

L'Osservatorio

Findomestic - Mensile

Clima di fiducia
e intenzioni di acquisto
degli italiani

Indagine settembre 2013

Dati rilevati nel mese di agosto 2013

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



Un italiano su due (il 47%), di quelli che hanno rinunciato alle ferie, l'ha fatto perché non aveva soldi a disposizione. Solo il 18% l'ha fatto per risparmiare, mentre un altro 23% vi è stato costretto per via di spese impreviste alle quali ha dovuto fare fronte.

E' questa la fotografia, scattata dall'Osservatorio Findomestic, degli Italiani che quest'anno se ne sono rimasti a casa durante le loro ferie. Un'istantanea che ritrae pressoché un'intera metà del Paese.

Un Paese che, nel suo complesso, continua a nutrire forti preoccupazioni sul suo futuro: il grado di fiducia, seppur in lieve ripresa, resta in linea con il dato particolarmente basso registrato nei mesi precedenti, facendo segnare 3,26 punti.

Abitudini di consumo sostanzialmente invariate, maggiore attenzione a famigliari ed amici e interesse per i piccoli e grandi eventi organizzati localmente. E' questo l'atteggiamento dell'italiano che, nel 2013, si è trovato costretto a rinunciare a trascorrere lontano da casa, al mare o in montagna, le proprie ferie. Il profilo lo ha tracciato la rilevazione condotta ad agosto dall'Osservatorio mensile di Findomestic sui consumi degli Italiani.

Uno su due di quanti se ne sono rimasti a casa, l'ha fatto per un'oggettiva indisponibilità di denaro. Il 23% non ha potuto concedersi un periodo di vacanze perché costretto a sostenere spese impreviste. Il 18% ha scelto consapevolmente, invece, di risparmiare.

Chi trascorre le ferie nello stesso luogo in cui risiede e lavora preferisce trascorre il tempo con gli amici (53%), fare gite fuori porta (45%) o visitare sagre e fiere (39%). Alle amministrazioni comunali, per

rendere più piacevole la permanenza in città, si chiede di organizzare manifestazioni all'aperto (59%), eventi culturali gratuiti (57%), ma anche attività ludiche in favore di bambini e famiglie (30%).

Il 65% di chi è rimasto a casa afferma, inoltre, di non modificare le proprie abitudini di consumo, continuando a frequentare gli stessi negozi. Il 25%, invece, ammette di cambiare, almeno parzialmente, le proprie abitudini. Mentre solo il 5% rivela di modificare radicalmente l'articolazione delle sue spese. Chi le cambia, in primo luogo fa acquisti in negozi diversi, che non frequenta abitualmente (27%).

Nel mese di agosto chi non è andato in vacanza ha preferito frequentare centri commerciali (58%), supermercati (51%) ed ipermercati (39%) ma anche gelaterie (29%), mercatini rionali (23%) e negozi di alimentari (19%) hanno un peso rilevante. Pare emergere l'alimentare su tutte le altre categorie merceologiche. Come a dire che il piacere del cibo, in una condizione di ristrettezze e difficoltà, è l'ancora di salvezza, oltreché qualcosa a cui non si rinuncia facilmente.

Per quel che attiene il **grado di fiducia** nei confronti della situazione del sistema-Paese, i valori di agosto rimangono in linea con quelli dei mesi precedenti. Il dato rilevato si attesta a quota 3,26, su una scala che va da 1 a 10 e che ha in 7 la sua soglia positiva. Un leggerissimo incremento positivo rispetto al 3,19 di luglio.

Stabile anche la **propensione al risparmio**. Se, infatti, a luglio gli Italiani che si dicevano intenzionati ad aumentare la propria quota di risparmio erano il 12,6% del totale, ad agosto la quota si è assestata al 12,1%.

Previsioni di acquisto a tre mesi

Elettrodomestici: prosegue il trend positivo per i piccoli elettrodomestici. Inversione di tendenza per i bruni, che risalgono; leggero calo per i grandi elettrodomestici.

Balzo all'insù di 1,8 punti (da 14,1 a 15,9%) della quota di consumatori che nei prossimi tre mesi intendono acquistare un elettrodomestico bruno. Prosegue il trend positivo per i piccoli elettrodomestici (da 22,2 a 22,6), mentre perdono leggermente terreno i grandi (da 14,1 a 13,9%). Gli importi di spesa preventivati segnano un incremento per gli elettrodomestici bruni (da 681 a 734€); scende da 684 a 665 quello dei grandi elettrodomestici; passa da 146 a 163€ quello dei piccoli.

Informatica, telefonia e fotografia: scendono le previsioni per tutte le categorie (videocamere, tablet, telefonia e pc).

Prospettive di arretramento per tutte le 4 categorie nelle quali si suddivide il settore. Per la telefonia, le previsioni di acquisto passano dal 20,1% di luglio al 19,3% di agosto (si tratta della percentuale di consumatori intenzionati ad effettuare un acquisto di qui ai prossimi 90 giorni); dal 17,1 al 15,1% per i pc e gli accessori; dal 12,2 all'11,7% per i tablet e gli ebook; dall'11 al 10,8% per foto e videocamere.

Per quanto riguarda l'ammontare di spesa, invece, gli Italiani prevedono di spendere di più in telefonia (da 297 a 306€) e per pc ed accessori (da 499 a 531€), mentre diminuisce l'ammontare relativo per i Tablet e gli e-book (da 302 a 295€).

Auto e moto: previsioni stabili o in leggerissimo miglioramento per auto nuove e usate. Continuano a perdere terreno motocicli e scooter.

Crescono, seppure di uno zero virgola, le previsioni per l'acquisto di auto nuove e di auto usate. Se a luglio infatti il 7,2% dei consumatori preventivava l'acquisto di un'auto nuova, ad agosto si è passati al 7,4%. Passano dal 6,8 al 6,9% le previsioni per quelle usate. Perdono altri 0,3 punti, invece, scooter e motocicli, toccando nuovamente il minimo storico del 2,6%, fatto segnare anche nello scorso mese di marzo. Sul versante degli importi di spesa previsti si registrano degli incrementi per le auto nuove (da 18.252 a 18.490€) e per i ciclomotori (da 2.765 a 2.949€). In diminuzione il budget previsto per le auto usate (da 6.867 a 6.558€).








Casa e arredamento: previsioni stabili per l'acquisto di mobili; in leggera risalita le previsioni per l'acquisto di case; in contrazione le ristrutturazioni.

Si conferma il timido trend positivo delle previsioni di acquisto di case. A luglio, il 4% degli italiani si dichiarava intenzionato a comprare casa; ad agosto questa quota è salita al 4,3%. Perdono altri 0,7 punti le previsioni per le ristrutturazioni (dal 8,7% di luglio, al 9,2 di agosto), dopo gli altri 0,5 punti di arretramento riportati a luglio. Per i mobili, le previsioni sono sostanzialmente in linea con la rilevazione precedente (da 13,2 a 13,3%). Per questi ultimi però cresce l'importo medio di spesa che passa, sempre tra luglio ed agosto, da 1.774 a 1.990€.

Tempo libero: a fine estate s'inverte la corsa al rialzo di viaggi, attrezzature sportive e fai da te.

Ad agosto, il 33,8% degli Italiani intende comprare un pacchetto - vacanza nei prossimi 3 mesi; a luglio, questa quota era del 36%. In contrazione anche le previsioni di acquisto per attrezzature ed abbigliamento sportivi (la quota di consumatori intenzionati all'acquisto passa da 22,4 a 20,9%) e si contraggono, seppure leggermente, le previsioni sul fronte del fai da te (dal 20 al 19,6 %).

La sintesi dei trend

Scenario socio-economico		<p><i>Dopo un lungo periodo caratterizzato da sole brutte notizie, alcuni indici strutturali tornano a trasmettere positività: la lieve ripresa della produzione industriale, la diminuzione del tasso di disoccupazione e delle ore di cassa integrazione, l'inflazione stabile su livelli più bassi del passato. La situazione rimane critica ma qualche spiraglio s'intravede</i></p>
Sentiment		<p><i>Se da un lato la soddisfazione per la situazione italiana tende a migliorare, dall'altro si contraggono la percezione relativa alle condizioni personali e la propensione al risparmio.</i></p>
Tempo libero		<p><i>Con la stagione estiva quasi alle spalle, le prospettive di viaggi e attività di svago si riducono.</i></p>
Elettrodomestici		<p><i>È un mese positivo per gli elettrodomestici, in particolare per quelli piccoli e quelli bruni. Ma anche gli acquirenti di grandi elettrodomestici sono cresciuti rispetto a un mese fa. È ancora da verificare l'influenza su questo mercato degli incentivi alle ristrutturazioni, anche se un suo effetto positivo è plausibile.</i></p>
Informatica, telefonia e fotografia		<p><i>Le variazioni di prezzo per il settore della tecnologia sono poco significative, e un maggiore interesse nei confronti di alcuni prodotti viene compensato dalla minore attenzione rivolta verso altri (soprattutto PC e accessori).</i></p>
Veicoli		<p><i>Come noto, la categoria dei veicoli vive da parecchio tempo una condizione delicata. In tale contesto, questa rilevazione descrive una situazione stabile, con le auto nuove che confermano sostanzialmente il numero di acquirenti e vedono crescere il prezzo. La situazione più critica è quella dei motocicli, il cui trend è negativo ormai da molti mesi</i></p>
Casa		<p><i>L'attenzione del consumatore è rivolta in gran parte all'acquisto di mobili. Se da un lato tale andamento fa pensare anch'esso al ruolo degli incentivi statali, dall'altro pare che esso abbia avuto un ruolo nel passato recente, mentre tale effetto sia destinato a ridursi nei prossimi tre mesi (diminuiscono gli intenzionati a ristrutturare casa)</i></p>

Alcuni dati di scenario

Lo scenario socio-economico



Cosa è diminuito?

- Il tasso di disoccupazione overall in Italia (-0,1 punti %) e in Europa (-0,1 punti %).
 - Le ore autorizzate di Cassa Integrazione rispetto a giugno (-10 milioni)
- ❖ *Il tasso di disoccupazione overall mostra una leggera diminuzione sia a livello nazionale sia a livello europeo, anche se la situazione resta preoccupante.*
- ❖ *Da sottolineare la riduzione delle ore autorizzate di Cassa Integrazione a luglio rispetto al mese precedente.*



Cosa è rimasto stabile?

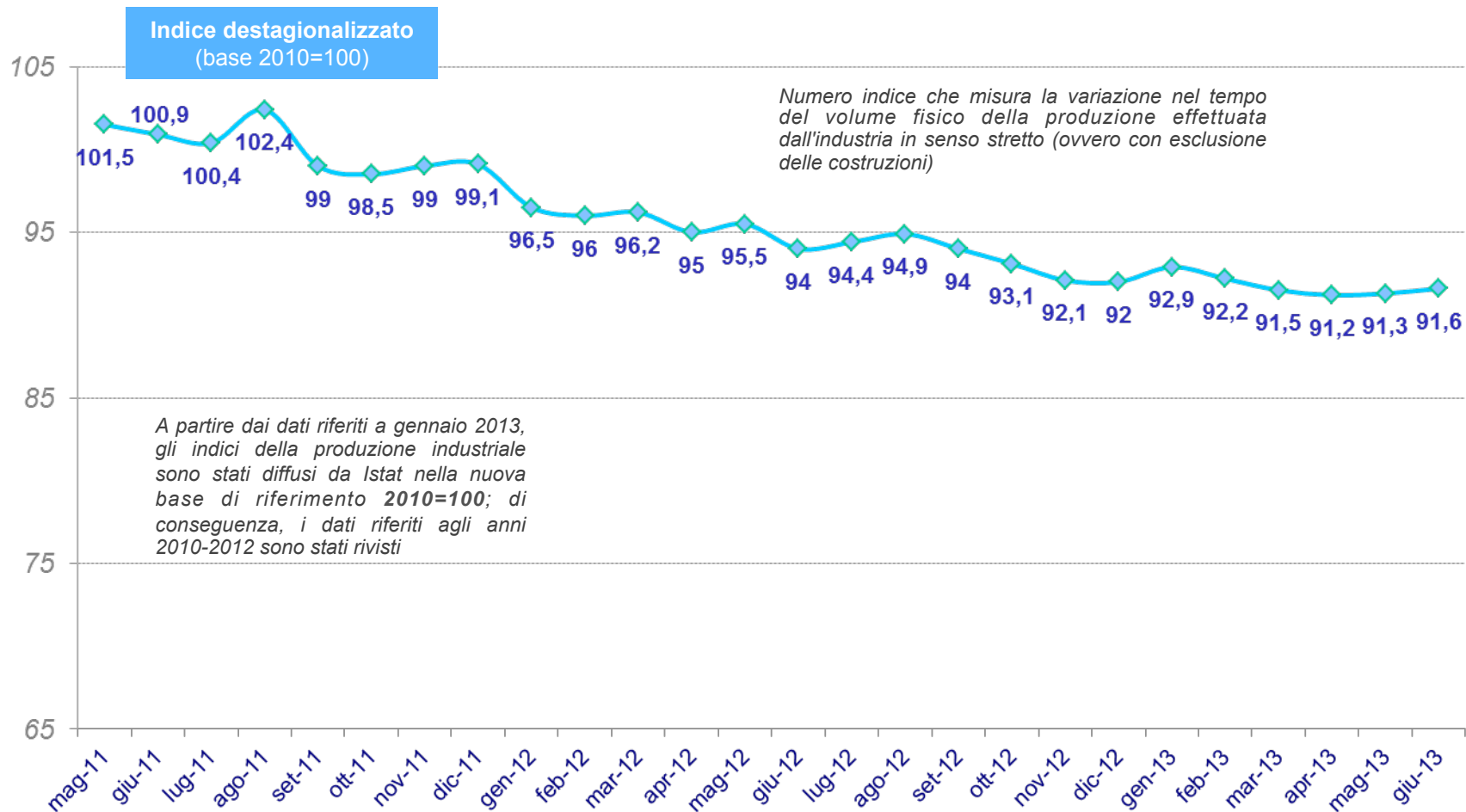
- Il tasso di variazione dell'inflazione (+1,2)



Cosa è aumentato?

