

# L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC

BAROMETRO

le intenzioni di acquisto

28.650

01011000110

11011000110

10111011010

16.425

10111011010

16,5%

68.032

01011011111

01101011010

20%

4.257

L'Osservatorio mensile Findomestic, con rilevazioni effettuate tra il 2 e il 4 marzo, fotografa l'impatto della crisi in Medio Oriente: tra le paure degli italiani quella per la guerra sale di 15 punti ed eguaglia dopo anni di dominio l'inflazione; nell'immediato si raffredda la propensione al consumo: solo il 23% pensa che oggi sia un buon momento per spendere.

La crisi in Medio Oriente influisce negativamente sullo scenario socio-economico ma l'Osservatorio mensile Findomestic, con rilevazioni effettuate tra il 2 e il 4 marzo, a pochi giorni dall'inizio del conflitto, evidenzia come le intenzioni d'acquisto a tre mesi crescono nel complesso del 7,1%. Resiste l'ottimismo a medio termine ma cala la propensione all'acquisto nell'immediato: solo il 23% degli italiani ritiene che oggi sia un buon momento per fare acquisti importanti, il valore più basso registrato nell'ultimo anno.

*"L'attacco all'Iran ha inciso subito sul clima di fiducia degli italiani – commenta **Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio Findomestic.** La preoccupazione per le guerre e l'aggravarsi del quadro geopolitico è salita di 15 punti percentuali in una settimana, fino a raggiungere quella per l'inflazione condivisa da quasi 6 italiani su 10, e questo ha reso le famiglie più caute nell'immediato. Non vediamo però segnali che possano far pensare ad una brusca frenata dei consumi: peggiora la percezione del presente, ma le intenzioni d'acquisto a tre mesi tengono. Possibile che quando sono state effettuate le rilevazioni, nei primi giorni dell'attacco all'Iran, si tendesse a pensare che tutto si potesse risolvere in poco tempo, cosa che poi non è avvenuta. Vedremo come si evolverà la situazione".*

**RISPARMI FERMI, FAMIGLIE IN AFFANNO.** La fragilità economica delle famiglie italiane continua a pesare sul clima di fiducia. Da quasi tre anni il 40% delle famiglie dichiara di vivere una situazione economica problematica: il 10% parla di difficoltà serie, mentre il 29% descrive una condizione comunque critica, fatta di rinunce, sacrifici e spese contenute per riuscire ad arrivare a fine mese.

Il nuovo scenario internazionale aggrava anche lo sguardo sul futuro: gli ottimisti, che a inizio febbraio erano il 43%, scendono al 37% a inizio marzo, con una perdita di 6 punti percentuali.

