

## **SI RIACCENDE LA PASSIONE PER IL CALCIO: IN CRESCITA GLI ITALIANI INTENZIONATI AD ANDARE ALLO STADIO**

*Secondo l'Osservatorio Mensile Findomestic il 7% dei tifosi ha intenzione di acquistare un abbonamento spendendo in media 340 euro e quasi 3 su 10 rateizzeranno l'acquisto (10 punti percentuali in più rispetto al 2018). La Juve è ancora la "Squadra Scudetto" per 1 italiano su 2 con l'Inter che supera il Napoli come prima rivale.*

Si riaccende la passione per il calcio in un'estate in cui le prestazioni delle azzurre ai Mondiali di calcio hanno incollato ai televisori il 75% degli italiani. Come evidenzia l'Osservatorio mensile di Findomestic realizzato in collaborazione con Doxa, dopo il calo registrato nel 2018 (-13,4%) di tifosi che dichiarava di aver "perso l'interesse per il calcio in generale" a seguito dell'esclusione dell'Italia dai Mondiali in Russia, quest'anno aumentano gli appassionati e gli intenzionati a sottoscrivere un abbonamento allo stadio.

**CRESCERE LA VOGLIA DI "STADIO", STABILE LA PAY-TV.** Rispetto al 2018 (5,5%) cresce la percentuale di tifosi che dichiara di volersi abbonare allo stadio nella prossima stagione calcistica (6,7%). Considerando anche chi comprerà singoli biglietti per le partite, la percentuale dei tifosi che si recherà allo stadio sale al 10%. Gli appassionati sono disposti a spendere di più per l'abbonamento alla squadra del cuore: se l'esborso medio rimane stabile (poco più di € 340), aumentano i tifosi che si dichiarano disponibili a spendere almeno € 400 (dal 24,2% al 26,2%). Sebbene il pagamento in un'unica soluzione sia la formula preferita (scelta dal 60,3% degli appassionati), crescono i tifosi che pensano di ricorrere al pagamento rateizzato (dal 17,4% del 2018 al 27% del 2019). Come nel 2018, il 29% degli intervistati seguirà il calcio sulla pay-tv il prossimo anno con un picco del 39,3% al Sud. Il 18,6% pensa di seguire le partite sui portali online di streaming gratuito, il 28,6% si accontenta di restare aggiornato attraverso siti internet e stampa sportiva mentre un 7,4% preferisce la radio.

**MERCHANDISING, SI SPENDE FINO A 100 EURO.** Il 24% degli intervistati da Findomestic ha acquistato gadget di un club calcistico: il 78% di questi ha speso fino a un massimo di 100 euro. Il 23% del campione ha almeno un figlio che coltiva la passione per il calcio attraverso la pratica di questo sport. Oltre la metà delle famiglie italiane (56%) spende fino a 400 euro per la scuola calcio dei figli.

**INTER SU, NAPOLI GIÙ.** Per oltre la metà dei tifosi, la protagonista della stagione 2019-2020 sarà ancora la Vecchia Signora. Nonostante la *débâcle* Champions e il passaggio di testimone tra Massimiliano Allegri e Maurizio Sarri, la Juve si conferma la squadra più quotata per la vittoria del prossimo Campionato di Serie A secondo il 52% degli intervistati. Bianconeri a parte, nella corsa allo scudetto scendono le aspettative nei confronti del Napoli, favorito solo per il 9,8% degli italiani (15% nel 2018). Si allarga, invece, il divario sotto la Madonnina, con i rossoneri che convincono solo il 3,4% degli intervistati mentre i nerazzurri volano al 15,8%, considerati anche come probabile squadra rivelazione dell'anno (14,8%), seguita dall'Atalanta (10,3%).

**IL "PALLONARO" E' GIOVANE (18-24ENNI).** L'81% della popolazione italiana attiva tra i 18 e i 64 anni (e pensionati delle stesse classi di età) si dichiara interessato al mondo del pallone (era il 79% nel 2018). Per il 19% degli italiani, soprattutto maschi (27%) e di età compresa tra i 18-24 anni (28,3%), il calcio rappresenta una vera e propria passione. Il 27% si considera abbastanza interessato al calcio e il 35% si dichiara un tifoso occasionale, attivo solo nei momenti salienti delle competizioni nazionali e internazionali. Il 19% degli interpellati, invece, non ha alcun interesse verso questo sport. Le donne dichiarano di essere soprattutto tifose occasionali (40,6%): seguono con interesse le partite della Nazionale e le competizioni più importanti come gli Europei o i Mondiali.

## **OSSERVATORIO MENSILE FINDOMESTIC: IN FORTE CRESCITA RISPETTO A GIUGNO LE INTENZIONI D'ACQUISTO DI AUTO USATE E TECNOLOGIA**

***In rialzo anche elettrodomestici, viaggi ed efficienza energetica mentre nel “mondo della casa” si rileva una sostanziale stabilità***

L'Osservatorio mensile Findomestic di agosto, realizzato dalla società di credito al consumo del gruppo BNP Paribas in collaborazione con Doxa, ha fotografato nel mese di luglio 2019 una crescita rispetto al mese precedente delle intenzioni di acquisto degli italiani soprattutto per auto usate (+1,2%), PC, tablet e fotocamere e grandi elettrodomestici. In crescita anche il settore dell'efficienza energetica (+1,1% per infissi/serramenti) e l'intenzione di acquisto di viaggi e vacanze in un contesto in cui il clima di fiducia verso il Paese e la soddisfazione verso la condizione economica del proprio nucleo familiare continuano a rimanere sui livelli più alti degli ultimi 12 mesi.