- La produzione industriale (+0,3 punti %)
 - Il tasso di disoccupazione giovanile in Italia (+0,8 punti %) e in Europa (+0,1 punti %)
- ❖ *La produzione industriale mostra una lieve crescita a partire da maggio: l'indice passa infatti dal 91,2 di aprile al 91,3 di maggio, per raggiungere il 91,6 a giugno.*
- ❖ *Ritorna crescere la disoccupazione giovanile sia in Europa sia in Italia, dopo la lieve flessione di maggio.*

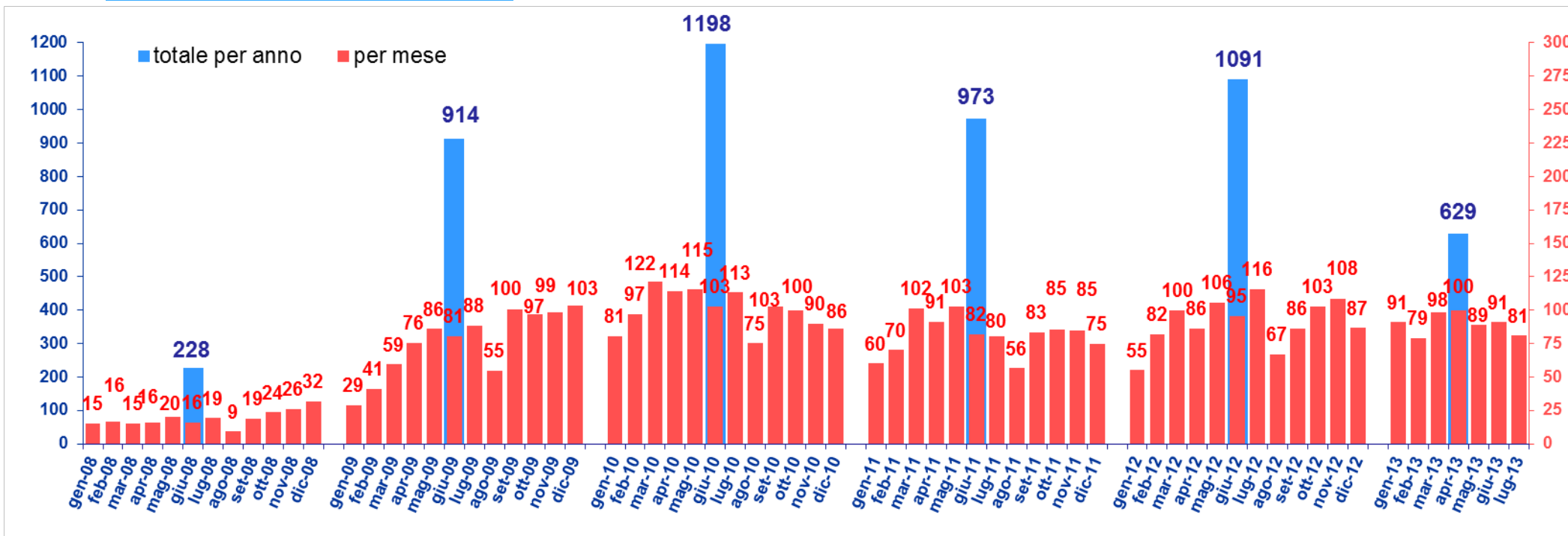
Continua la lieve ripresa della produzione industriale



A luglio diminuiscono le ore di cassa integrazione rispetto al mese precedente

FONTE: INPS (agosto 2013)

Milioni di ore autorizzate (CI totale)

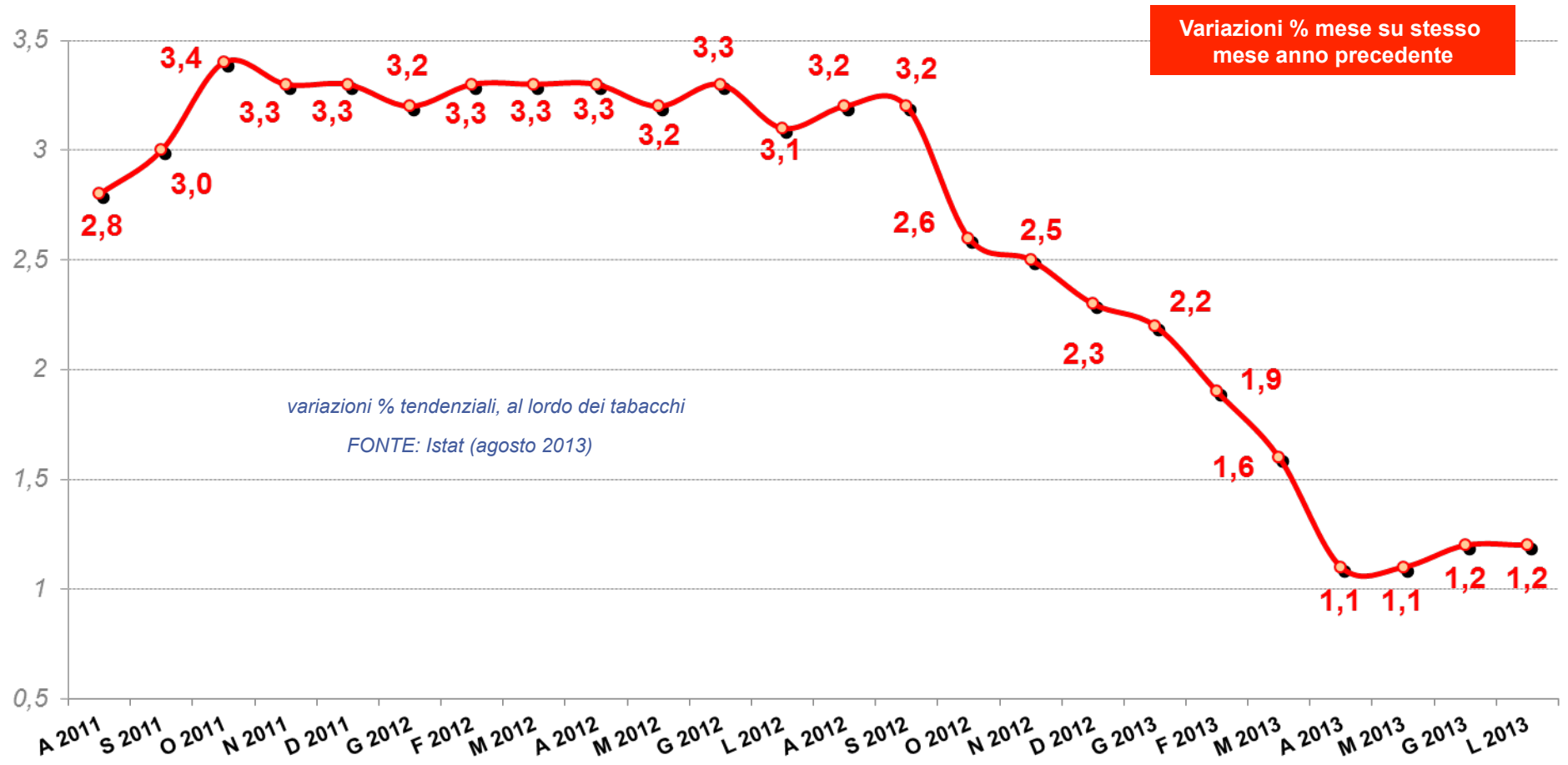


Cassa integrazione ordinaria: per operai, impiegati e quadri di imprese industriali. Durata massima: sino a 12 mesi

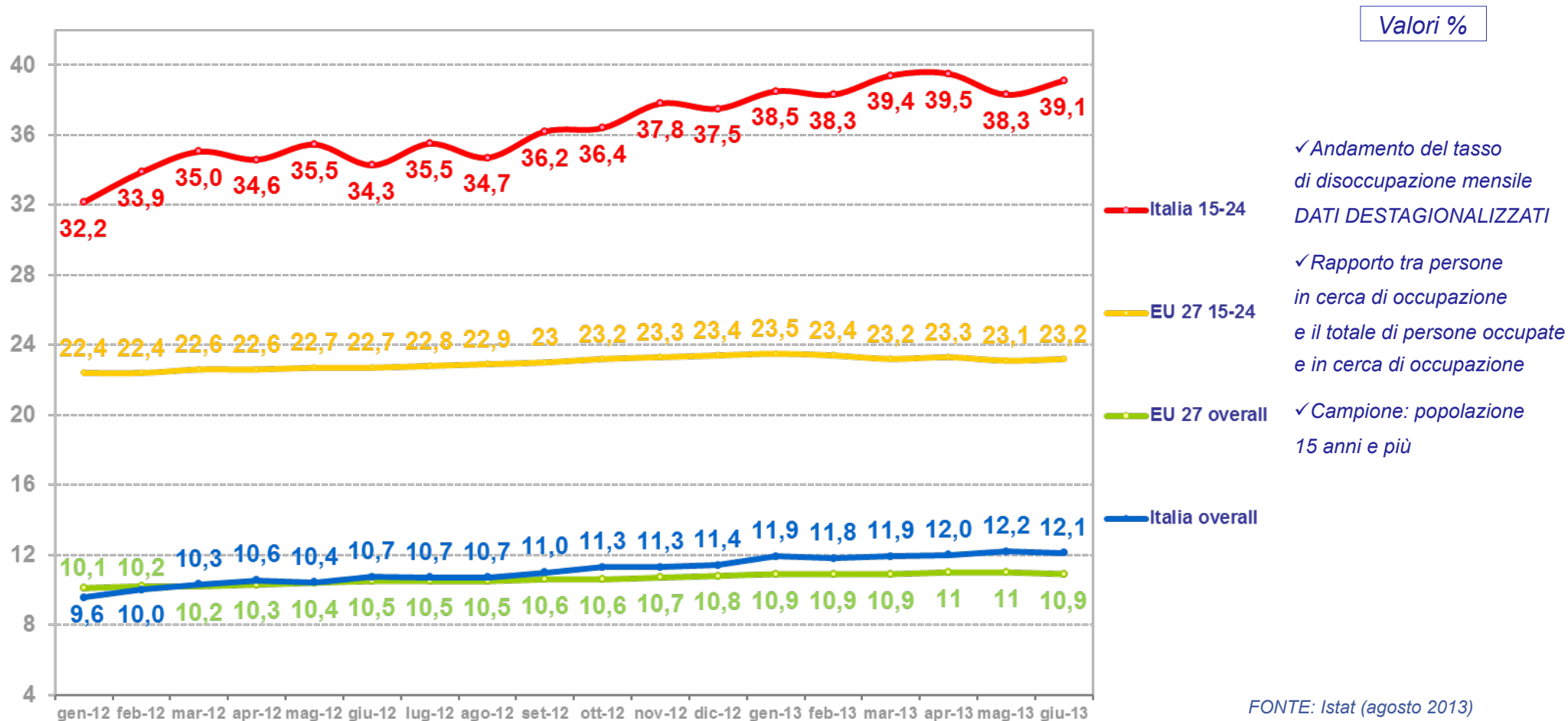
Cassa integrazione straordinaria: per operai, impiegati e quadri di imprese industriali. Durata massima: 12 mesi per crisi aziendali; 24 mesi per riorganizzazione aziendale; 18 mesi per i casi di procedure esecutive concorsuali.

Cassa integrazione in deroga: per tutti i lavoratori subordinati dipendenti di aziende di determinati settori produttivi o aree regionali, individuate in specifici accordi governativi. La durata è stabilita negli accordi.

La variazione dell'inflazione è stabile rispetto a giugno



Torna a crescere il tasso di disoccupazione giovanile, mentre il tasso overall mostra una lieve diminuzione sia in Italia che in Europa



FONTE: Istat (agosto 2013)

Eurostat (agosto 2013)

Il sentiment

Il sentiment



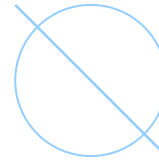
Cosa è diminuito?

- La soddisfazione per la situazione personale.
- Coloro che sono riusciti a risparmiare e la percentuale media di reddito risparmiato sul totale della popolazione.
- Le aspettative circa l'aumento del risparmio (-0.5 punti %).

