

L'Osservatorio Findomestic • Mensile



Il clima di fiducia
e le intenzioni di acquisto
degli italiani

INDAGINE
GENNAIO
2017





MILANO, 2 GENNAIO 2017

Più di 7 italiani su 10 approfitteranno dei saldi a gennaio (+4% rispetto allo scorso anno).

I beni maggiormente acquistati durante i saldi saranno abbigliamento (91%) e calzature (69%).

Il 53% degli italiani spenderà tra € 100 e € 300, un altro 25% spenderà oltre €300, mentre il 17% avrà un budget inferiore a €100.

Oltre il 60% di chi usufruisce dei saldi si segna il prezzo pieno del prodotto per evitare brutte sorprese

I mercati dei beni durevoli: in aumento la propensione all'acquisto di viaggi/vacanze e attrezzature fai-da-te.

Segno positivo anche per i settori elettronica e informatica.

In lieve calo, invece, l'intero comparto della mobilità.

Diminuiscono rispetto al mese scorso gli indicatori di sentiment.

Si mantiene sempre alto l'interesse degli italiani per i saldi. Il 75% posticipa gli acquisti per approfittare dei prezzi speciali. Più interessati ai saldi sono i giovani e gli adulti fino ai 45 anni. Solo 2 italiani su 10 hanno però deciso di ritardare gli acquisti di Natale per i propri cari a gennaio: la maggior parte li compra dunque prima della festività.

I saldi sono un'occasione per comprare qualsiasi tipo di prodotto (76%), non soltanto quelli più costosi, ma sempre con attenzione alla qualità (53%). Quest'anno gli italiani che approfitteranno dei saldi a gennaio sono il 74%, il 4% in più rispetto allo scorso anno.

A fare acquisti saranno soprattutto le donne, i giovanissimi (18-24 anni) e i 35-44enni. Abbigliamento (91%) e calzature (69%) sono le due voci principali di spesa in questo frangente.

Il 53% degli italiani pensa di destinare agli acquisti di gennaio un budget tra i €100 e i €300, un altro 25% spenderà oltre €300 mentre il 17% meno di €100. A spendere di più sono soprattutto

gli adulti (45-64enni), mentre i 18-34enni sono quelli che hanno minore capacità di spesa.

Lo sconto che gli italiani si attendono durante i saldi è in media del 46%: questo dato si mantiene costante ormai da 3 anni. Lo sconto minimo, sotto al quale si ritiene che il prodotto non sia in saldo, è del 32% (lo scorso anno era pari al 35%). Al di sopra del 73%, invece, lo sconto verrebbe considerato eccessivo, facendo sorgere dubbi sulla qualità del prodotto. Anche questo valore è in linea con le precedenti rilevazioni.

Gli italiani amano i saldi, ma hanno poca fiducia circa la veridicità dei ribassi. Oltre il 60% di coloro i quali usufruiranno dei saldi è solito segnarsi il prezzo pieno per poi confrontarlo con il prezzo scontato. Questo comportamento è diffuso soprattutto al Nord Est e al Centro.

Per quanto riguarda il sentiment, la soddisfazione degli italiani per la propria situazione personale e per il Paese è in calo rispetto al mese scorso.



MILANO, 2 GENNAIO 2017

I MERCATI

I veicoli: cala l'intenzione d'acquisto nel comparto della mobilità. Cresce però la previsione di spesa.

La propensione all'acquisto di automobili nuove passa da 11,8% a 11,0% e la spesa media che si intende sostenere è di 18.692 euro. Flessione anche per il segmento dei motocicli (da 5,7% a 4,9%) per un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 2.219 euro. Si registra una contrazione anche nel comparto delle auto usate (da 8,6% a 8,2%) con una spesa di 6.320 euro.

Casa e arredamento: si registra un segno negativo nel comparto dei mobili. Flessione nei segmenti casa/appartamento e progetti di ristrutturazione.

I dati del settore registrano un segno negativo per quanto riguarda l'intero comparto: progetti di ristrutturazione -1,1% (da 13,4% a 12,3%); casa/appartamento -0,5% (da 6,9% a 6,4%); mobili -0,8% (da 22,2% a 21,4%) con una

previsione in termini di spesa che si attesta a 2.141 euro.

Informatica, telefonia e fotografia: dati positivi per i segmenti di Pc ed accessori e Tablet/E-book. Contrazione per quanto riguarda la telefonia e la fotografia.

Il segmento della telefonia registra una diminuzione nell'intenzione d'acquisto che passa dal 28,1% al 26,9%; segue, sempre in calo, il settore della fotografia -0,2% (da 14,1% a 13,9%). In controtendenza, tablet/e-book (da 16,1% a 16,2%) e PC ed accessori (da 22,5% al 22,7%). Che crescono rispettivamente dello +0,1% e +0,2%. La previsione in termini di spesa per l'acquisto dei beni del settore va dai 300 euro per foto e videocamere ai 500 euro per un PC.

