

Base: totale campione (487)

Valori %

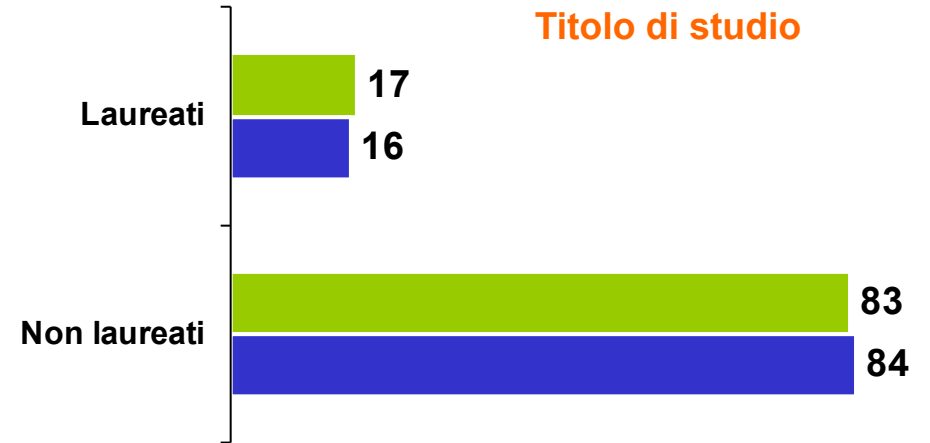
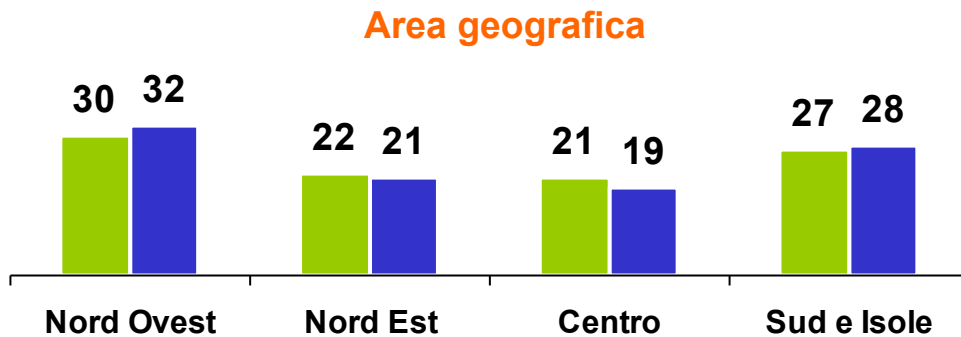
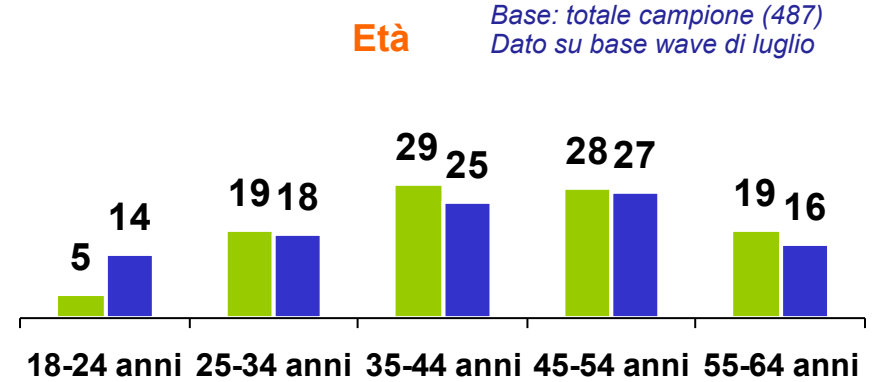
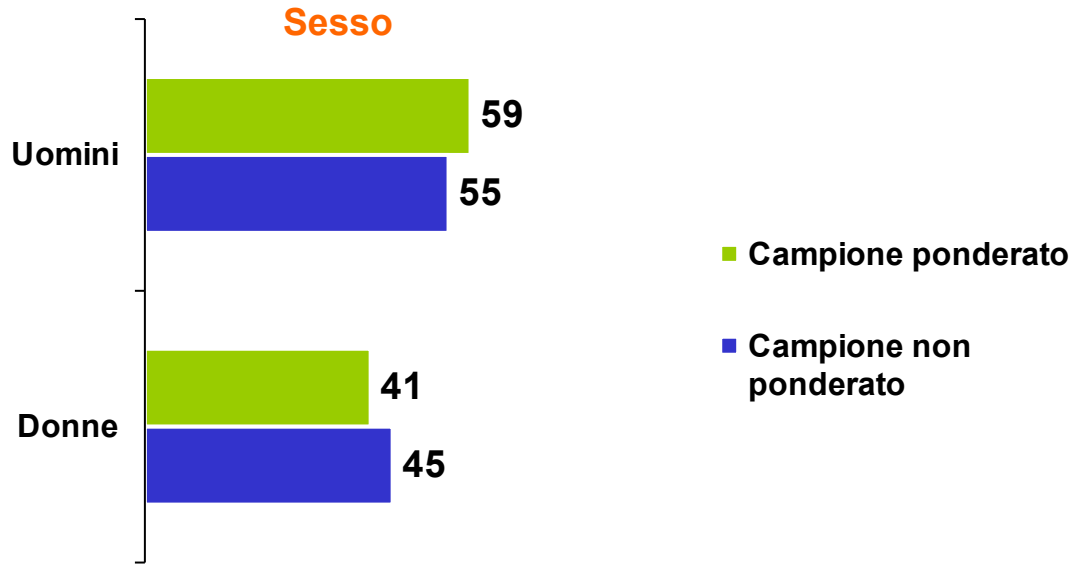