❖ *Le interviste realizzate in agosto evidenziano la variazione significativa dell'area del risparmio, prima fra tutti gli indicatori di sentiment. Chi è riuscito a mettere da parte qualche cosa è diminuito di 1.4 punti % rispetto al mese precedente e anche la somma risparmiata ha subito un calo di 1.5 punti%. Il cambiamento di rotta non deve sorprendere anche perché siamo in estate, e il denaro risparmiato negli ultimi 3 mesi è servito probabilmente a finanziare le vacanze di coloro che se le sono potute permettere.*



Cosa è rimasto stabile?



Cosa è aumentato?

- Il livello di soddisfazione per la situazione italiana.
- Le previsioni circa la situazione italiana a 12 mesi (+0.3 punti %)

❖ *Se da un lato diminuisce il livello di soddisfazione per la situazione personale, dall'altro cresce quello che attiene alla sfera nazionale. Tale aumento è in gran parte dovuto al crescere della soddisfazione dei residenti nel sud e nelle isole e di coloro che hanno un livello di istruzione più alto.*

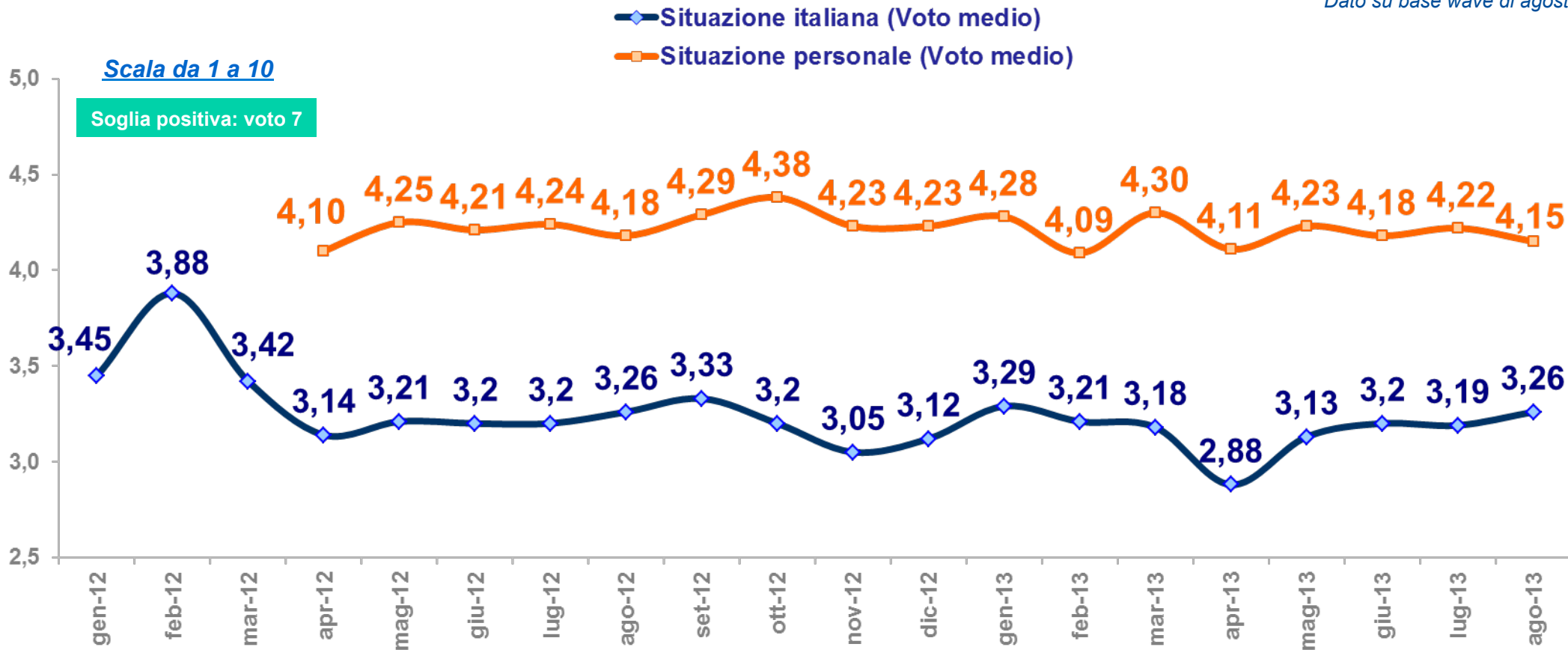
Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana e la situazione personale

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 503
Dato su base wave di agosto



Le previsioni sulla situazione italiana a 12 mesi

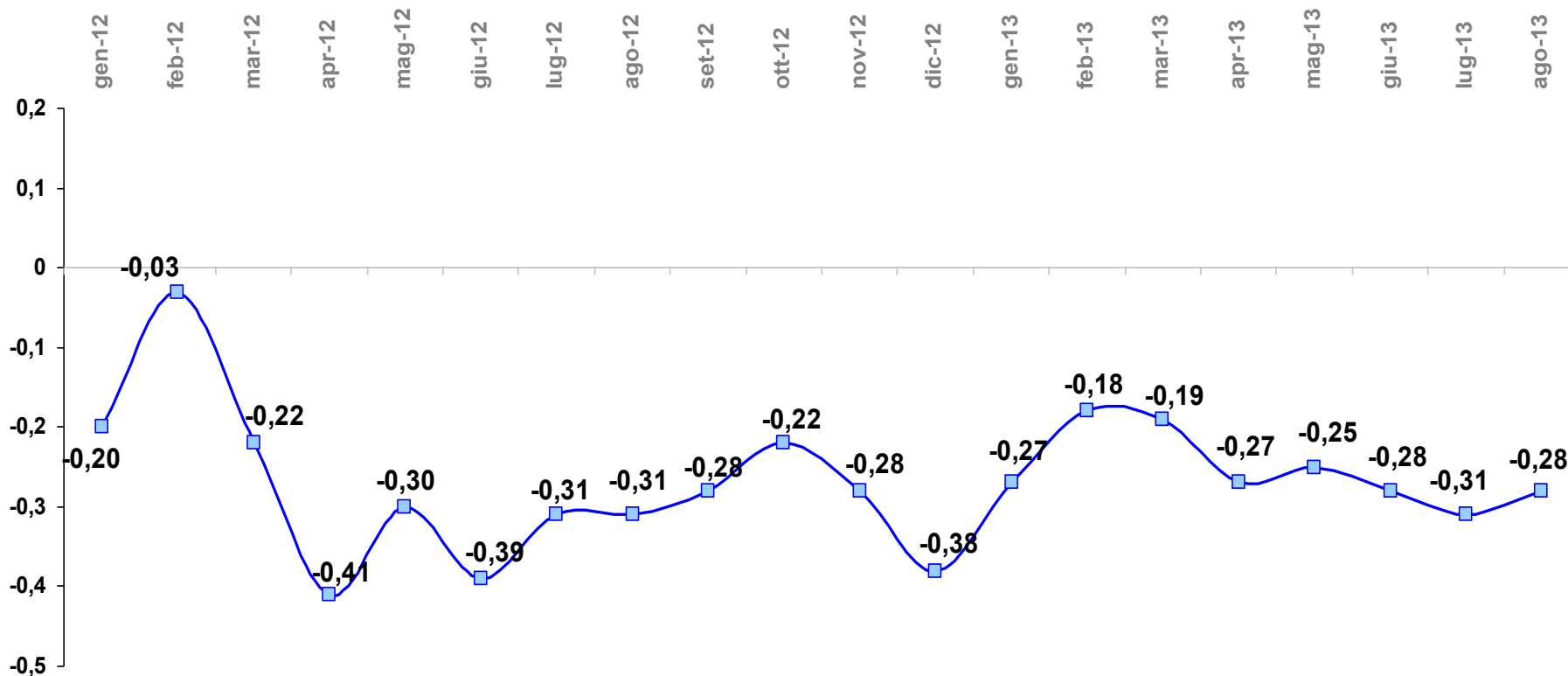
Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi, la situazione italiana, nel suo complesso sarà migliore o peggiore?

Base: totale campione 503
Dato su base wave di agosto

Situazione
Migliore: 1

Situazione
Stabile: 0

Situazione
Peggiora: -1

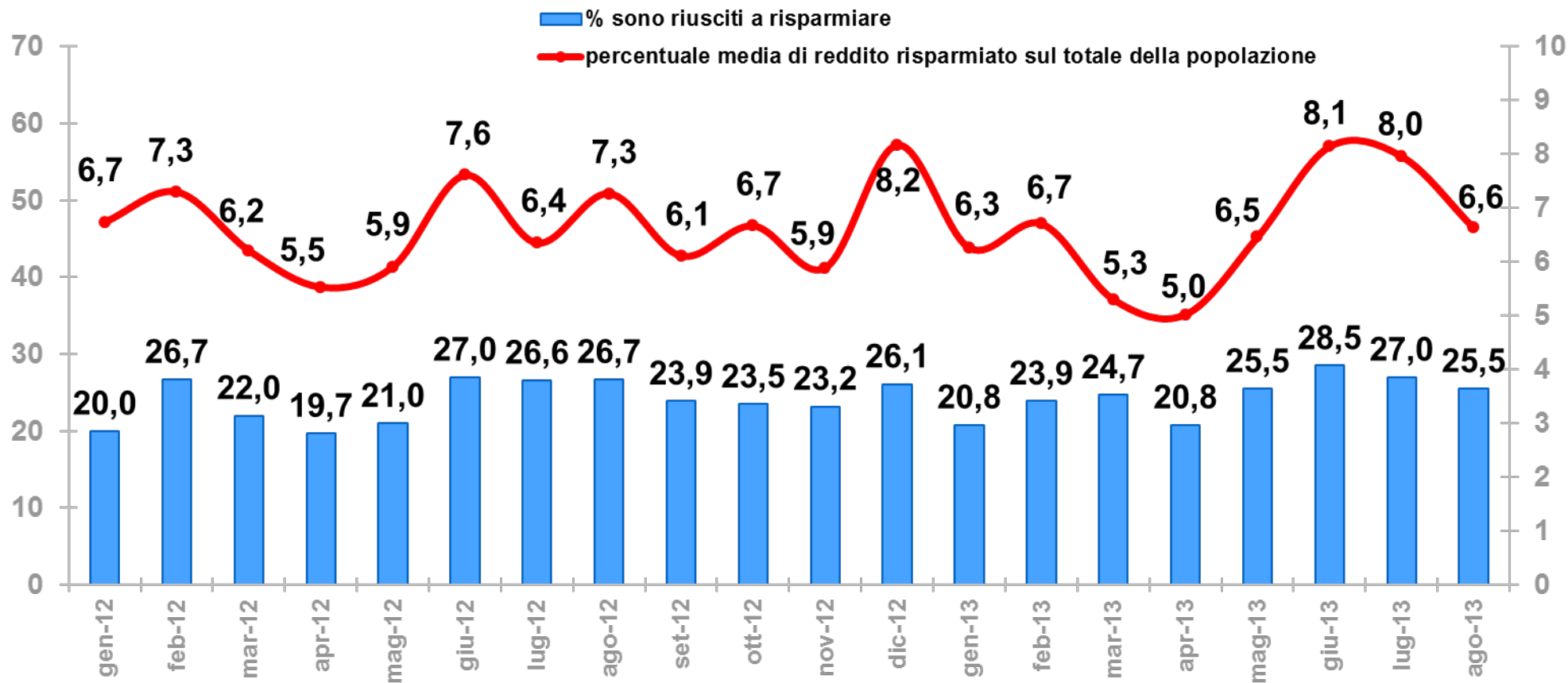


Il risparmio dell'ultimo mese

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 %

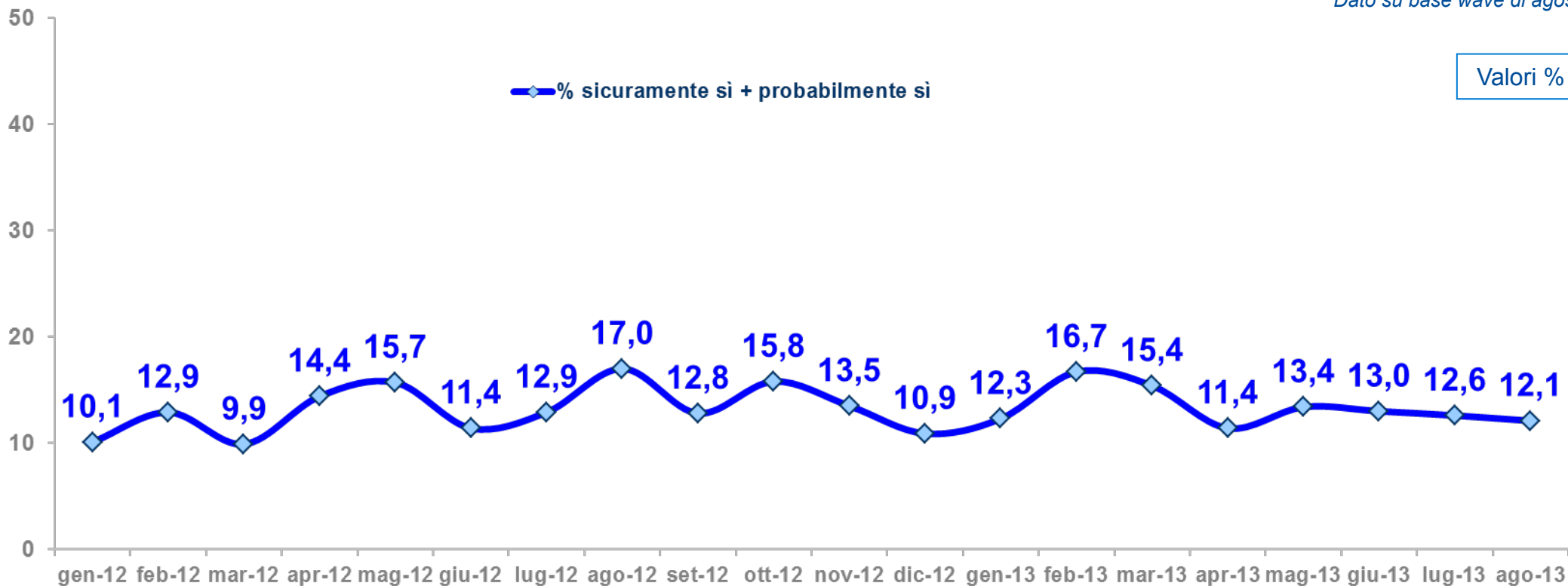
Base: totale campione 503
Dato su base wave di agosto



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)

Base: totale campione 503
Dato su base wave di agosto



Il tempo libero

Il tempo libero



Cosa è diminuito?