Elettrodomestici: si registra una crescita nel comparto dell'elettronica di consumo e dei piccoli elettrodomestici. Segno negativo per il segmento dei grandi elettrodomestici.

In calo l'intenzione d'acquisto per i grandi elettrodomestici (da 19,2% a 19,0%), a cui fa

seguito una crescita nei comparti dei piccoli elettrodomestici (da 31,9% a 34,1%) ed elettronica di consumo (da 22,8% a 23,3%). La previsione di spesa si attesta a 690 euro per i grandi elettrodomestici, 492 euro per l'elettronica di consumo ed infine 194 euro per i piccoli elettrodomestici.

Efficienza energetica: andamento negativo per tutti i comparti del settore.

Si registra una contrazione per gli impianti fotovoltaici (da 5,2% a 4,8%) con un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 5.440 euro; in flessione anche i segmenti di impianti solari-termici (da 5,4% a 4,6% per 4.311 euro), caldaie a risparmio energetico (da 8,9% a 8,4% per 1.263 euro) ed infissi/serramenti (da 10,5% a 10,4% per 2.683 euro).

Tempo Libero: contrazione per il segmento di attrezzature/abbigliamento sportivi. In crescita viaggi/vacanze e attrezzature fai-da-te.



COMUNICATO STAMPA

MILANO, 2 GENNAIO 2017

Lieve flessione nelle attrezzature ed abbigliamento sportivo dove si passa da un 23,7% ad un 23,5%. Gli intervistati si dimostrano, invece, più propensi all'acquisto di attrezzature fai-da-te che registrano una crescita che va dal 25,7% al 27,0%. Segno positivo anche per il settore di viaggi/vacanze che guadagna +1,5 punti percentuali (da 40,5% a 42,0%).





LA SINTESI DEI TREND

		CONFRONTO NOV 2016	CONFRONTO DIC 2015	
	SENTIMENT	In lieve calo gli indicatori di sentiment a livello congiunturale. Anche a livello tendenziale i valori sono in calo, soprattutto per quanto riguarda la soddisfazione nei confronti della situazione del Paese.		
	VEICOLI	A dicembre segno negativo per il comparto «veicoli» sia a livello congiunturale ma soprattutto tendenziale. In particolare, il calo è più consistente, rispetto ad un anno fa, per le auto nuove e per i motocicli.		
	CASA	Rispetto al mese scorso sono in lieve calo le intenzioni di acquisto per il comparto «casa». Diminuiscono soprattutto gli intenzionati a ristrutturare immobili. A livello tendenziale, andamento opposto per mobili (in crescita) e immobili (in calo sia le intenzioni di acquisto che le ristrutturazioni).		
	INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA	A dicembre aumentano lievemente le intenzioni di acquisto per PC e tablet, mentre calano gli intenzionati ad acquistare cellulari/smartphone e fotocamere/videocamere. A livello tendenziale il comparto è in calo, segnatamente per fotocamere/videocamere, tablet e PC/accessori.		
	ELETTRODOMESTICI	In ripresa, rispetto allo scorso novembre, le intenzioni di acquisto per piccoli elettrodomestici e elettronica di consumo, in lieve calo gli elettrodomestici bianchi. I piccoli elettrodomestici proseguono il trend positivo anche a livello tendenziale, mentre sono in forte calo gli intenzionati ad acquistare elettronica di consumo e grandi elettrodomestici.		
	EFFICIENZA ENERGETICA	Segno meno per il comparto «energetico» a dicembre, sia rispetto al mese scorso che rispetto ad un anno fa. Rispetto a novembre, calano soprattutto le intenzioni di acquisto di impianti solari termici mentre, rispetto a dicembre 2015, calano gli intenzionati ad acquistare impianti fotovoltaici.		
	TEMPO LIBERO	Nel mese di dicembre riprende l'andamento positivo dei «viaggi/vacanze»: aumentano, sia a livello congiunturale che tendenziale, gli intenzionati a fare qualche giorno di vacanza. Per quanto riguarda il «fai da te» segno positivo rispetto a novembre ma in calo rispetto ad un anno fa. Sono in lieve calo, sia a livello congiunturale che tendenziale, le intenzioni di acquisto per abbigliamento/attrezzature sportive.		



SCENARIO ECONOMICO



SCENARIO ECONOMICO

PIL



2015	2016 lug-set (A-1)
+0,8%	+1,0%

Il PIL italiano è cresciuto dello 0,8% nel 2015. Da luglio a settembre 2016 il prodotto interno lordo è aumentato dell'1,0% rispetto al terzo trimestre 2015.

CONSUMO BENI DUREVOLI



2015	2016 gen-giu (A-1)
+6,9%	+6,8%

I consumi di beni durevoli sono cresciuti del 6,9% nel 2015 rispetto all'anno precedente. Da gennaio a giugno 2016 si registra un'ulteriore crescita del 6,8% rispetto al primo semestre del 2015.