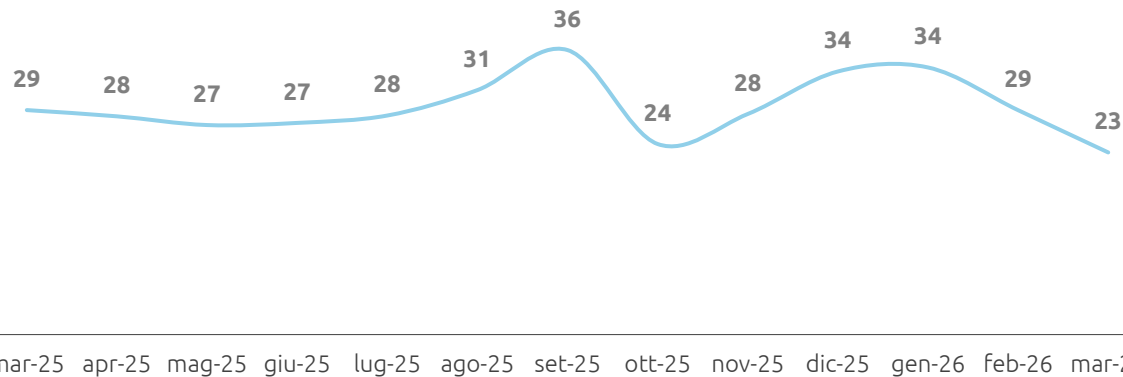
**INTENZIONI D'ACQUISTO: LA VOGLIA DI VIAGGIARE BATTE L'INCERTEZZA, SOFFRE LA TECNOLOGIA.** A marzo il comparto più dinamico tra quelli monitorati dall'Osservatorio Findomestic è quello dei viaggi che cresce di 2,9 punti percentuali rispetto a febbraio con gli intenzionati a concedersi una vacanza che sfiorano il 60%. A sostenere il quadro positivo ci sono anche i classici consumi stagionali come quelli che riguardano le attrezzature sportive (+4,5 punti percentuali) e le attrezzature per il fai da te (+3,6 punti). Segnali che raccontano una domanda orientata al benessere, al tempo libero e alla cura della casa, tipica della stagione primaverile. In crescita anche le e-bike, che salgono di 1,9 punti, i monopattini elettrici e affini (+1,1) e i motoveicoli (+0,3). Restano in positivo anche diversi comparti legati alla riqualificazione energetica domestica: le intenzioni d'acquisto aumentano leggermente per la ristrutturazione (+1,0), gli infissi (+0,9), le pompe di calore (+1,4), le caldaie a condensazione o biomassa (+1,5), l'isolamento termico (+1,0) e il fotovoltaico o termico (+0,1). Tiene anche il settore auto che registra un +1,3 punti percentuali nelle intenzioni d'acquisto del nuovo e del +0,5 nell'usato. In controtendenza il mobile (-0,9%) e la tecnologia che, questo mese, rappresenta l'area più debole: scendono la telefonia (-1,3), i tablet (-1,5), le TV (-2,8) e i grandi elettrodomestici (-1,7), mentre i piccoli elettrodomestici restano sostanzialmente stabili (-0,1). Fanno eccezione i PC (+0,3) e le fotocamere (+0,5), che mostrano un recupero lieve ma positivo.

# LA PROPENSIONE AL CONSUMO OGGI

Secondo te, quello attuale è un buon momento  
per comprare/fare acquisti importanti per la famiglia?

% Sì molto / Sì abbastanza e var % vs mese precedente

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC



# LA PROPENSIONE AL CONSUMO A 3 MESI

L'indice sintetico

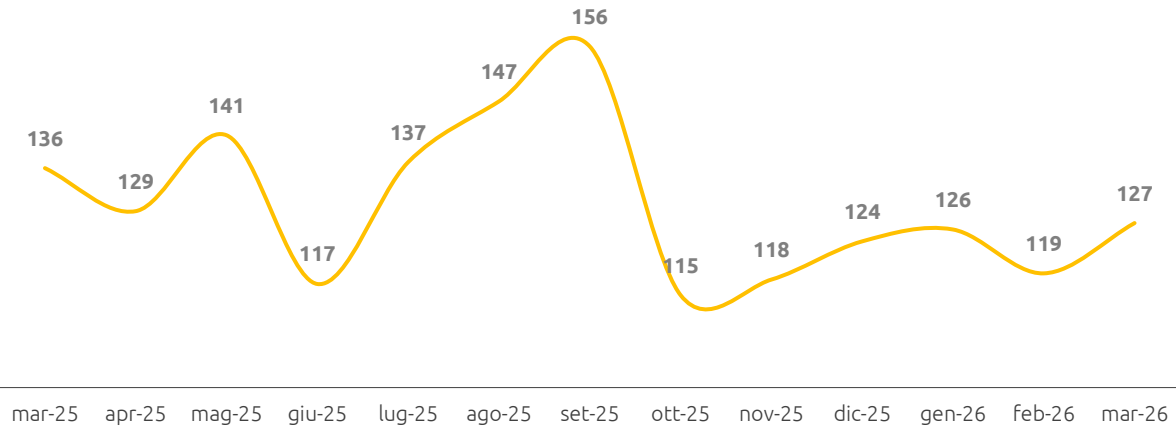
## Indice sintetico delle intenzioni d'acquisto a 3 mesi

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC

L'indice esprime mensilmente la sintesi delle intenzioni d'acquisto a 3 mesi delle famiglie italiane per 22 merceologie, sommando le percentuali di coloro che si dichiarano intenzionati ad acquistare e ponderandole in base alla spesa media che gli intervistati dichiarano di voler sostenere per comprare i diversi beni.