- Le previsioni di acquisto a tre mesi di attrezzature per il fai-da-te (-0.4 punti %), viaggi e vacanze (-2.2 punti%) e di abbigliamento sportivo (-1.5 punti %)

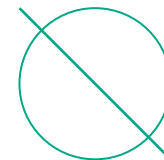
- ❖ *Come nelle ultime tre rilevazioni, continua il trend negativo di attrezzature sportive e fai-da-te: il livello di interesse da parte dei consumatori si conferma nella sua negatività.*
- ❖ *Ad agosto, le prospettive di viaggi e vacanze si riducono in maniera consistente. Questo fenomeno è naturalmente in linea con le tendenze tipiche di questo periodo: anche ad agosto 2012 ci fu un decremento pari a 3.9 punti % rispetto al mese precedente. L'estate inizia a declinare*



Cosa è rimasto stabile?



Cosa è aumentato?



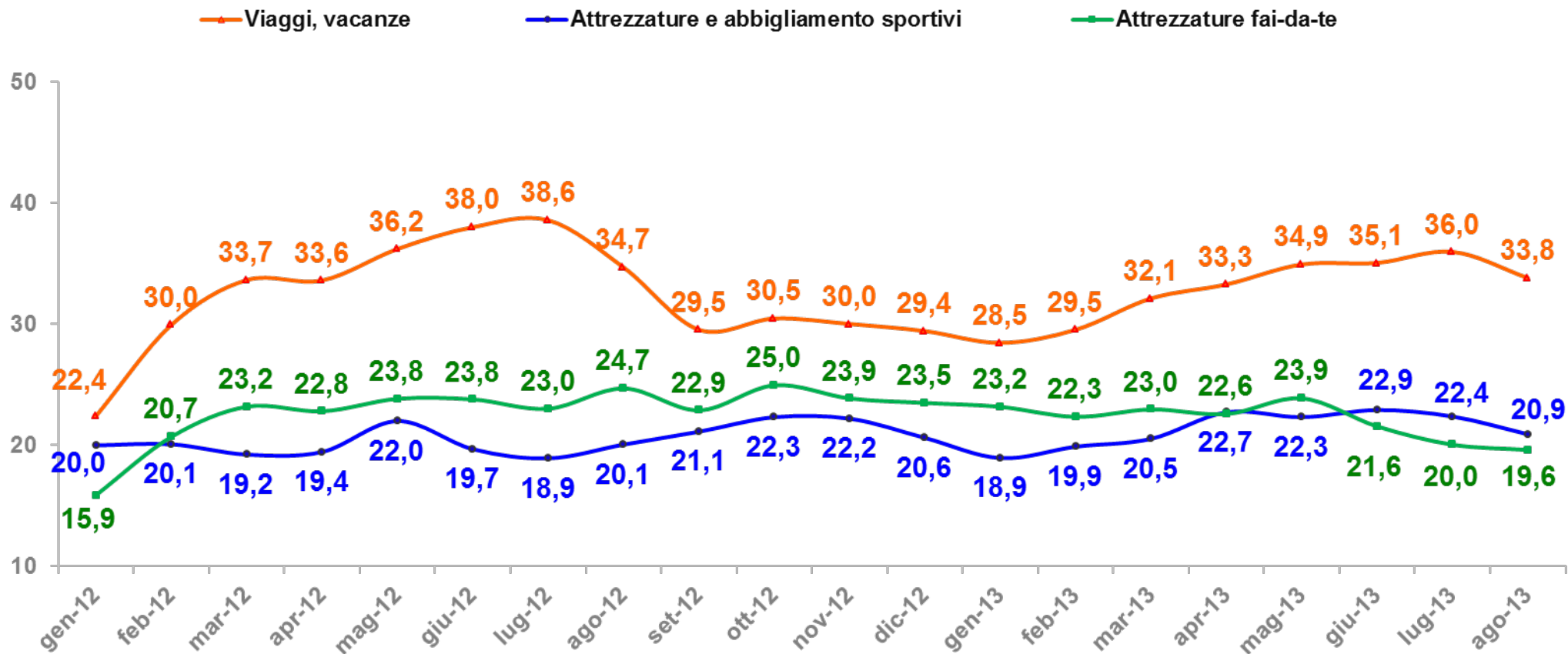
Quanti prevedono di sostenere delle spese per il TEMPO LIBERO nei prossimi tre mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

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

Base: totale campione
Da febbraio 2012: dato rolling



Gli elettrodomestici

Gli elettrodomestici



Cosa è diminuito?

- L'ammontare medio speso per TV e Hi-Fi nel mese precedente (-52€).
- L'acquisto a tre mesi e il prezzo previsto per i grandi elettrodomestici.

❖ *Si riduce di un poco l'interesse prospettico nei confronti dei grandi elettrodomestici (-0.2 punti % e -19€), dopo il buon livello potenziale riscontrato un mese fa (che si è tradotto infatti in acquisti, già realizzati). È ragionevole pensare che gli acquisti effettuati in precedenza abbiano soddisfatto le esigenze dei consumatori, ora concentrati su altri beni.*



Cosa è rimasto stabile?

- La spesa media di Piccoli elettrodomestici nel mese passato.



Cosa è aumentato?

- L'acquisto di grandi elettrodomestici (+0.6 punti%), piccoli elettrodomestici (+0.3 punti%) e TV e Hi-Fi (+0.6 punti%) nel mese precedente.
- Il prezzo pagato per l'acquisto di grandi elettrodomestici (+35€).
- Il numero di acquirenti potenziali (a tre mesi) di piccoli elettrodomestici e TV e Hi-Fi.
- Il prezzo che si è disposti a pagare per l'acquisto di TV e Hi-Fi (+72€) e piccoli elettrodomestici (+17€).

❖ *Nel complesso, quello di TV e Hi-Fi è il mercato che regala più sorprese in questo mese tra gli elettrodomestici. Anche le previsioni d'acquisto (+1.8 punti%), lasciano ben sperare circa le preferenze degli acquirenti.*

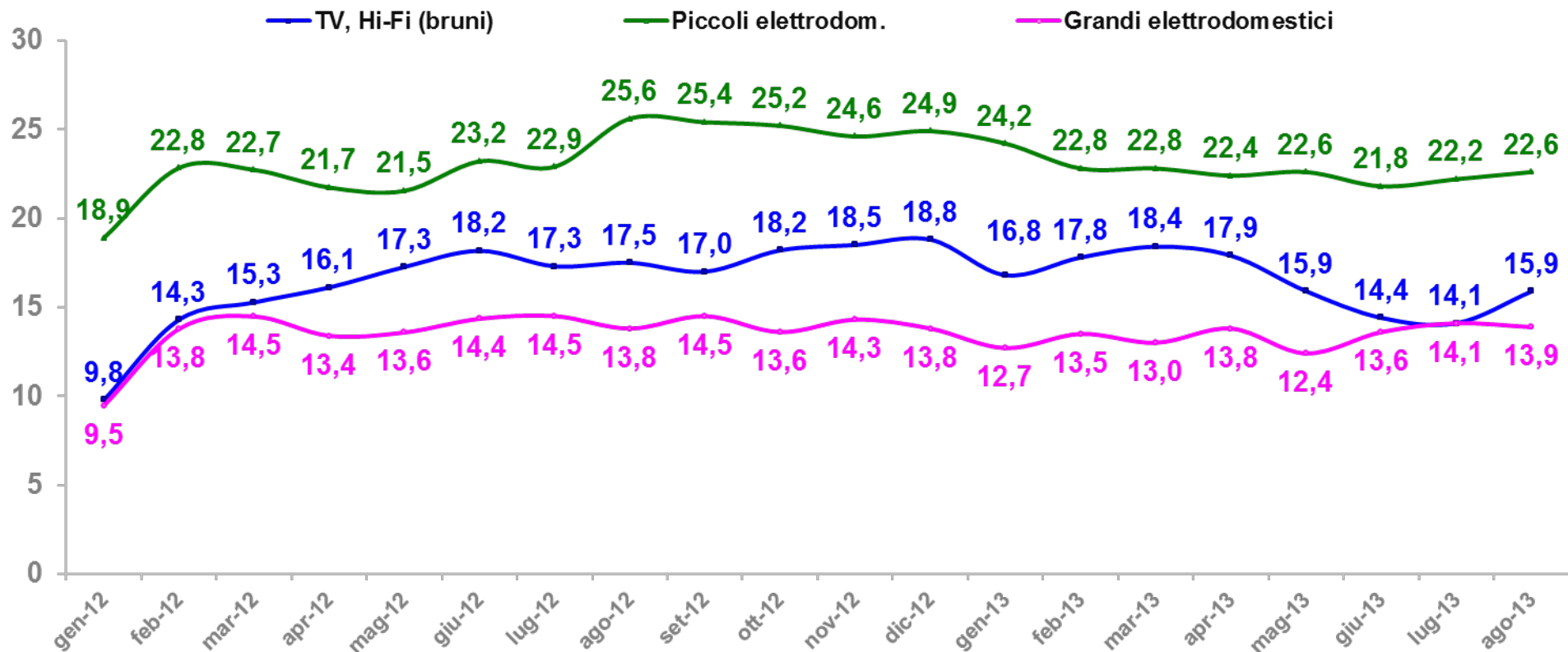
Quanti prevedono di acquistare ELETTRODOMESTICI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

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

Base: totale campione
Da febbraio 2012: dato rolling

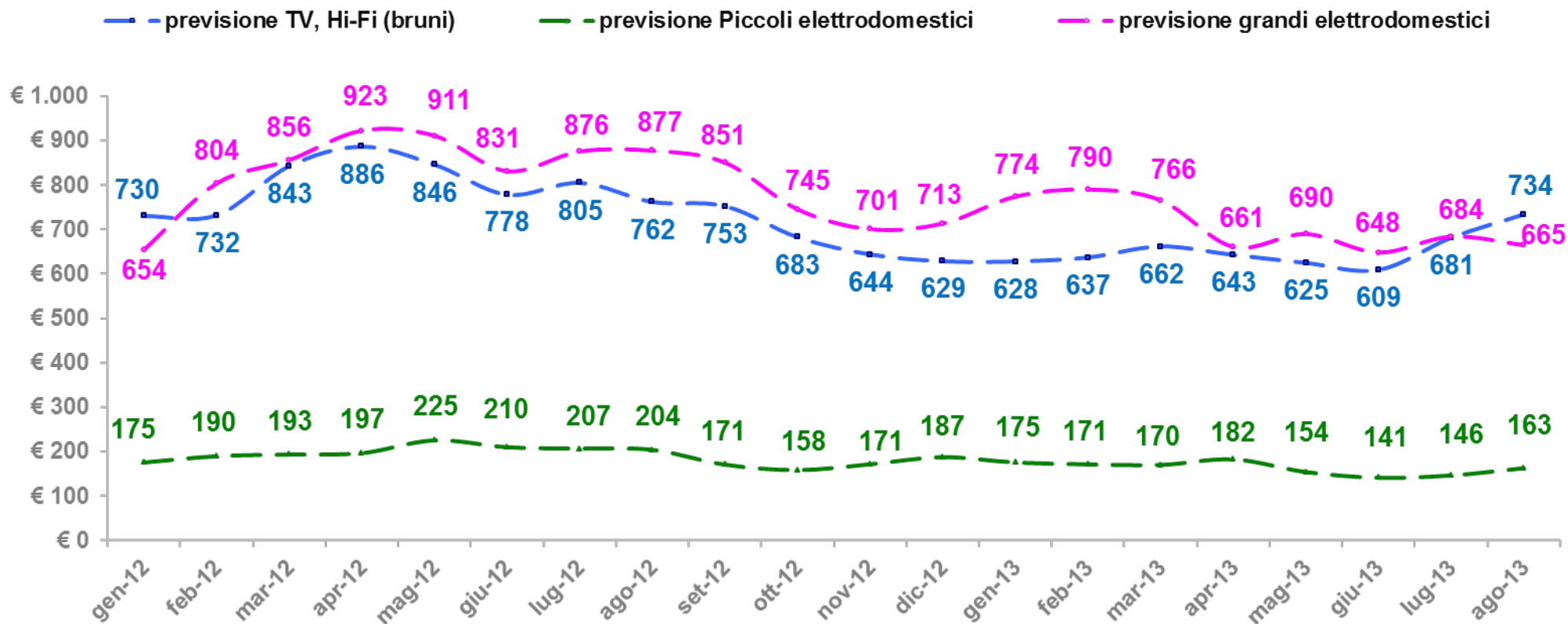
Valori %



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 febbraio 2012: dato rolling



Informatica, telefonia e fotografia

Informatica, telefonia e fotografia



Cosa è diminuito?