Fonte: Istat / Prometeia

TASSO DI DISOCCUPAZIONE



	2015 dic	2016 set	2016 ott
Overall	11,4%	11,7%	11,6%
Giovanile (15-24 anni)	37,9%	37,1%	36,4%

La disoccupazione totale aumenta di 0,2 p.p. rispetto a dicembre 2015, mentre diminuisce di 0,1 p.p. rispetto al mese precedente. La disoccupazione giovanile cala di 1,5 p.p. a livello tendenziale e di 0,7 p.p. a livello congiunturale.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO



2015	2016 nov (M-1)
+0,1%	-0,1%

Nel 2015 il tasso di inflazione medio annuo è stato pari a +0,1%. Nel mese di novembre 2016 l'indice dei prezzi al consumo registra una diminuzione dello 0,1% su base mensile.



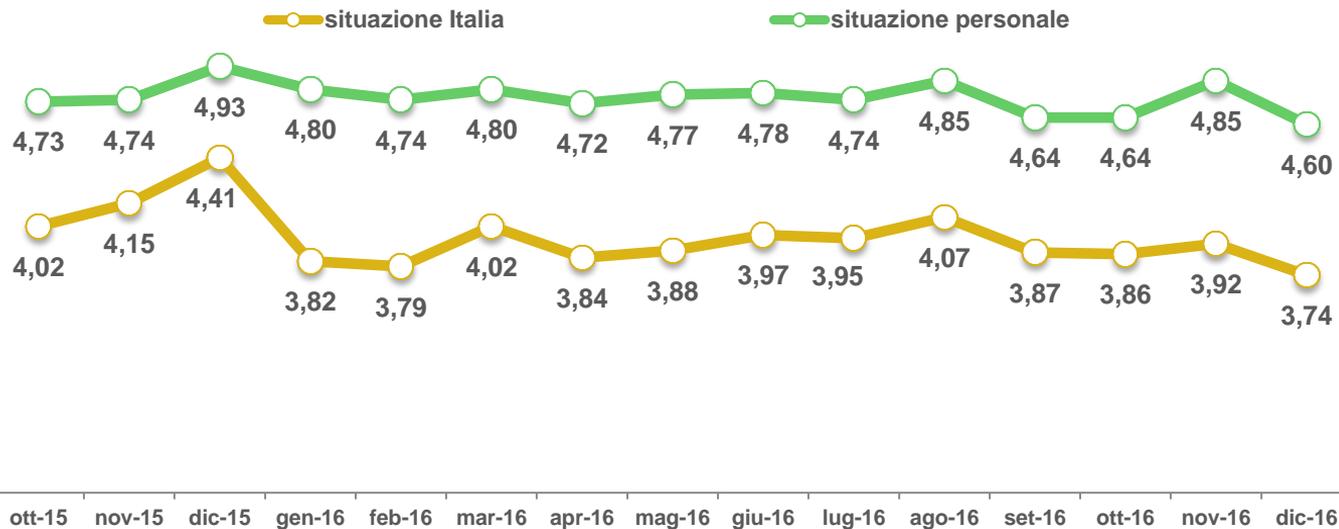
SENTIMENT



SENTIMENT



In che misura sei soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica, sociale)?
E della tua condizione economica? Voto medio: scala da 1 a 10



