

NIENTE VACANZE PER 3 FAMIGLIE SU 10 E PER GLI ALTRI SI SONO RIDOTTE

Secondo l'Osservatorio mensile Findomestic di settembre la situazione economica è percepita come problematica dal 46% delle famiglie italiane, ma a fine estate calano le preoccupazioni e le intenzioni d'acquisto salgono del 6% ai livelli massimi degli ultimi due anni.

Nel 2024 erano il 27%, mentre quest'anno sono il 31% le famiglie che non si sono concesse nemmeno un giorno di vacanza durante l'estate. Il quadro delineato dall'Osservatorio mensile Findomestic di settembre* evidenzia come il 28% di quanti sono andati in vacanza le abbia ridotte a qualche weekend lungo o a pochi giorni mentre il 67% ha percepito costi in aumento soprattutto per ristoranti, bar e spiagge. Le famiglie che si sono concesse solo pochi giorni di svago erano il 20% nel 2024 e sono aumentate di 8 punti percentuali quest'anno. La durata più breve delle vacanze ha contribuito a far abbassare anche la spesa media: nell'estate 2024 una famiglia di tre persone spendeva mediamente 2.017 euro, nel 2025 siamo scesi a 1.847 euro. Le famiglie da 4 o più persone hanno speso oltre 300€ in meno nell'ultimo anno: da 2.315 del 2024 a 2.007 euro del 2025. Se l'esborso è stato inferiore rispetto al 2024 è anche grazie all'oculatazza dei vacanzieri: gran parte delle famiglie (63%) dichiara di aver speso quanto pianificato prima delle vacanze, il 14% addirittura meno anche per i rincari percepiti specialmente per ristoranti e bar (69% di quanti sono andati in vacanza) ma anche per spiagge (61% dal 41% del 2024) e alberghi (60%).

*"La stagione estiva 2025 – ha commentato **Claudio Bardazzi, responsabile Osservatorio Findomestic** – restituisce un quadro in chiaroscuro: da una parte sono aumentate le famiglie che non sono partite, le vacanze sono state più brevi e più al risparmio; dall'altra si sono attenuate le preoccupazioni ed è cresciuto l'ottimismo per il futuro favorendo un aumento importante delle intenzioni d'acquisto. Sembra che l'estate restituisca ai consumatori la voglia di investire in beni durevoli, anche se l'investimento dovrà, poi, fare i conti con le condizioni del mercato e dei budget familiari. Si tratta, comunque, di un buon viatico per aprire la stagione autunnale degli acquisti che avrà il suo culmine con il Black Friday ed il Natale".*

INTENZIONI D'ACQUISTO CONTINUANO A CRESCERE, BENE TELEFONIA, ELETTRODOMESTICI E AUTO. Il miglioramento del clima di fiducia spinge ancora le intenzioni d'acquisto che crescono mediamente del 6% nell'ultimo mese, toccando il livello più alto degli ultimi due anni. L'Osservatorio Findomestic evidenzia gli aumenti più significativi per gli elettrodomestici piccoli (+6,5 punti percentuali** rispetto ad agosto, il 45% degli intervistati dichiara di essere propenso ad acquistarne uno) e grandi elettrodomestici (+3,8 p.p.) che raggiungono i livelli più elevati da oltre un anno. Crescita sensibile anche per il settore della telefonia con 4,7 punti percentuali in più rispetto al mese precedente: il 37% del campione (il dato più elevato dell'ultimo anno) sta pensando di comprare un nuovo smartphone nei prossimi 3 mesi. Circa 3 italiani su 10 hanno intenzione di acquistare entro dicembre attrezzature per il fai da te e sportive (+1,2 p.p.), TV (+3 punti percentuali su agosto e livello massimo da un anno a oggi), e mobili (+1,5 punti). Il ritorno a scuola e in ufficio sostiene la propensione a dotarsi di nuovi pc (+3,2 p.p.) e tablet (+2,4) anch'essi ai massimi da 12 mesi, mentre

il 15% del campione indica la ristrutturazione di casa (+0,7 p.p.) o l'acquisto di nuovi infissi (-0,3 p.p.) come un obiettivo del prossimo periodo. Passando all'auto: il 17% afferma che vorrebbe comprarne una nuova a breve termine (+2 p.p. rispetto ad agosto 2024) e il 16% una usata (+1,8 p.p.) toccando così il picco più alto dell'ultimo anno. Meno di un italiano su 10 intende acquistare e-bike, attrezzature di isolamento termico, impianti fotovoltaici, pompe di calore, caldaie a condensazione, monopattini e motoveicoli. *“Nonostante la riduzione del numero di vacanzieri registrata questa estate, viaggi e vacanze – ha aggiunto **Claudio Bardazzi** – continuano ad essere nei pensieri di oltre la metà degli italiani: oggi il 51% degli intervistati dall'Osservatorio Findomestic dichiara di volerne acquistare uno nei prossimi mesi. Essendosi concluse da poco le vacanze estive si registra un calo comprensibile di 8 punti rispetto al mese precedente ma il livello di settembre 2025 è di oltre 2 punti superiore a quello dello stesso mese del 2024”.*

**L'indagine è stata realizzata in collaborazione con Eumetra e Research Dogma tra l'1 e il 3 settembre 2025*

****Nota metodologica**

A partire dall'indagine di settembre 2025, l'Osservatorio mensile di Findomestic mette in risalto la quota degli intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare uno dei beni durevoli dei settori monitorati e misura la variazione espressa in punti percentuali (p.p.) rispetto al mese precedente. L'obiettivo è cogliere i trend ma anche riconoscere alle diverse categorie merceologiche il loro giusto “peso” in base al maggiore o minore numero di “intenzionati” all'acquisto. Da settembre 2025 viene misurato anche l'andamento degli ultimi 3 mesi in ogni mercato rispetto alla media progressiva dell'anno in corso.

Findomestic Banca opera al servizio di oltre tre milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative, di risparmio e di daily banking grazie a conti correnti dedicati. 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 Newgate Italia
via Ferrante Aporti, 8 – Milano
Angelo Vitale – angelo.vitale@secnewgate.it - 338/6907474