- Coloro che hanno acquistato PC e accessori.
- La spesa media effettuata per l'acquisto di fotocamere.
- La previsione d'acquisto per tutte e quattro le categorie di prodotto.

❖ *Si riduce di 0.7 punti % il numero di acquirenti di PC e accessori nel mese precedente. Ma sono le previsioni di acquisto di tutti i beni di questa categoria merceologica a non promettere niente di buono: tutti i prodotti tecnologici evidenziano un trend negativo, con in evidenza una volta ancora PC e accessori con la riduzione più significativa (-2 punti %)*



Cosa è rimasto stabile?

- Il prezzo medio speso per l'acquisto di telefonia.



Cosa è aumentato?

- L'acquisto di telefoni e smartphone, fotocamere e Tablet.
 - Il prezzo speso per pc e accessori.
 - L'ammontare medio di spesa prevista per PC e accessori (+32€) e Fotocamere/ Videocamere (+37€).
- ❖ *I segnali positivi provengono in primo luogo dai dati degli acquisti realizzati nel mese precedente: telefonia (+0.9 punti%), tablet (+0.3%) e fotocamere (+0.5 punti%).*

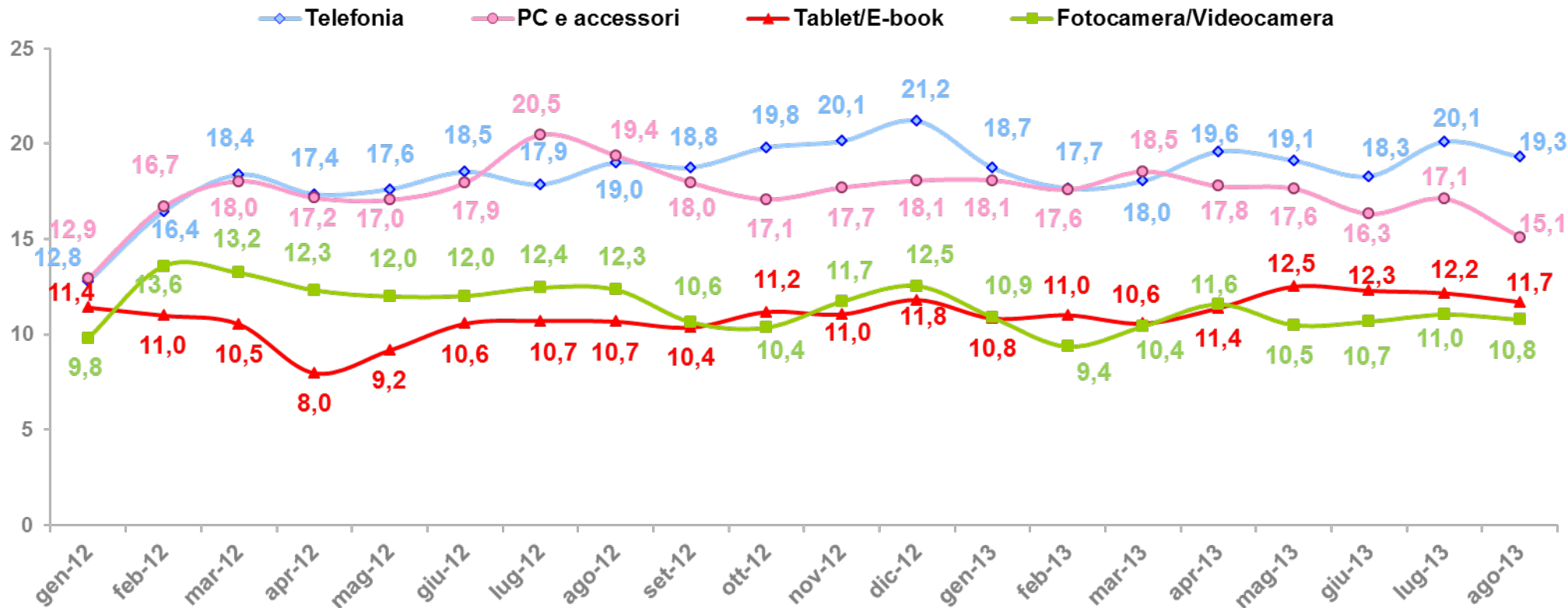
Quanti prevedono di acquistare informatica, telefonia e fotografia nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

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

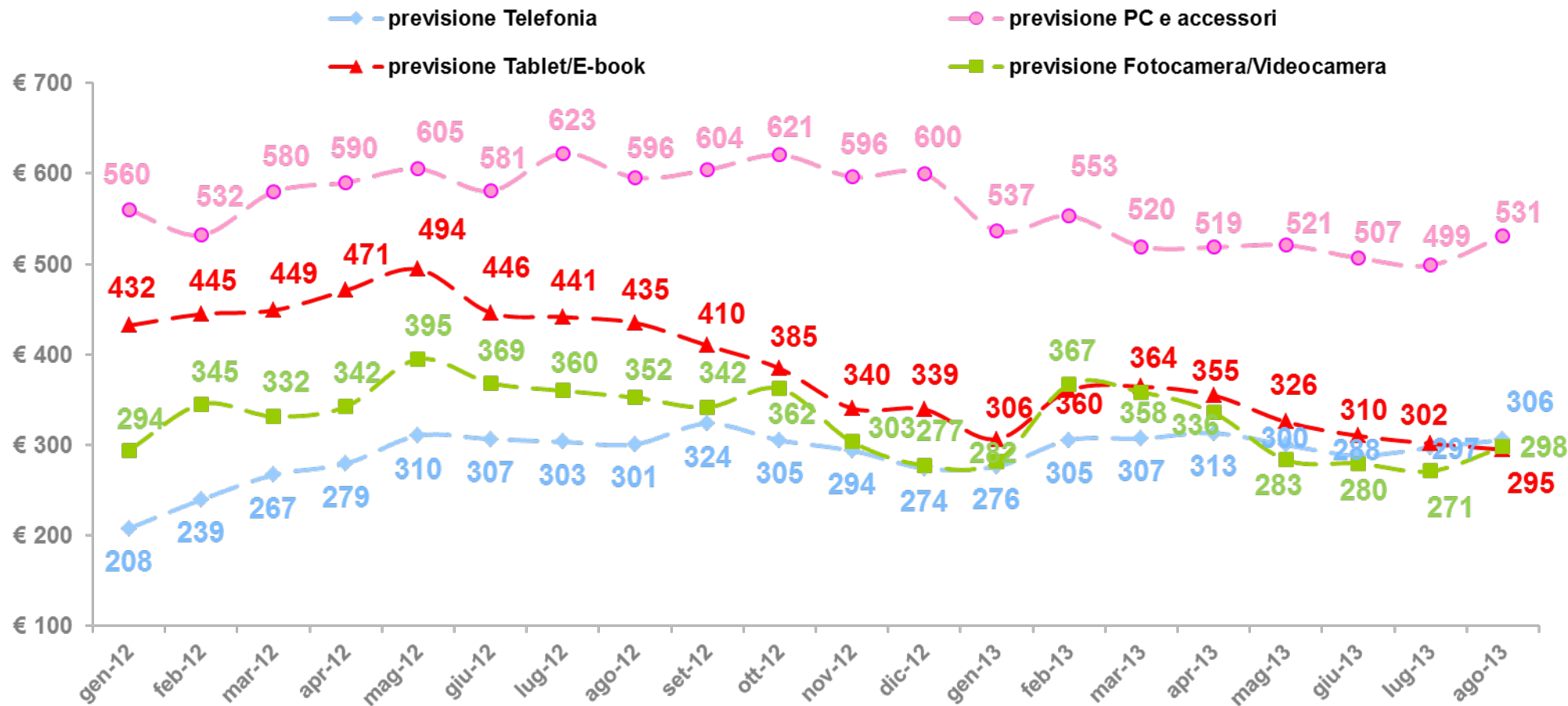
Base: totale campione
Da febbraio 2012: dato rolling



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
Da febbraio 2012: dato rolling



I veicoli

I veicoli



Cosa è diminuito?

- Gli acquirenti nel mese precedente di moto e scooter (-0.3 punti %), e di automobili usate (-0.2 punti %).
- Il prezzo pagato per l'acquisto di auto usate (-253€).
- I potenziali acquirenti di motocicli (-0.3 punti %).
- La spesa prevista per l'acquisto di automobili usate (-309€).

❖ *Continua il trend negativo relativo a motocicli e scooter riferito al mese precedente, la cui forte discesa è iniziata lo scorso maggio (gli acquirenti sono passati dall'1.4% del campione, allo 0.6 attuale).*



Cosa è rimasto stabile?

- L'acquisto di automobili nuove nel mese precedente.
- Le intenzioni d'acquisto per l'auto usata.



Cosa è aumentato?

- La spesa effettuata per acquistare automobili nuove.
- La previsione d'acquisto di automobili nuove (+0.2 punti %).
- La spesa prevista per le automobili nuove (+238€) e per i motocicli (+184€).

❖ *È interessante l'incremento di spesa relativo al mercato delle automobili nel mese di luglio, specie per le auto nuove.*

❖ *Nel complesso per le auto nuove esiste un forte potenziale che al momento continua a stare alla finestra: per ogni acquirente effettivo ce ne sono circa 5 potenzialmente interessati.*

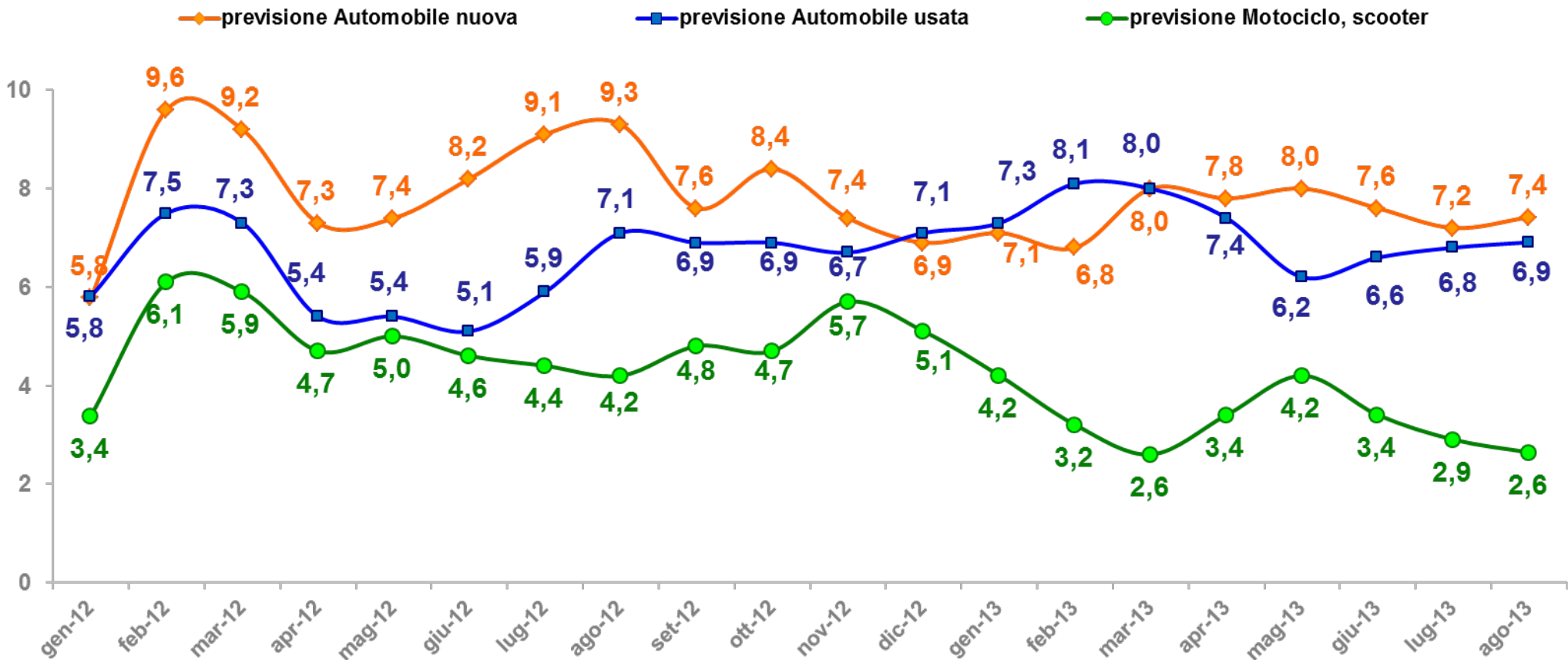
Quanti prevedono di acquistare VEICOLI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