100 = GEN 2020



VARIAZIONE VS  
MESE PRECEDENTE **+7,1%**

findomestic  
GRUPPO BNP PARIBAS

Base: totale Campione

MARZO 2026

# LA PROPENSIONE AL CONSUMO A 3 MESI

Il trend nelle diverse categorie

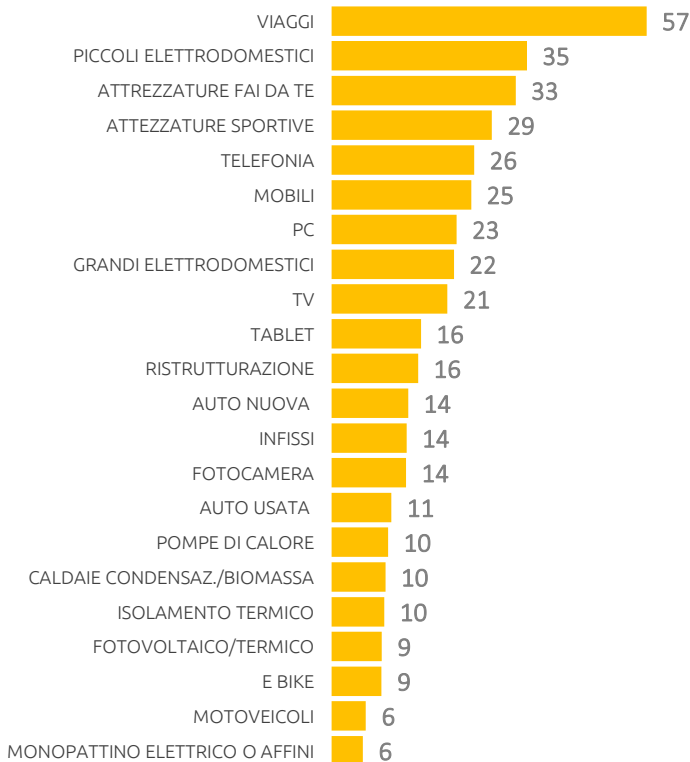


**findomestic**  
GRUPPO BNP PARIBAS

Hai intenzione di acquistare nei prossimi 3 mesi i seguenti beni/servizi?

% molto Sì / Sì abbastanza e var pp vs mese precedente

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC



Base: totale Campione

VAR. vs MESE PRECEDENTE IN P.P.	VAR. ULTIMI 3 MESI vs MEDIA 2025
+2,9	→
-0,1	→
+3,6	→
+4,5	→
-1,3	↓
-1,9	→
+0,3	→
-1,7	↓
-2,8	↓
-1,5	→
+1,0	↓
+1,3	→
+0,9	→
+0,5	→
+0,5	↓
+1,4	→
+1,5	→
+1,0	→
+0,1	→
+1,9	↓
+0,3	→
+1,1	→

MARZO 2026

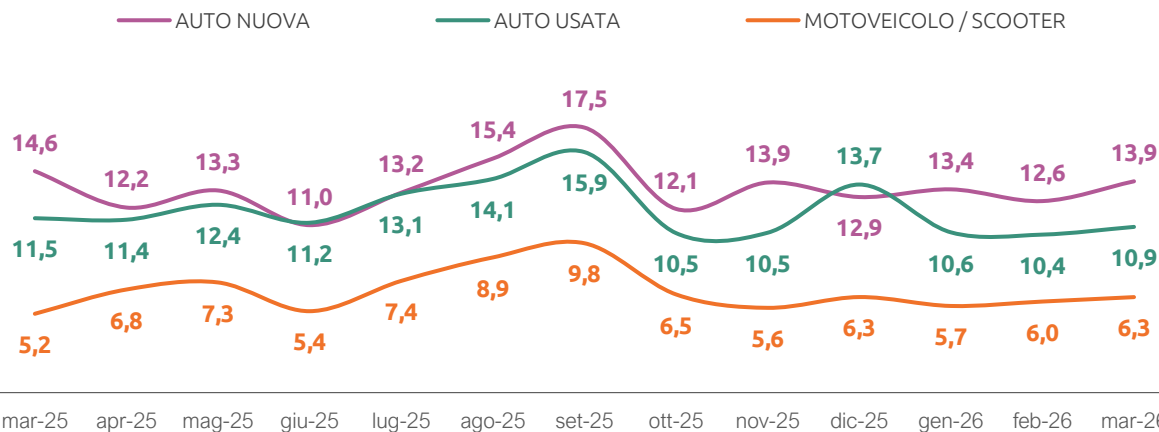
## VEICOLI

Le intenzioni di acquisto



Hai intenzione di acquistare un'auto nuova/un'auto usata o un motoveicolo nei prossimi 3 mesi?