CONFRONTO
NOV 2016

CONFRONTO
DIC 2015



-0,3

-0,3



-0,2

-0,7

Base: totale campione (504). Dato su base wave di dicembre



INTENZIONI D'ACQUISTO

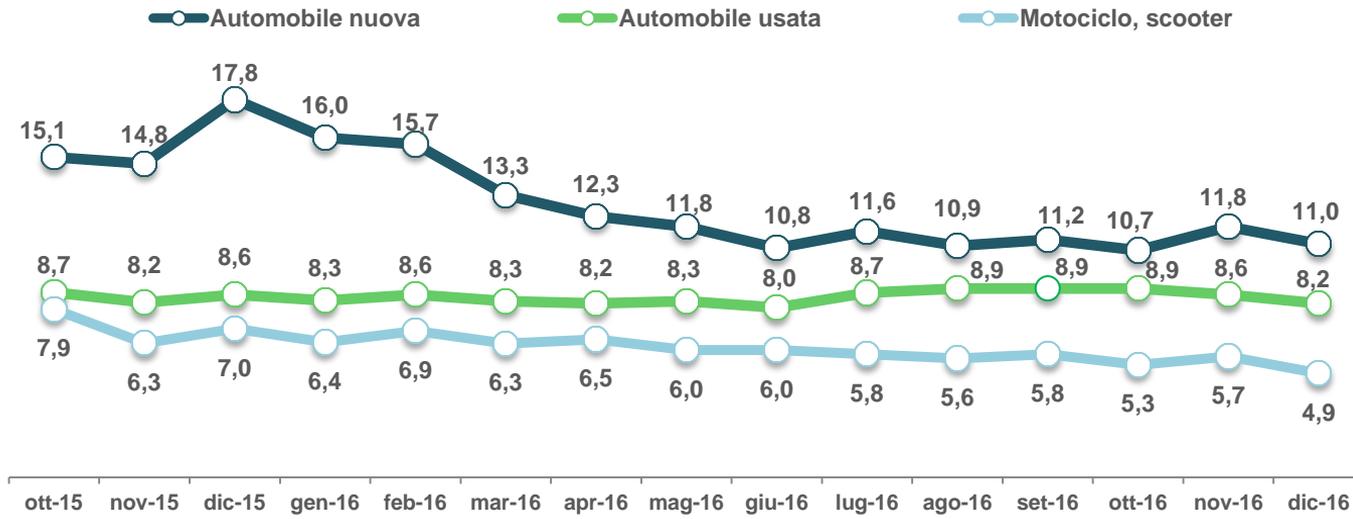


MERCATO VEICOLI



Pensi di acquistare un'automobile nuova/un'automobile usata/un motociclo nei prossimi 3 mesi?
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



	CONFRONTO NOV 2016	CONFRONTO DIC 2015
	-0,8 P.P.	-6,8 P.P.
	-0,4 P.P.	-0,4 P.P.
	-0,8 P.P.	-2,1 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



18.692€



6.320€



2.219€

Base: % pensano di acquistare il bene



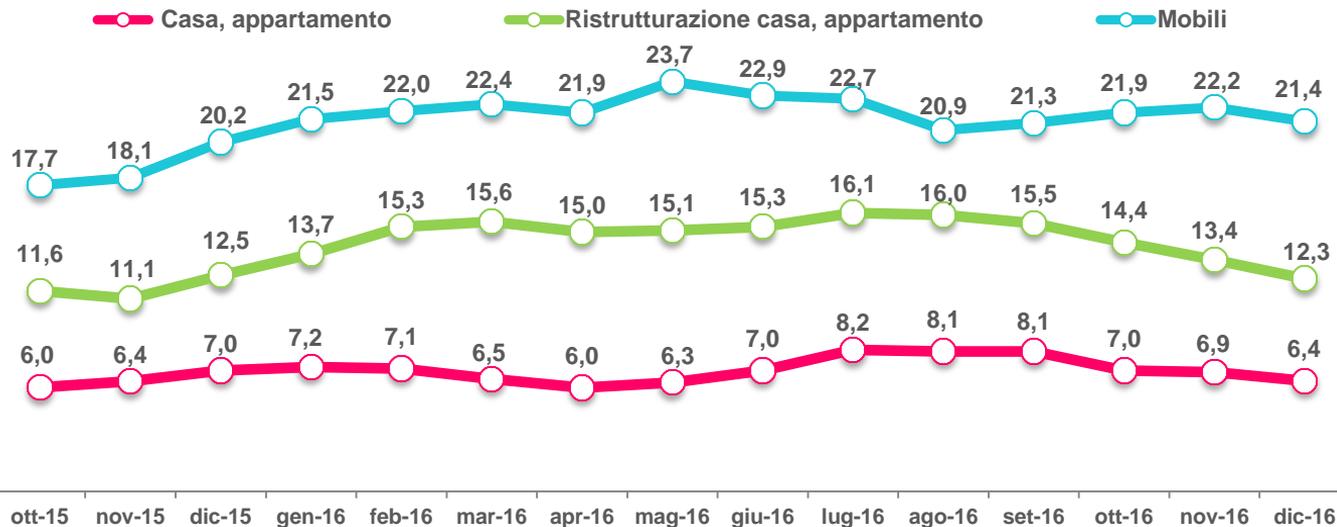
CASA



Pensi di acquistare una casa/appartamento o di ristrutturare casa/appartamento o di acquistare mobili nei prossimi 3 mesi?

% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO
NOV 2016

CONFRONTO
DIC 2015



-0,8 P.P.

+1,2 P.P.



-1,1 P.P.

-0,2 P.P.

-0,5 P.P.

-0,6 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto (mobili)?