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

Base: totale campione
Da febbraio 2012: dato rolling

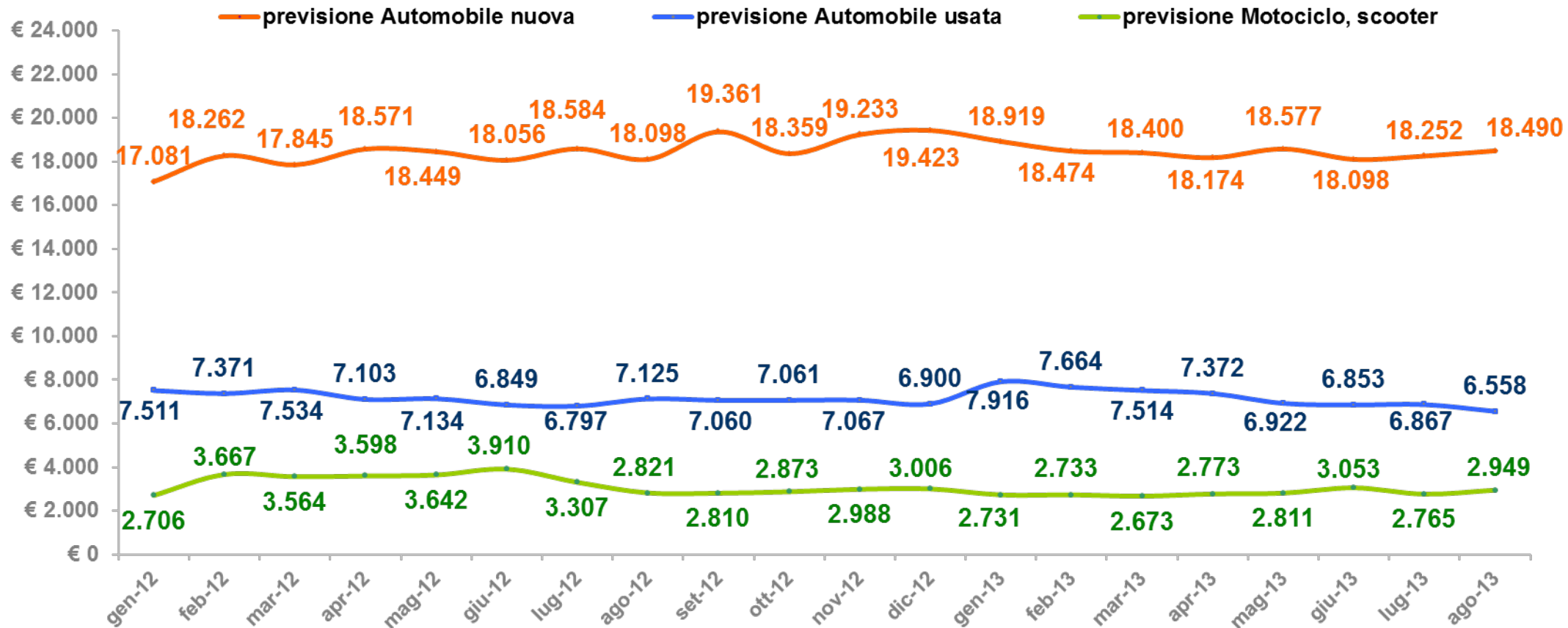


L'ammontare medio di spesa previsto per i VEICOLI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Valori %

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



La casa

La casa

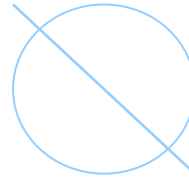


Cosa è diminuito?

- La previsione relativa alle ristrutturazioni (-0.7 punti %).



Cosa è rimasto stabile?



Cosa è aumentato?

- Gli acquisti nel mese precedente ma anche per i prossimi tre mesi di mobilia e prezzi relativi.
- La previsione d'acquisto di case e appartamenti (+0,3 punti%).

❖ *Il prezzo pagato per i mobili aumenta di 238€, mentre quello previsto di 216€, così come sale sia il numero degli acquirenti nel mese scorso (+0.9 punti%) sia di quelli potenziali (+0.1%).*

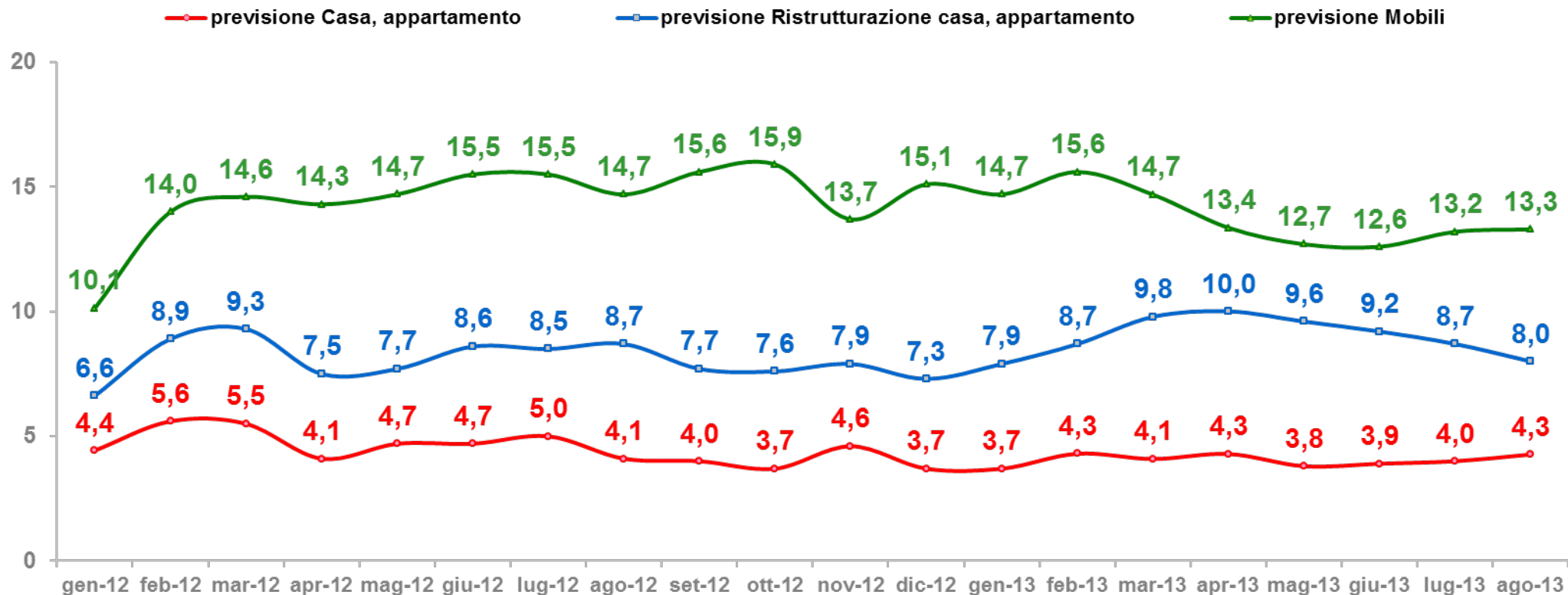
Quanti prevedono di acquistare mobili, casa o ristrutturarla_

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

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

Base: totale campione
Da febbraio 2012: dato rolling

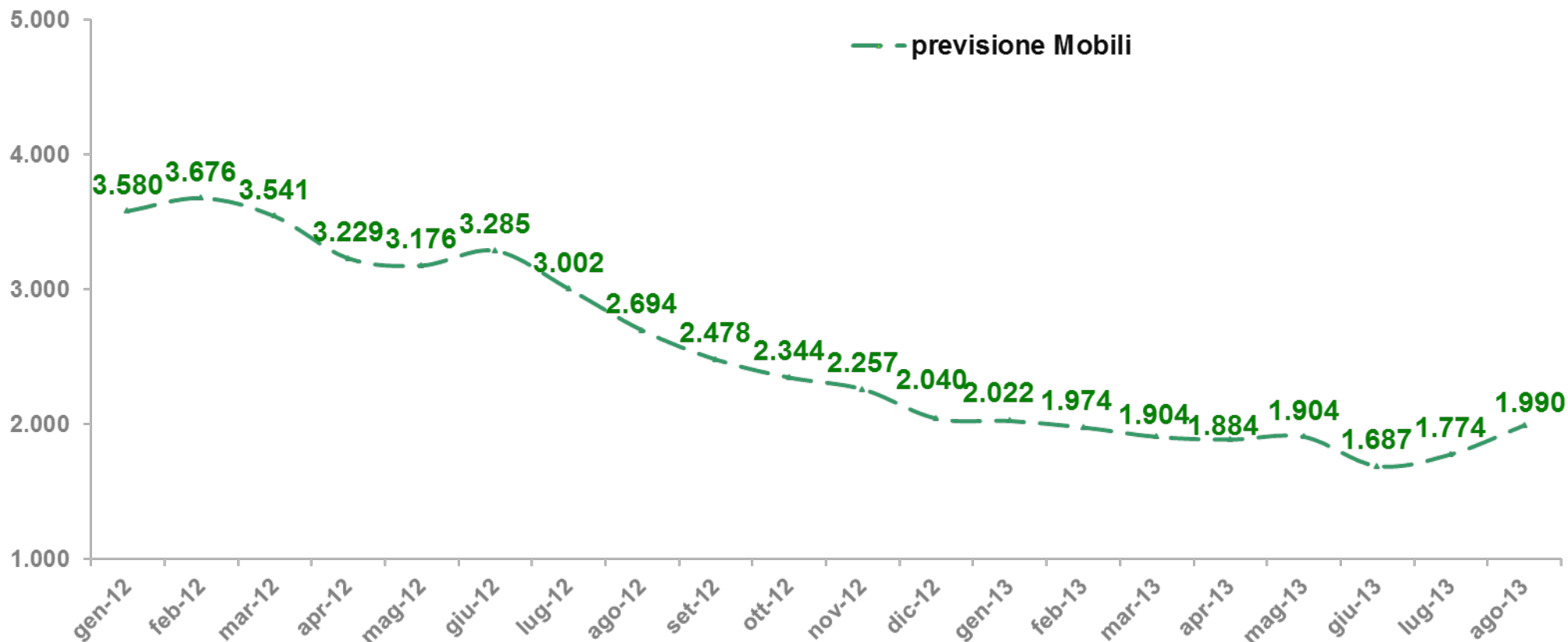


L'ammontare medio di spesa previsto per i MOBILI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Valori %

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



Argomento del mese:

**Sentiment e abitudini di acquisto
d'estate in città**

Argomento del mese

Questo mese l'osservatorio Findomestic ha deciso di approfondire le abitudini degli italiani 18-64enni percettori di reddito quando passano del tempo nel luogo di residenza **in estate o comunque durante le ferie**. Innanzitutto abbiamo chiesto al campione chi fosse andato in vacanza. Il peggioramento delle condizioni economiche del Paese si riflette anche nel turismo: coloro che quest'anno hanno deciso di non partire, adducono come motivazione la **congiuntura economica generale** e i problemi legati al **lavoro**. Chi non è andato in vacanza l'ha fatto soprattutto perché non aveva denaro a disposizione (47% dei casi) e quindi la somma non spesa in viaggi di piacere non ha avuto alcuna altra destinazione. Il 23% ha sostenuto spese impreviste mentre il 18% l'ha effettivamente risparmiato.

Se i nostri intervistati dovessero passare le ferie nello stesso luogo in cui lavorano e risiedono, passerebbero il proprio tempo in **famiglia o tra amici** (53%), farebbero gite fuori porta in giornata (45%), visiterebbero sagre e fiere (39%), leggerebbero di più (35%), coltiverebbero i propri hobbies e di dedicherebbero al fai-da-te, ma farebbero anche molto sport e lunghe passeggiate. Se guardiamo non al totale campione ma solo a chi effettivamente non è andato in vacanza e, nel contempo, non risiede in un posto turistico, vediamo che le attività che richiedono un esborso monetario caratterizzano con minore intensità tale segmento, iniziando a incidere sulle sue possibilità economiche. Il **troppo caldo** sarebbe il principale disagio che si manifesterebbe per chi resta a casa nel periodo estivo, cui seguono i servizi scarsi e la chiusura della maggior parte delle attività commerciali. Tra gli aspetti positivi spiccano **l'assenza di traffico** e la **maggior tranquillità**. Alle amministrazioni comunali durante il periodo estivo si richiede principalmente di organizzare manifestazioni all'aperto ed eventi culturali gratuiti, ma anche le attività ludiche in favore **dei bambini** e delle famiglie sono ritenute importanti; si rileva inoltre una richiesta di specifiche attività di stimolo della socialità tra le persone. In generale **la dimensione sociale** – nell'estate in città – ha una netta priorità rispetto a quella economica (sconti, agevolazioni, promozioni, orari prolungati), poiché molto più adatta e rendere gradevole un momento particolare dell'anno, grazie alla condivisione di umori, stati d'animo e prospettive.