% sicuramente Sì / probabilmente Sì e var % vs mese precedente



IL TREND	AUTO NUOVA	AUTO USATA	MOTOCICLO / SCOOTER
VAR. VS MESE PRECEDENTE	<b>+1,3 p.p.</b>	<b>+0,5 p.p.</b>	<b>+0,3 p.p.</b>
VAR. MEDIA ULTIMI 3 MESI VS MEDIA PROGRESSIVA 2025	➔	⬇	➔
Quanto pensi di spendere?	<b>€ 25.691</b>	<b>€ 10.632</b>	<b>€ 5.102</b>

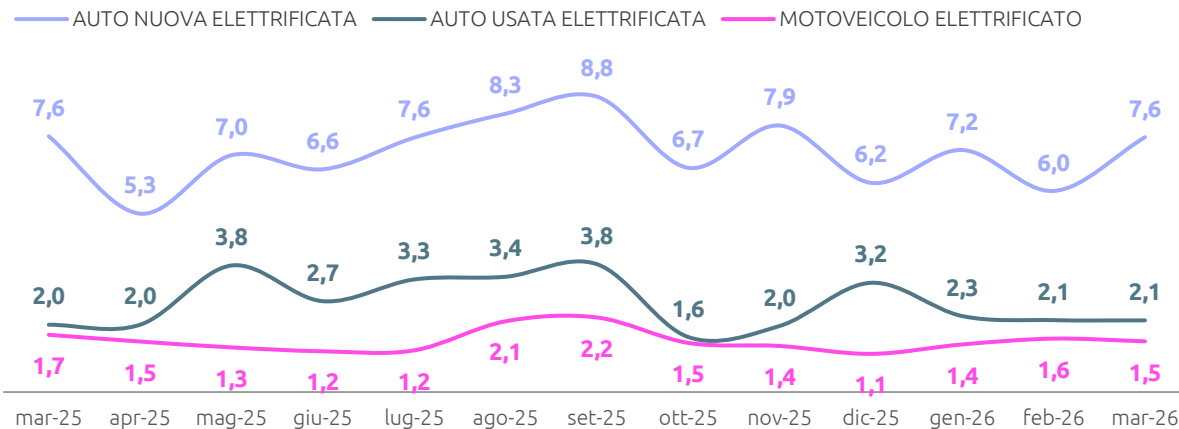
# VEICOLI ELETTRICI

Le intenzioni di acquisto

Hai intenzione di acquistare un'auto nuova elettrificata (ibrida/ elettrica), un'auto usata elettrificata o un motoveicolo elettrico nei prossimi 3 mesi?

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC

% sicuramente SÌ / probabilmente SÌ e var % vs mese precedente



IL TREND	AUTO NUOVA ELETTR.	AUTO USATA ELETTR.	MOTOVEICOLO ELETTR.
VAR. VS MESE PRECEDENTE	<b>+1,6 p.p.</b>	<b>+0,0 p.p.</b>	<b>-0,1 p.p.</b>
VAR. MEDIA ULTIMI 3 MESI VS MEDIA PROGRESSIVA 2025	➔	➔	➔
<b>Quanto pensi di spendere?</b>	<b>€ 30.384</b>	<b>€ 14.832</b>	<b>€ 5.741</b>