- è andato più spesso nei grossi centri commerciali fuori città
- è andato meno spesso nei grossi centri commerciali fuori città
- è andato nei grossi centri commerciali fuori città con la stessa frequenza
- non va mai nei grossi centri commerciali fuori città
- non so

	18-34	35-44	45-64	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	univ./laurea	diploma	scuola obbligo
Base	117	139	231	145	108	101	132	83	335	69
È andato <b>più spesso</b> nei grossi centri commerciali fuori città	5	7	5	5	5	3	7	10	5	-
È andato <b>meno spesso</b> nei grossi centri commerciali fuori città	36	33	36	28	33	35	45	31	38	25
È andato nei grossi centri commerciali fuori città <b>con la stessa frequenza</b>	30	34	21	34	30	20	22	30	23	42
<b>Non va mai</b> nei grossi centri commerciali fuori città	17	21	32	25	25	36	18	22	26	27
Non so	12	5	6	8	7	6	8	7	8	6

# Il campione

# Il campione

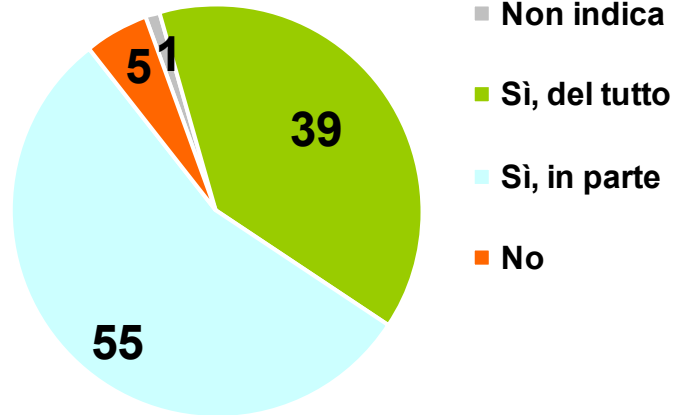


# Il responsabile degli acquisti

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

Base: totale campione (487)  
Dato su base wave di luglio

Valori %

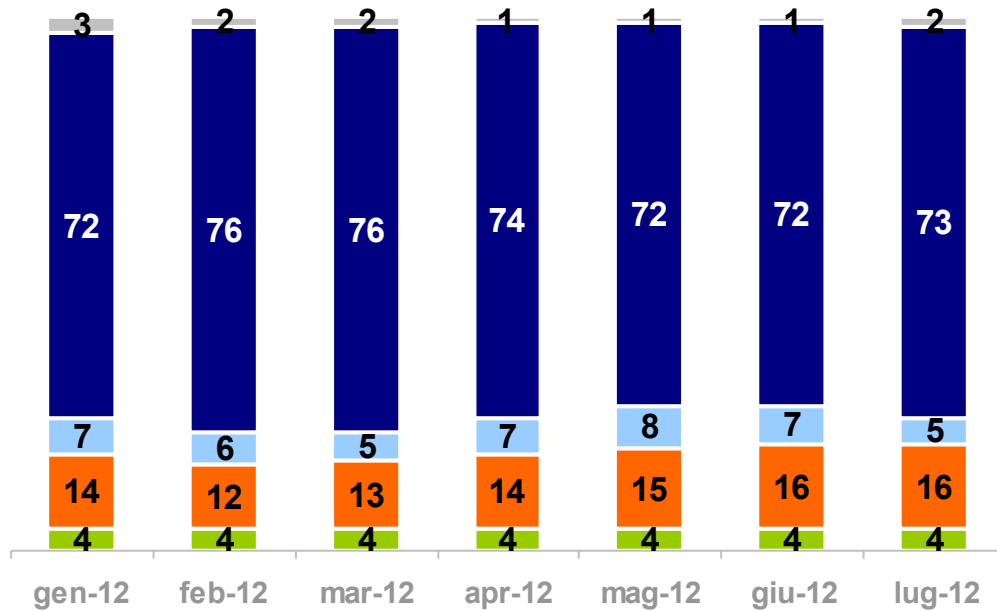


	Uomo	Donna	18-34	35-44	45-64
Base	289	199	117	139	231
Sì, del tutto	33	47	27	43	42
Sì, in parte	59	50	58	54	55
No	7	3	13	2	3
Non indica	1	-	2	1	-

# Il contratto di lavoro e la classe socio-economica di appartenenza

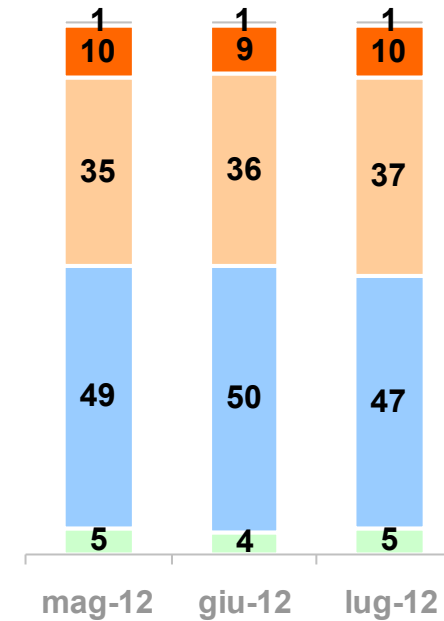
Valori %

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



- Non sa
- No, non è cambiato
- Sì, è cambiato ma è stabile nello stesso modo
- Sì, è cambiato ed è meno stabile
- Sì, è cambiato ed è più stabile

Secondo Lei oggi la sua famiglia a quale classe sociale appartiene?



- Classe alta
- Classe medio-alta
- Classe media
- Classe medio-bassa
- Classe bassa
- Non indica