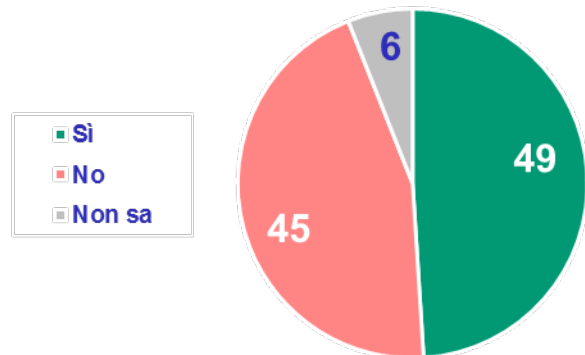
Tra chi nel 2013 **non è andato in vacanza e nel contempo non risiede in una località turistica** (specificazione necessaria dato che una buona parte di connazionali vive sul mare o in prossimità di esso), ben il 65% non cambia le proprie abitudini di acquisto. Il 25% dichiara di cambiare solo parzialmente le proprie abitudini, mentre solo il 5% dice invece che le modifica radicalmente. Chi le cambia, in primo luogo fa acquisti in negozi diversi, che non frequenta abitualmente (27%), quindi si dedica a gite fuori porta, anche in altre città (23%), passa più tempo a casa e modifica i propri orari (7%). Nel complesso centri commerciali, supermercati sono i punti vendita frequentati maggiormente da questo campione di individui, ma anche gelaterie e mercatini rionali hanno un peso rilevante. Pare emergere l'alimentare su tutte le altre categorie merceologiche oggetto di acquisto, come a dire che il piacere del cibo, in una condizione di ristrettezze e difficoltà, è l'ancora di salvezza oltretutto qualcosa a cui non si rinuncia facilmente.

La causa principale della rinuncia alle vacanze estive è la mancanza di denaro

Lei e la sua famiglia effettuerete/avete effettuato un periodo di vacanza lontano da casa nel corso dell'estate 2013?

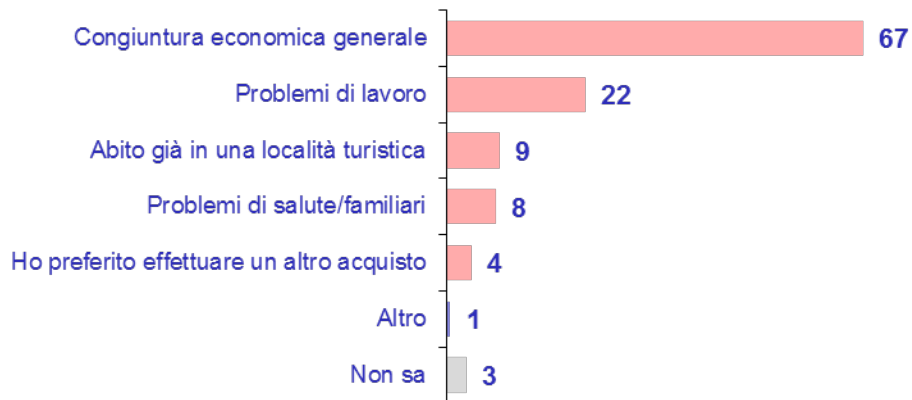
Base: totale campione (503)

Valori %



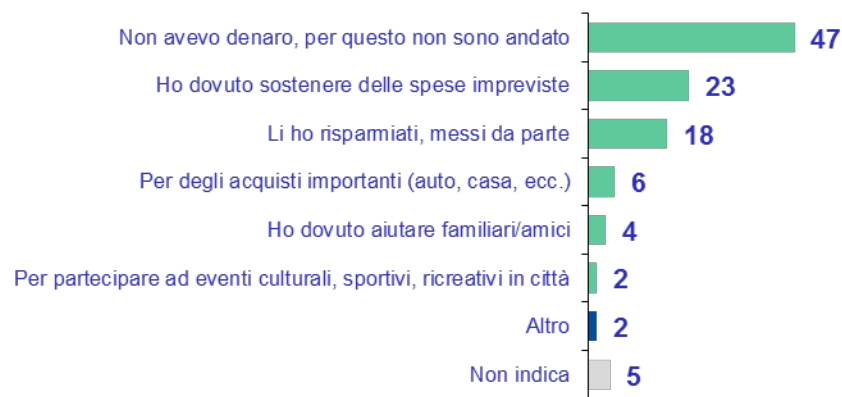
Come mai non andrà/è andato in vacanza?

Base: non andranno/non sono andati in vacanza (228)



Come ha utilizzato il denaro che avrebbe speso se fosse andato in vacanza?

Base: non andranno/non sono andati in vacanza (228)



1 intervistato su 2 se non andasse in vacanza passerebbe il proprio tempo in famiglia o tra amici

Valori %

Dovendo passare le ferie nello stesso luogo in cui lavora e risiede, quali sono le attività che pratica o che farebbe se si trovasse in quella situazione?

Base: totale campione (503)

		Non sono andati in vacanza e non abitano in una località turistica	Sono andati in vacanza
Amici, famiglia	53	47	54
Gite fuori porta in giornata	45	32	54
Sagre e fiere	39	27	46
Lettura di libri/riviste/giornali	35	32	39
Piccoli lavori di manutenzione in casa	35	36	33
Hobbies, fai da te	30	30	31
Passeggiate nel parco	29	28	30
Piscina	28	19	39
Sport	26	21	33
Ristorante	15	6	23
Shopping	15	7	21
Cinema, teatro	14	9	17
Lavoro	12	16	9
Partecipo alle attività della mia associazione	3	3	3
Vado in spiaggia/al mare vicino a casa mia	2	3	-
Altro	1		
Non so	3		

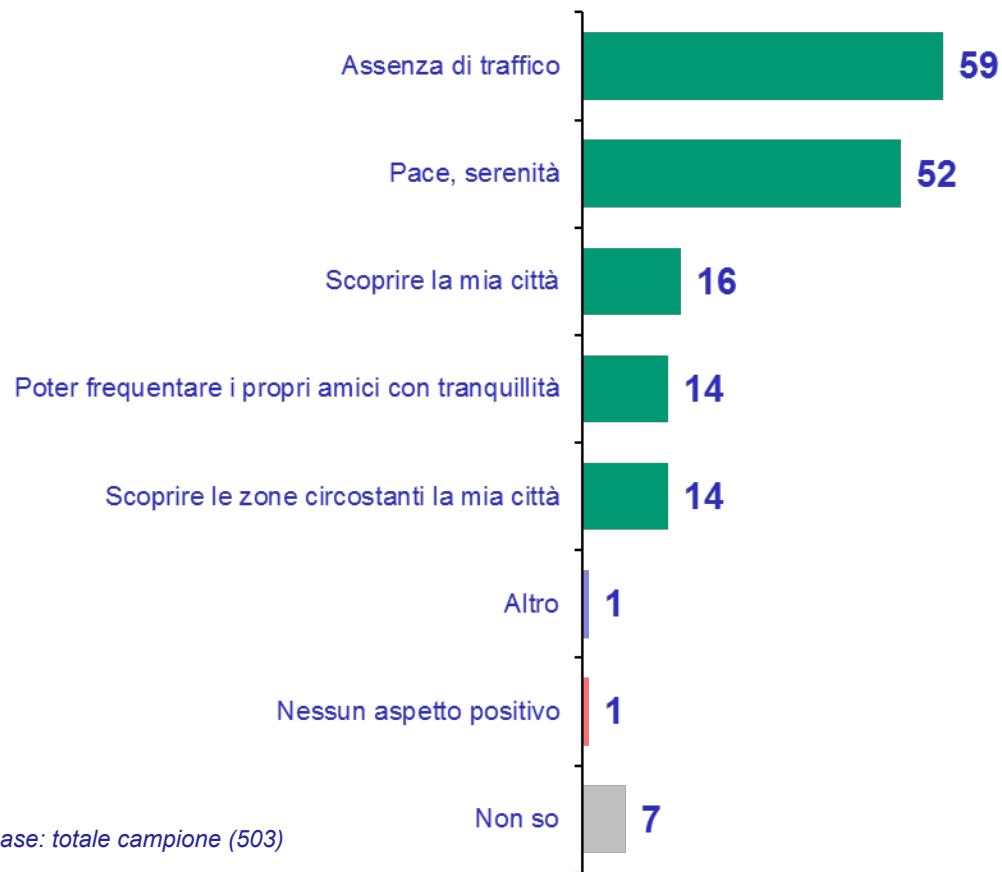
Il troppo caldo è il principale disagio per chi resta a casa nel periodo estivo, mentre tra gli aspetti positivi spiccano l'assenza di traffico e la maggior tranquillità

Secondo lei, quali sono i principali **disagi** che possono manifestarsi restando in città durante il periodo delle vacanze estive?



E quali invece i principali **aspetti positivi**?

Valori %



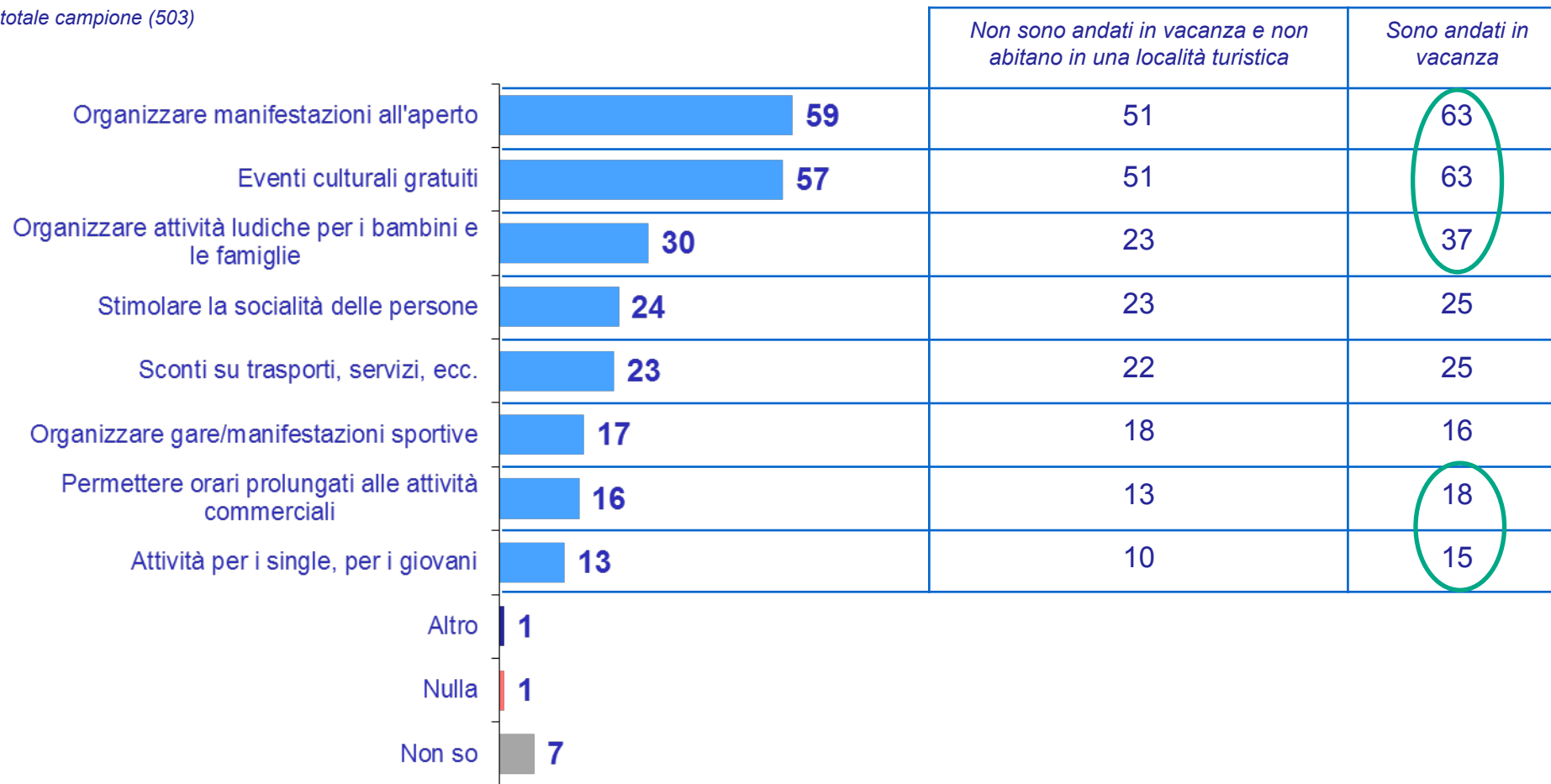
Base: totale campione (503)

Alle amministrazioni comunali durante il periodo estivo si richiede di organizzare manifestazioni all'aperto ed eventi culturali gratuiti

Valori %

Cosa ritiene possa fare l'amministrazione comunale della sua città per rendere la permanenza di chi non si sposta per andare in vacanza più piacevole?