**SETTORE CASA STABILE TRA GIUGNO E LUGLIO.** I dati dell'Osservatorio Findomestic di agosto hanno evidenziato una sostanziale stabilità del settore per le intenzioni di acquisto di case o appartamenti e mobili tra giugno e luglio 2019, con il segno “più” solo per le intenzioni di ristrutturazione di un immobile (+0,3%). Dati compensati da andamenti tendenziali positivi e dalla previsione di una spesa media di 2.496 euro per l'acquisto di mobili e arredamento.

**L'AUTO NUOVA NON DECOLLA, BENE LE USATE E GLI SCOOTER.** Complice l'estate e l'entrata nella seconda parte dell'anno, l'auto nuova non rientra nelle propensioni all'acquisto degli italiani registrate nel mese di luglio. Crescono invece le intenzioni di comprare un'auto usata (+1,2% rispetto a giugno) e di godere della bella stagione in sella a una moto o scooter nuovi (0,9 punti percentuali di incremento rispetto al mese precedente). Confermato il trend positivo delle ebike, che a luglio hanno fatto registrare una propensione all'acquisto da parte degli italiani in crescita congiunturale dello 0,7%. Per uno scooter/motociclo nuovo il campione coinvolto nell'Osservatorio Findomestic di agosto pensa di spendere mediamente 3.254 euro, mentre per un'auto usata la media si attesta a 6.348 euro.

**ELETTRODOMESTICI CON IL SEGNO PIU'.** Cresce dello 0,7%, rispetto a giugno 2019, l'intenzione di acquistare elettronica di consumo come una nuova televisione, ma anche piccoli (+0,4%) e in particolare grandi elettrodomestici, in deciso incremento tra giugno e luglio 2019 (+1,6%). Per queste tre categorie di beni, gli italiani pensano di spendere rispettivamente 556, 217 e 914 euro.

**“TEMPO LIBERO” SINONIMO DI VIAGGI E FAI-DA-TE.** Con 1.486 euro di spesa prevista, l'intenzione degli italiani di acquistare un viaggio o una vacanza è cresciuta di circa 1 punto percentuale (0,9%) rispetto allo scorso mese e di 2,4 punti percentuali nell'arco di 12 mesi. Tempo libero non significa solo viaggi e vacanze, ma anche prendersi cura della propria casa o del proprio giardino: la propensione all'acquisto di attrezzature per il fai-da-te è aumentata a luglio 2019 dello 0,2% rispetto al mese precedente e di oltre il 2% se confrontata con il mese di luglio 2018.

**ITALIANI SEMPRE PIU' TECH.** La propensione ad acquistare prodotti tecnologici è in crescita sia a livello congiunturale (su base mensile) che tendenziale (su base annua). L'indagine ha evidenziato intenzioni d'acquisto per pc e accessori in aumento del 2% rispetto a giugno 2019 con un'idea di spesa che si aggira sui 537 euro. Le tendenze di crescita delle intenzioni di acquisto di tablet o e-book si attestano sull'1% sia a livello congiunturale che tendenziale. Valori in rialzo anche per

fotocamere e videocamere (+1,6% su giugno 2019 e + 2,5% su luglio 2018), così come per la telefonia: +0,5% tra giugno e luglio 2019.

**EFFICIENZA ENERGETICA, UN TREND IN POSITIVO.** Gli italiani si dimostrano sempre più sensibili ai temi dell'efficienza energetica e della sostenibilità: le intenzioni d'acquisto sono cresciute tra giugno e luglio 2019 per impianti fotovoltaici (+0,2%), stufe e caldaie (+0,6%), impianti solari termici (+0,3%) e infissi e serramenti, per i quali la propensione all'acquisto è in aumento dell'1,1% a livello congiunturale e dell'1,7% rispetto a luglio 2018.

***Findomestic Banca** opera al servizio di oltre due milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative e di risparmio. Presente in tutta Italia, Findomestic ispira la propria attività ai principi della Responsabilità Sociale, promuovendo un approccio al credito sostenibile e responsabile, per sviluppare una relazione di lungo periodo con il Cliente, con i Partner, e con tutti i suoi stakeholders. Partecipata al 100% da BNP Paribas Personal Finance, Findomestic è parte del Gruppo BNP Paribas presente in più di 70 paesi, con oltre 189.000 collaboratori, dei quali oltre 146.000 in Europa.*

**Ufficio stampa SEC SPA**

via Ferrante Aporti, 8 – Milano

Angelo Vitale – [vitale@segrp.com](mailto:vitale@segrp.com) - 338/6907474

Luigi Santo – [santo@segrp.com](mailto:santo@segrp.com) - 3494426014