# VEICOLI ELETTRICI ALTERNATIVI

Le intenzioni di acquisto

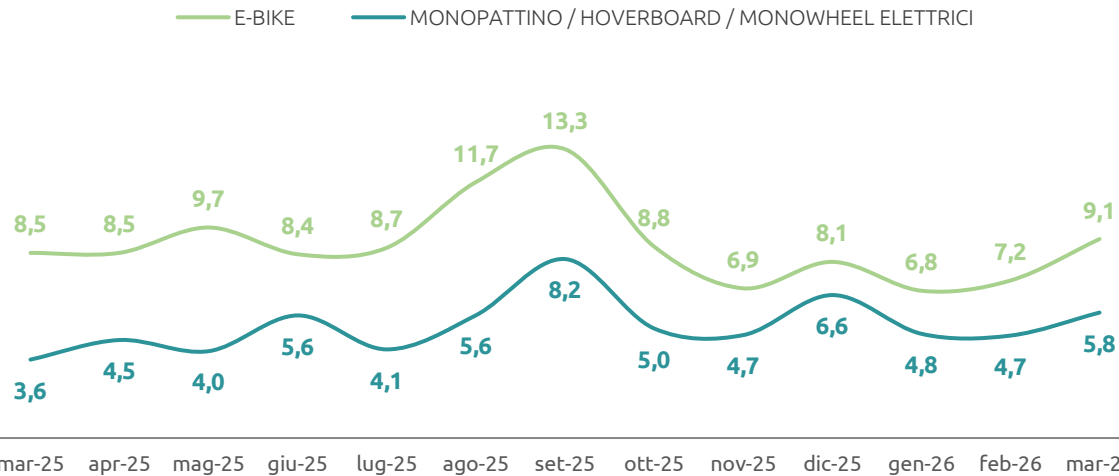


**findomestic**  
GRUPPO BNP PARIBAS

Hai intenzione di acquistare un'ebike o un monopattino/segway/hoverboard monowheel elettrico nei prossimi 3 mesi?

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC

% sicuramente SÌ / probabilmente SÌ e var % vs mese precedente



IL TREND	E-BIKE	MONOPATTINO/SEGWAY/HOVERBOARD/ MONOWHEEL ELETTRICO
VAR. VS MESE PRECEDENTE	<b>+1,9 p.p.</b>	<b>+1,1 p.p.</b>
VAR. MEDIA ULTIMI 3 MESI VS MEDIA PROGRESSIVA 2025	↓	→
<b>Quanto pensi di spendere?</b>	<b>€ 1.540</b>	<b>€ 783</b>

Base: totale Campione

MARZO 2026

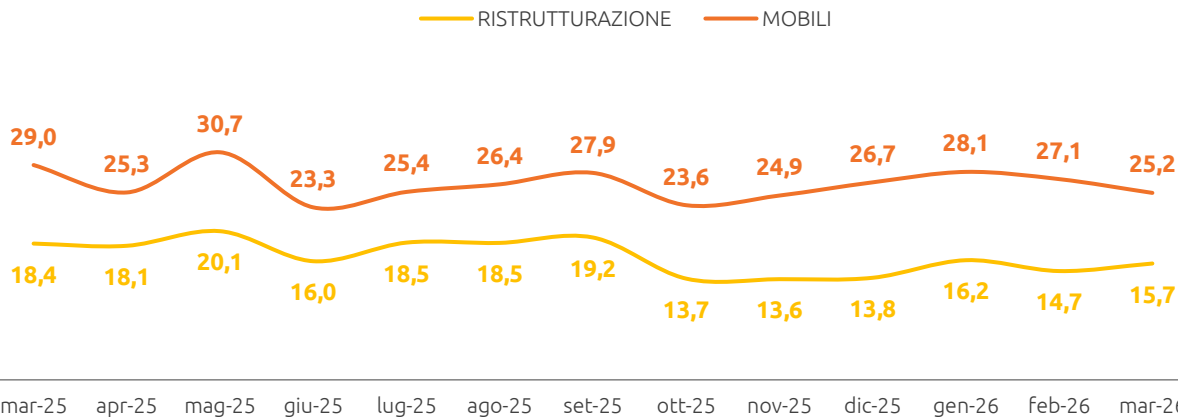
# CASA

Le intenzioni di acquisto

Hai intenzione di ristrutturare casa/appartamento o di acquistare mobili nei prossimi 3 mesi?