2.141€

Base: % pensano di acquistare il bene

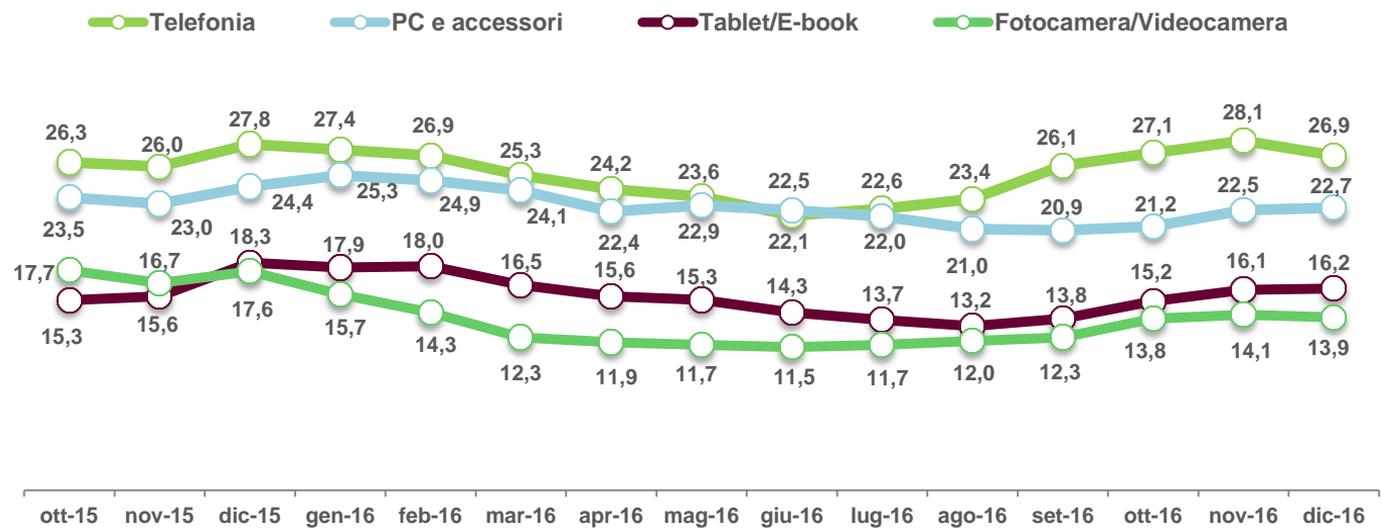


INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



Pensi di acquistare un telefono cellulare/smartphone o PC portatile/fisso/stampanti, tablet/ebook o una fotocamera/videocamera nei prossimi 3 mesi? % sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO NOV 2016 CONFRONTO DIC 2015

	↓	↓
	-1,2 P.P.	-0,9 P.P.
	↑	↓
	+0,2 P.P.	-1,7 P.P.
	↑	↓
	+0,1 P.P.	-2,1 P.P.
	↓	↓
	-0,2 P.P.	-3,7 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



353€



524€



280€



275€

Base: % pensano di acquistare il bene

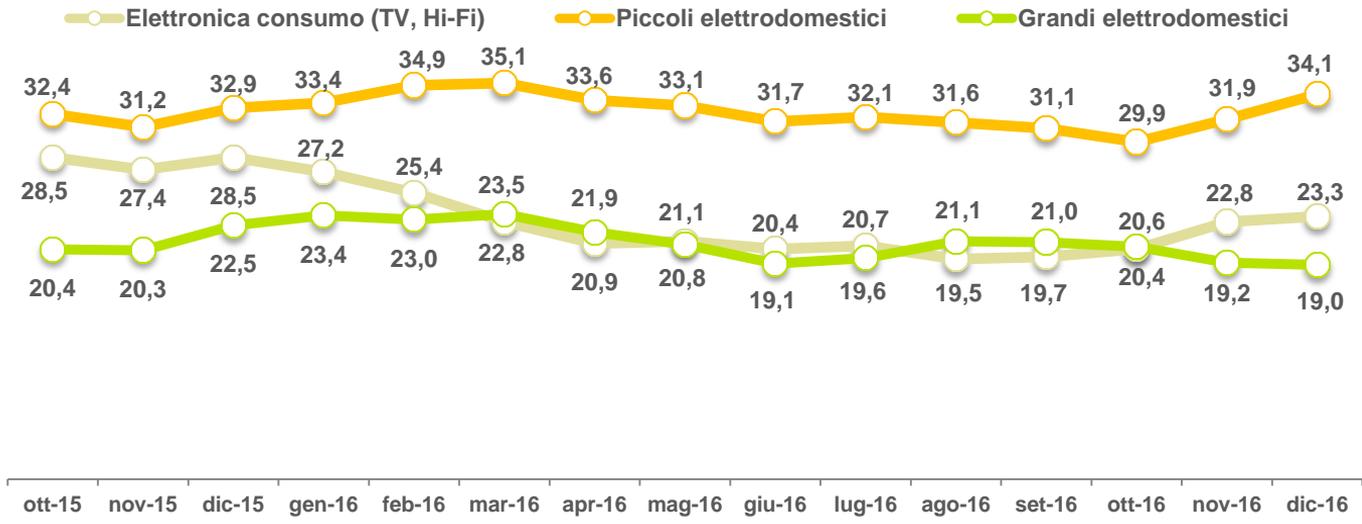


ELETTRODOMESTICI



Pensi di acquistare elettronica di consumo (TV, Hi-Fi), elettrodomestici bianchi o piccoli elettrodomestici nei prossimi 3 mesi?
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