Base: totale campione (503)

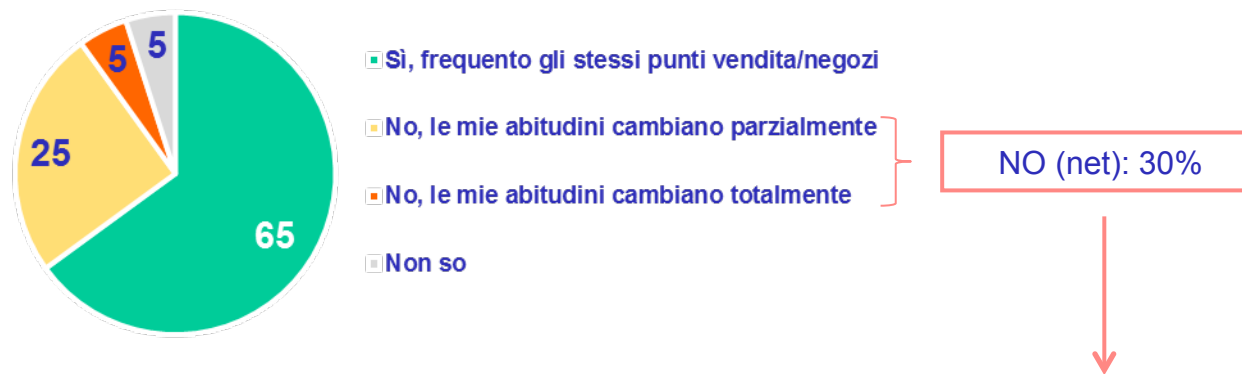


Nella maggior parte dei casi chi non è andato in vacanza nel periodo estivo e non vive in località turistiche non ha cambiato le proprie abitudini di acquisto

Lei quando non va in vacanza tende a frequentare in città i punti vendita, i negozi che frequenta durante l'anno, oppure le sue abitudini di visita e acquisto cambiano?

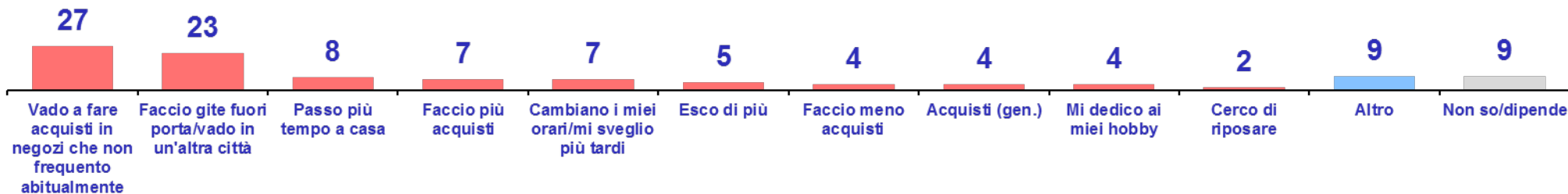
Base: non sono andati in vacanza e non abitano in una località turistica

Valori %



In che modo cambiano? Può dirmi brevemente che cosa cambia in modo particolare?

Base: cambiano le proprie abitudini durante le vacanze

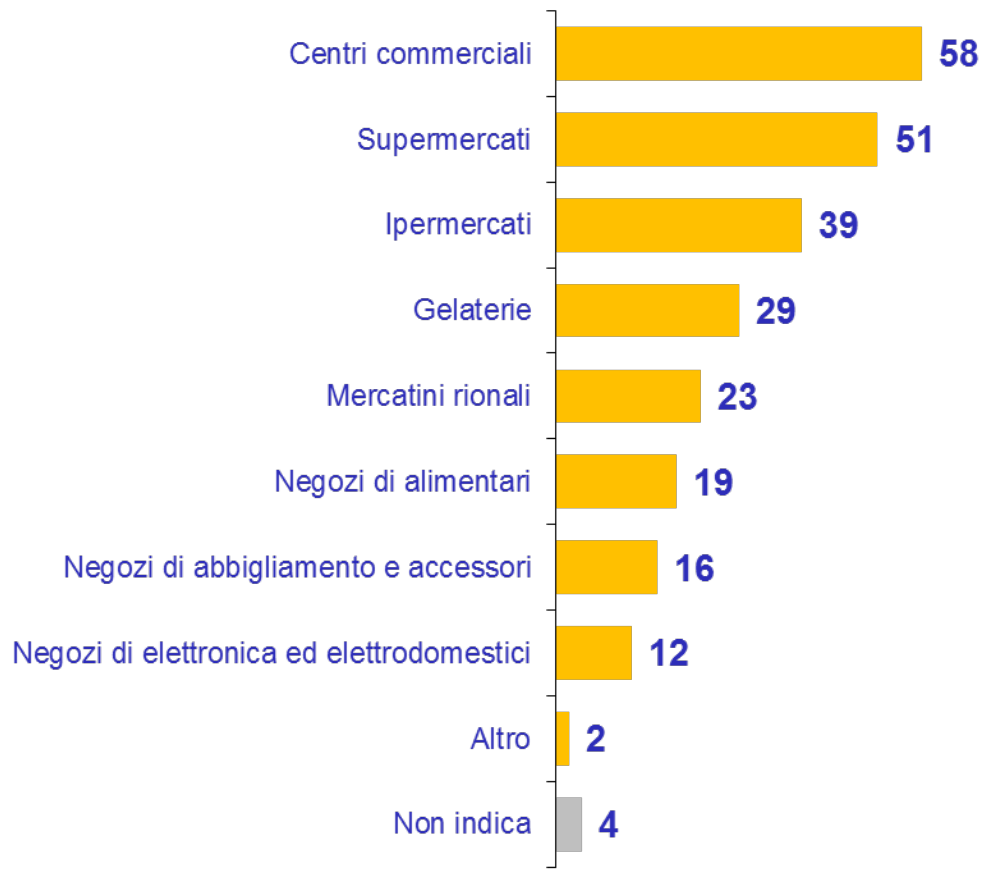


Nel mese di agosto chi non va in vacanza preferisce frequentare centri commerciali e supermercati

Quali sono i negozi, i punti vendita che lei frequenta maggiormente nella sua città durante il mese di agosto?

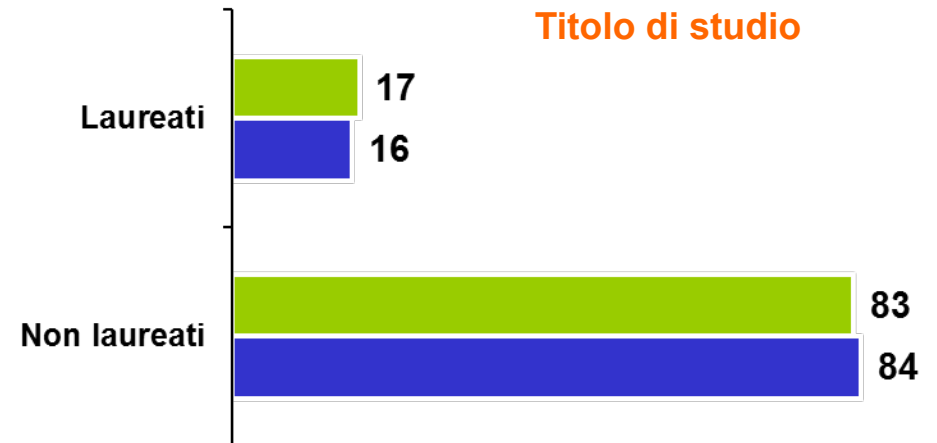
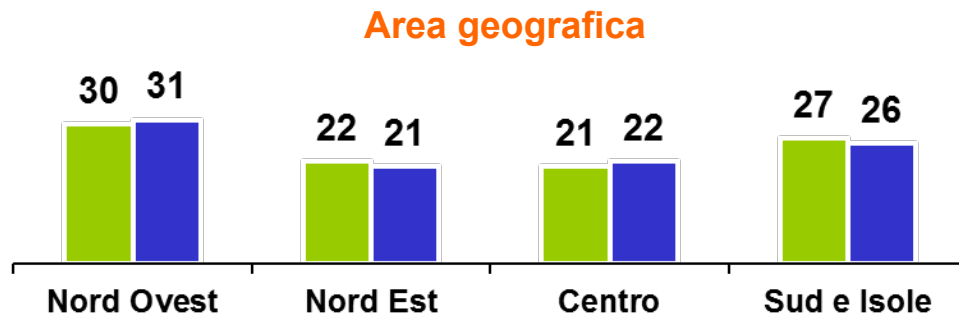
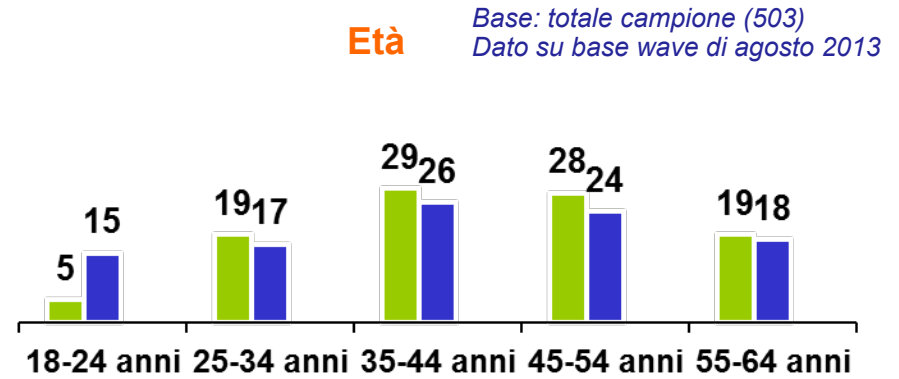
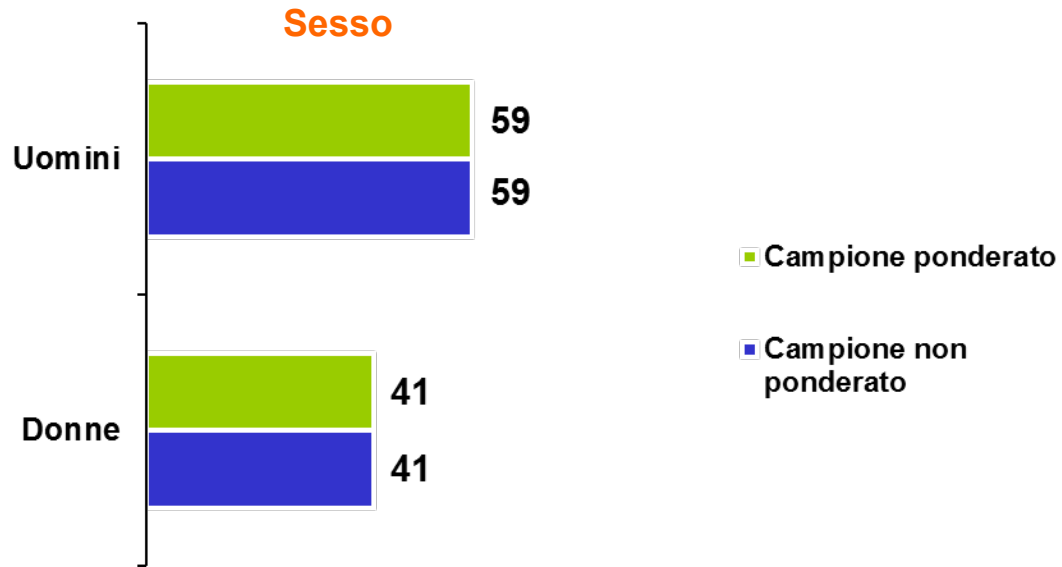
Base: non sono andati in vacanza e non abitano in una località turistica

Valori %



Il campione

Il campione

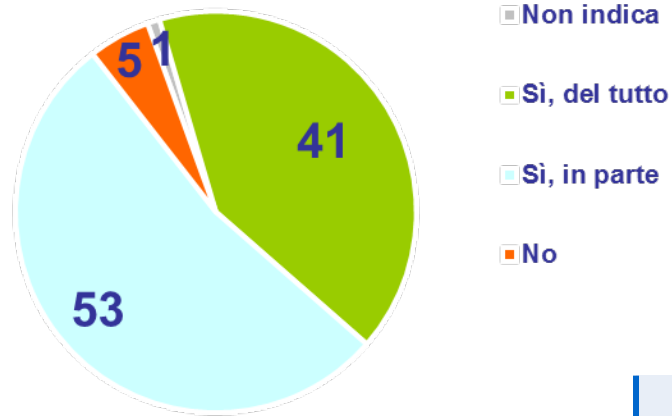


Il responsabile degli acquisti

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

Base: totale campione (503)
Dato su base wave di agosto 2013

Valori %



	Uomo	Donna	18-34	35-44	45-64
Base	298	205	121	144	239
Sì, del tutto	31	55	31	44	44
Sì, in parte	61	43	56	51	53
No	7	2	11	3	3
Non indica	1	-	2	2	-

Il contratto di lavoro

Valori %

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

Base: totale campione
Dato rolling