% sicuramente SÌ / probabilmente SÌ e var % vs mese precedente

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC



## IL TREND

VAR. VS MESE PRECEDENTE

## RISTRUTTURAZIONE

**+1,0 p.p.**

## MOBILI

**-1,9 p.p.**

VAR. MEDIA ULTIMI 3 MESI VS  
MEDIA PROGRESSIVA 2025



**Quanto pensi di spendere?**

**€ 19.829**

**€ 2.377**

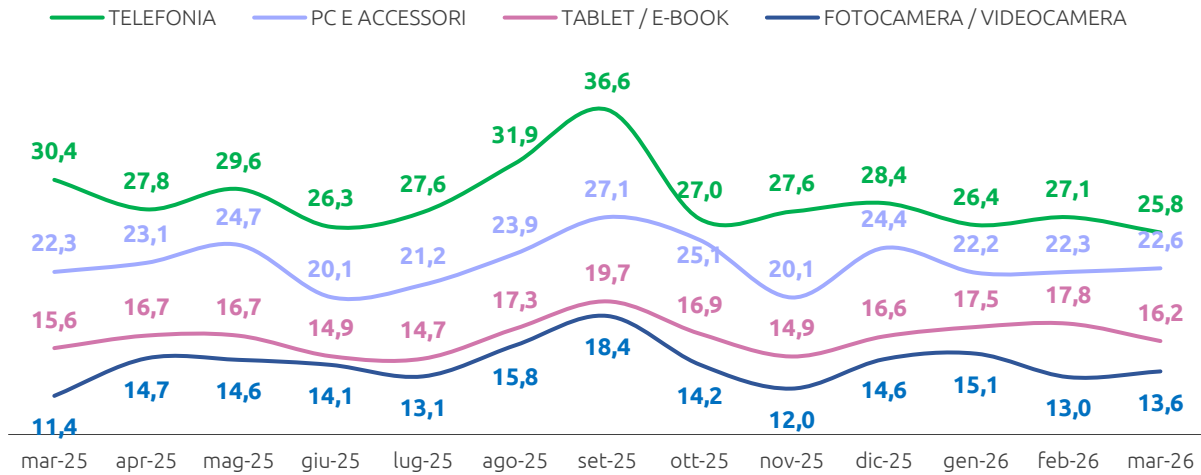
# TECNOLOGIA

Le intenzioni di acquisto

Hai intenzione di acquistare uno smartphone, un pc/accessori, un tablet/e-book o una fotocamera/videocamera nei prossimi 3 mesi?

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC

% sicuramente SÌ / probabilmente SÌ e var % vs mese precedente



IL TREND	TELEFONIA	PC E ACCESSORI	TABLET / E-BOOK	FOTOCAMERA / VIDEOCAMERA
VAR. VS MESE PRECEDENTE	-1,3 p.p.	+0,3 p.p.	-1,5 p.p.	+0,5 p.p.
VAR. MEDIA ULTIMI 3 MESI VS MEDIA PROGRESSIVA 2025	↓	→	→	→
Quanto pensi di spendere?	€ 513	€ 809	€ 385	€ 509