	CONFRONTO NOV 2016	CONFRONTO DIC 2015
	+2,2 P.P.	+1,2 P.P.
	+0,5 P.P.	-5,2 P.P.
	-0,2 P.P.	-3,5 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



194€



492€



690€

Base: % pensano di acquistare il bene

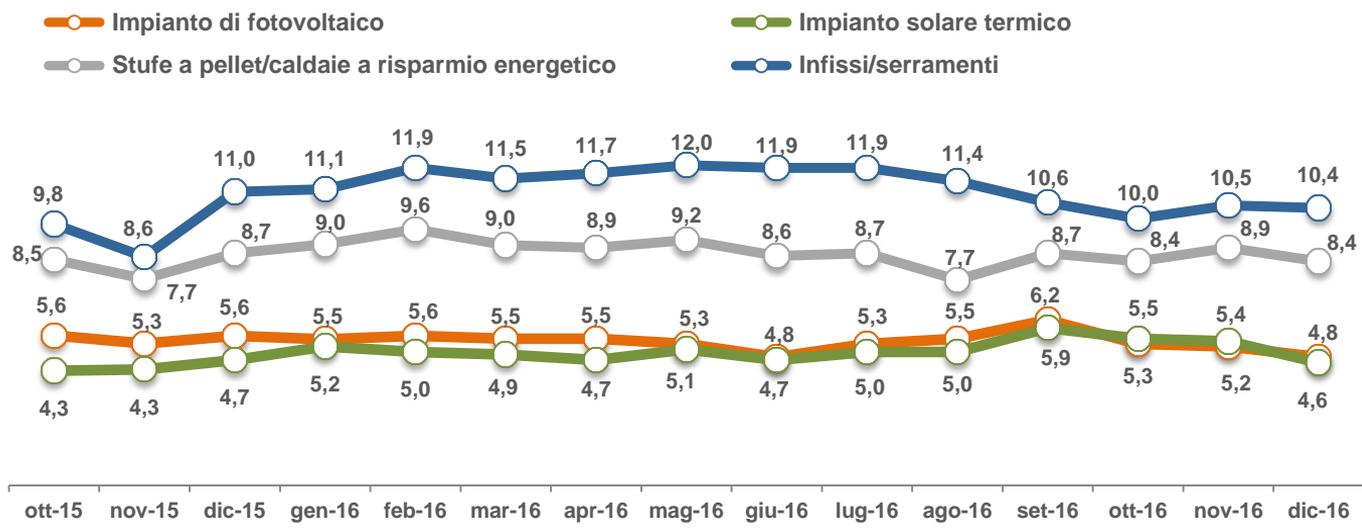


EFFICIENZA ENERGETICA



Pensi di acquistare un impianto fotovoltaico, un impianto solare termico, stufe a pellet o infissi/serramenti nei prossimi 3 mesi?
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



	CONFRONTO NOV 2016	CONFRONTO DIC 2015
	↓ -0,1 P.P.	↓ -0,6 P.P.
	↓ -0,5 P.P.	↓ -0,3 P.P.
	↓ -0,4 P.P.	↓ -0,8 P.P.
	↓ -0,8 P.P.	↓ -0,1 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



2.683€



1.263€



5.440€



4.311€

Base: % pensano di acquistare il bene

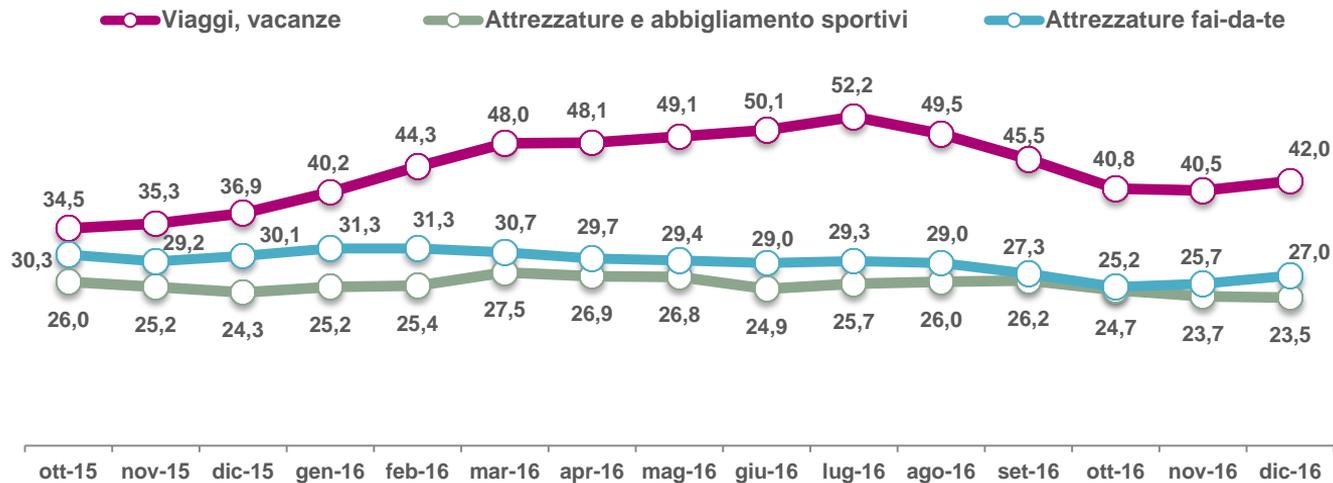


TEMPO LIBERO



Pensi di fare un viaggio/vacanza o di acquistare attrezzature sportive e/o abbigliamento sportivo o attrezzature fai-da-te per casa o giardino nei prossimi 3 mesi? % sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO NOV 2016

CONFRONTO DIC 2015



+1,5 P.P.