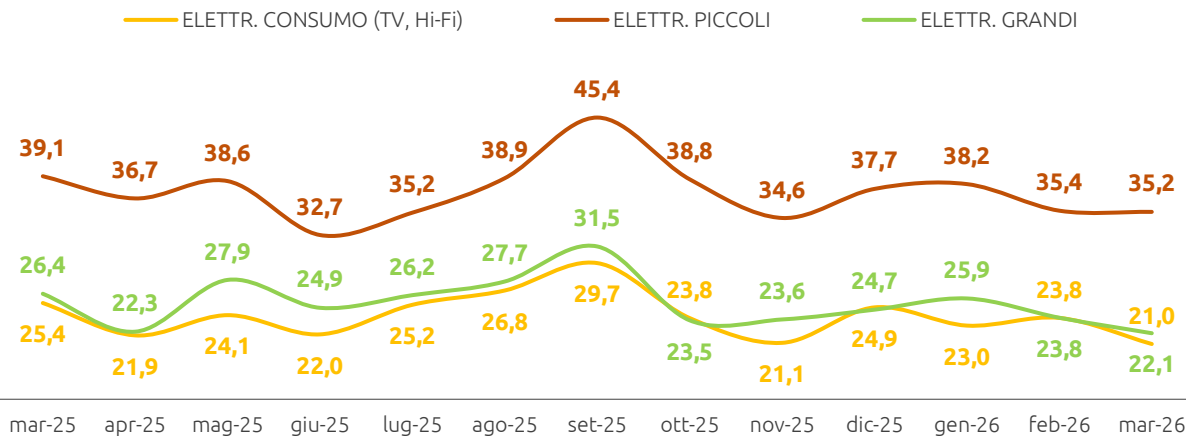
# ELETTRODOMESTICI

Le intenzioni di acquisto

Hai intenzione di acquistare elettronica di consumo (tv, hi-fi), elettrodomestici grandi o piccoli nei prossimi 3 mesi?

% sicuramente Sì / probabilmente Sì e var % vs mese precedente

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC



IL TREND	ELETTR. CONSUMO (TV, HI-FI)	ELETTR. PICCOLI	ELETTR. GRANDI
VAR. VS MESE PRECEDENTE	<b>-2,8 p.p.</b>	<b>-0,1 p.p.</b>	<b>-1,7 p.p.</b>
VAR. MEDIA ULTIMI 3 MESI VS MEDIA PROGRESSIVA 2025	↓	→	↓
<b>Quanto pensi di spendere?</b>	<b>€ 821</b>	<b>€ 246</b>	<b>€ 951</b>

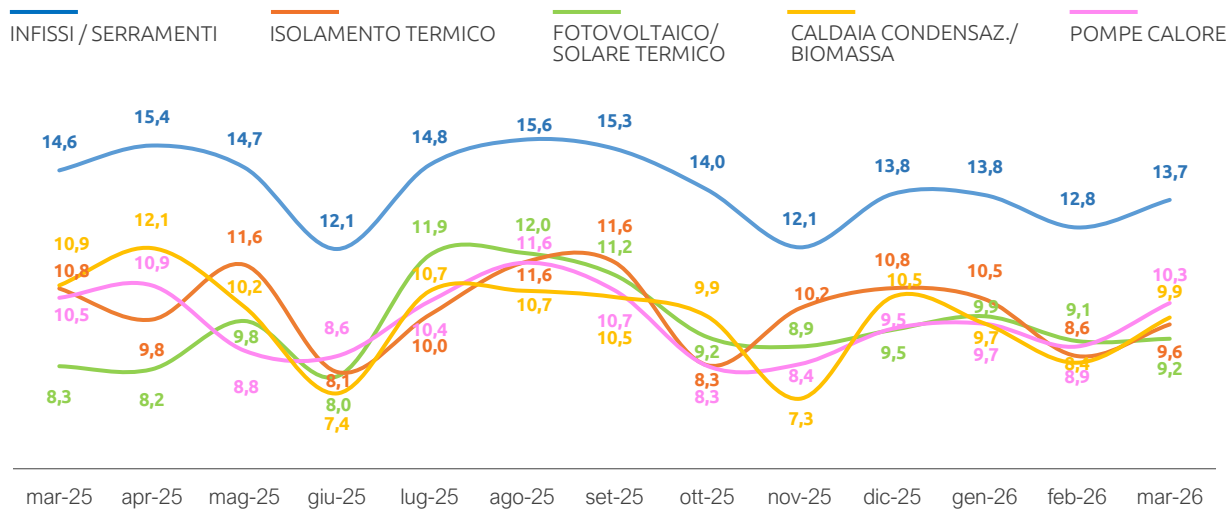
# EFFICIENZA ENERGETICA DOMESTICA

Le intenzioni di acquisto

Hai intenzione di comprare un impianto fotovoltaico/solare termico, una pompa di calore, una caldaia condensazione/biomassa, infissi/serramenti o di fare lavori di isolamento termico nei prossimi 3 mesi?

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC

% sicuramente Sì / probabilmente Sì e var % vs mese precedente



IL TREND	INFISSI / SERRAMENTI	ISOLAMENTO TERMICO	FOTOVOLTAICO / SOLARE TERMICO	CALDAIA CONDENSAZ. / BIOMASSA	POMPE DI CALORE
VAR. VS MESE PRECEDENTE	<b>+0,9 p.p.</b>	<b>+1,0 p.p.</b>	<b>+0,1 p.p.</b>	<b>+1,5 p.p.</b>	<b>+1,4 p.p.</b>
VAR. MEDIA ULTIMI 3 MESI VS MEDIA PROGRESSIVA 2025	➔	➔	➔	➔	➔
<b>Quanto pensi di spendere?</b>	<b>€ 3.017</b>	<b>€ 5.613</b>	<b>€ 6.587</b>	<b>€ 2.053</b>	<b>€ 2.874</b>

Base: totale Campione

MARZO 2026

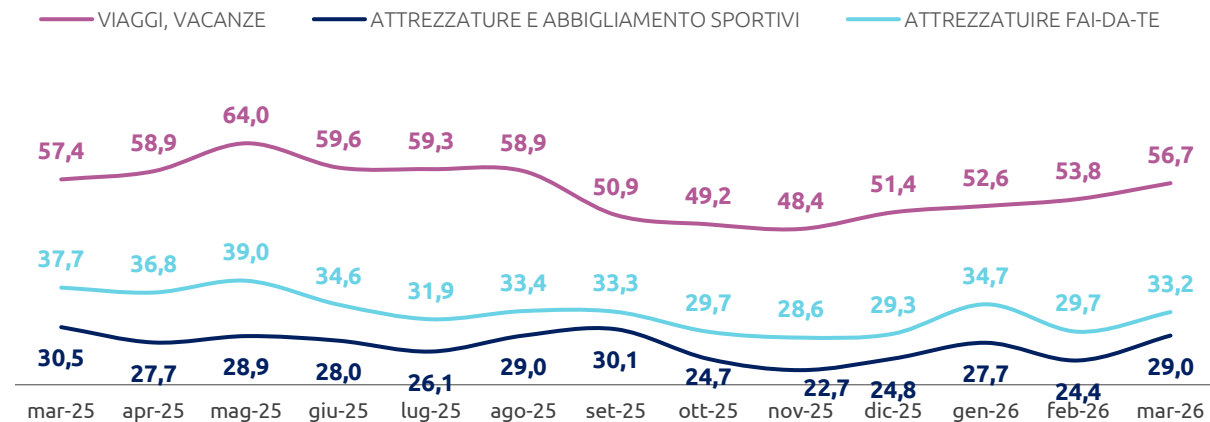
# TEMPO LIBERO

Le intenzioni di acquisto

Hai intenzione di acquistare un viaggio/vacanza, attrezzature e/o abbigliamento sportivi o attrezzature fai-da-te per casa o giardino nei prossimi 3 mesi?

% sicuramente Sì / probabilmente Sì e var % vs mese precedente

L'OSSERVATORIO  
FINDOMESTIC



IL TREND	VIAGGI / VACANZE	ATTREZZATURE / ABBIGLIAMENTO SPORT.	ATTREZZATURE FAI-DA-TE
VAR. VS MESE PRECEDENTE	<b>+2,9 p.p.</b>	<b>+4,5 p.p.</b>	<b>+3,6 p.p.</b>
VAR. MEDIA ULTIMI 3 MESI VS MEDIA PROGRESSIVA 2025	➔	➔	➔
<b>Quanto pensi di spendere?</b>	<b>€ 1.480</b>	<b>€ 329</b>	<b>€ 435</b>

# IL CAMPIONE

Le intenzioni di acquisto



Indagine realizzata in collaborazione con **EUMETRA** e **RESEARCH DOGMA**

## Sesso

**50%** uomini  
**50%** donne

## Età

18-24 anni	5%
25-34 anni	15%
35-44 anni	21%
45-54 anni	25%
55-64 anni	21%
65-74 anni	13%

## Titolo di studio

**18%** laureati  
**82%** non laureati

## Area geografica

Nord-Ovest	27%
Nord-Est	21%
Centro	20%
Sud e Isole	32%

# L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC

---

B A R O M E T R O



[www.osservatoriofindomestic.it](http://www.osservatoriofindomestic.it)

## CONTATTI:

[osservatorio@findomestic.com](mailto:osservatorio@findomestic.com)