+5,1 P.P.



+1,3 P.P.



-3,1 P.P.



-0,2 P.P.



-0,8 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



1.270€

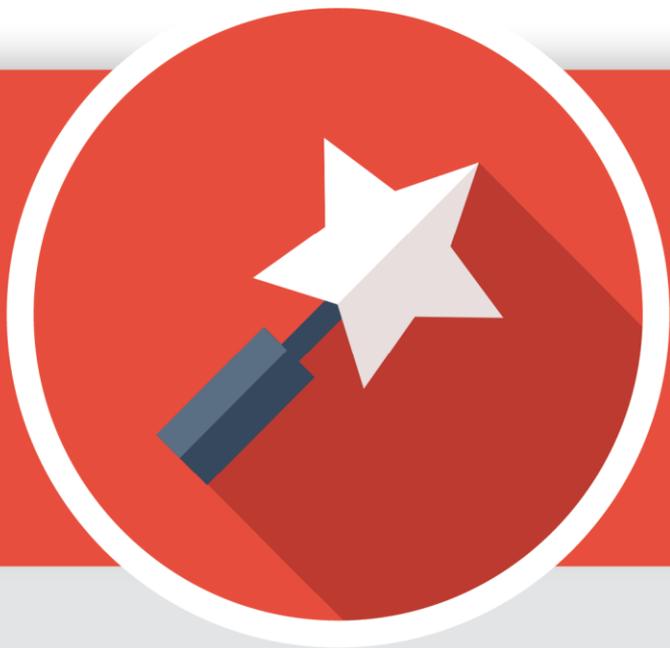


212€



259€

Base: % pensano di acquistare il bene



ARGOMENTO DEL MESE



MILANO, 2 GENNAIO 2017

PIÙ DI 7 ITALIANI SU 10 APPROFITTERANNO DEI SALDI A GENNAIO (+4 p.p. RISPETTO ALLO SCORSO ANNO)

Si mantiene sempre alto l'interesse degli italiani per i saldi. Il **75% posticipa gli acquisti** per approfittare dei prezzi speciali. Più interessati ai saldi sono i **giovani e gli adulti fino ai 45 anni**. Solo 2 italiani su 10 hanno però deciso di posticipare gli acquisti di Natale per i propri cari a gennaio: la maggior parte compra dunque i regali di Natale prima della festività.

I saldi sono un'occasione per comprare **qualsiasi tipo di prodotto** (76%), non soltanto quelli più costosi ma sempre con un occhio alla **qualità** (53%).

Quest'anno gli italiani che approfitteranno dei saldi a gennaio sono il **74%**, 4 punti percentuali in più rispetto allo scorso anno. Sempre il 74% ha affermato di aver sfruttato i saldi anche a gennaio 2016.

A fare acquisti saranno soprattutto le donne, i giovanissimi (18-24 anni) e i 35-44enni.

GLI ACQUISTI DEI SALDI: ABBIGLIAMENTO E CALZATURE. 53% DEGLI ITALIANI SPENDERÀ TRA € 100 E € 300

Abbigliamento (91%) e **calzature** (69%) sono le due voci principali di spesa durante i saldi.

Il **53%** degli italiani pensa di destinare agli acquisti di gennaio un **budget tra i €100 e i €300**, un altro **25%** spenderà oltre **€300** mentre il **17%** avrà un budget per i saldi inferiore a **€100**. A spendere di più sono soprattutto gli adulti (45-64enni) mentre i 18-34enni sono quelli che hanno minore capacità di spesa.

PER 2 ITALIANI SU 10 NON ESISTE UNO SCONTO ECCESSIVO. SCONTO IDEALE? 46%

Lo **sconto** che gli italiani si attendono durante i saldi è in media del **46%**: questo dato si mantiene costante ormai da 3 anni. Lo **sconto minimo**, sotto al quale si ritiene che il prodotto non sia in saldo, è del **32%** (lo scorso anno era pari al 35%). Al di sopra del **73%**, invece, lo sconto verrebbe considerato eccessivo, facendo sorgere dubbi

sulla qualità del prodotto. Anche questo valore è in linea con le precedenti rilevazioni.

IL 62% DI CHI USUFRUISCE DEI SALDI SI SEGNA IL PREZZO PIENO DEL PRODOTTO PER EVITARE BRUTTE SORPRESE

Gli italiani amano i saldi ma hanno poca fiducia circa la veridicità dei ribassi. Oltre il 60% di coloro i quali usufruiranno dei saldi è solito segnarsi il prezzo pieno per poi confrontarlo con il prezzo scontato. Questo comportamento è diffuso soprattutto al Nord Est e al Centro.

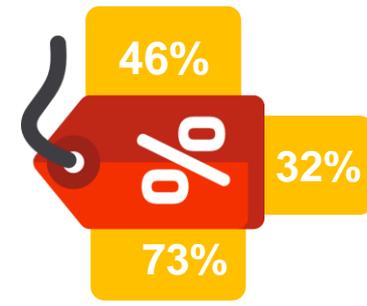


I SALDI INVERNALI

Italiani che posticipano gli acquisti per poter sfruttare i saldi



Sconto medio atteso nel periodo dei saldi



Sconto minimo atteso

Sconto massimo atteso

Si attendono i saldi per acquistare...

Negli acquisti in saldo si attribuisce maggiore importanza...



...qualsiasi tipo di prodotto **76%**



...alla qualità **53%**

Italiani che approfitteranno dei saldi a **gennaio**

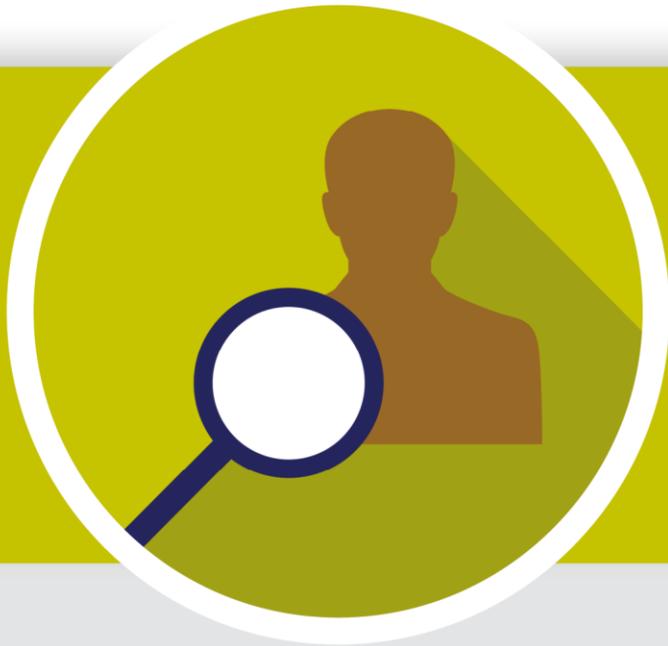


Spesa destinata agli acquisti durante i saldi a gennaio



Principali acquisti durante i saldi





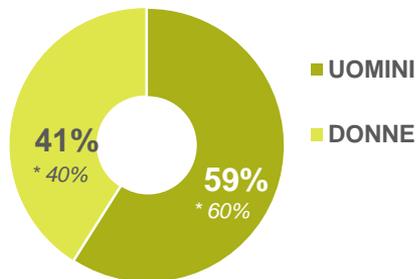
CAMPIONE



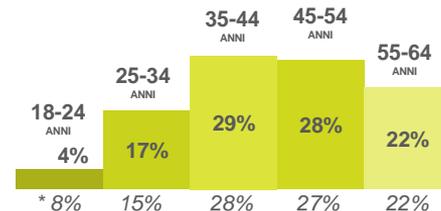
CAMPIONE



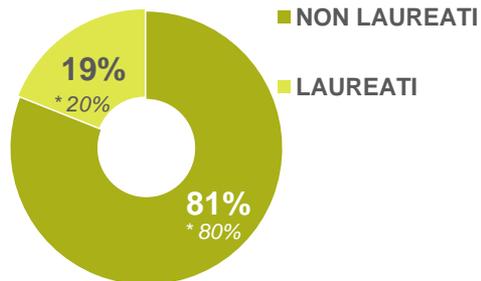
SESSO



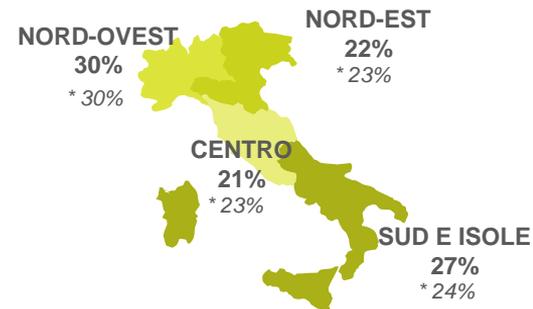
ETÀ



TITOLO DI STUDIO



AREA GEOGRAFICA



Base: totale campione ponderato (504). Dato su base wave di dicembre * Dato non ponderato