Findomestic
GRUPPO BNP PARIBAS
Più responsabili, insieme

L'Osservatorio Findomestic · Mensile

Il clima di fiducia e le intenzioni di acquisto degli italiani

INDAGINE LUGLIO 2017

MILANO, 4 LUGLIO 2017

Terrorismo, per il 75% degli italiani spiagge e centri commerciali sono i luoghi più sicuri da attentati

La paura di attacchi non modifica gli stili di vita: dall'Osservatorio Findomestic emerge che più della metà dei nostri connazionali ha in programma un viaggio o una vacanza e che il 73% non rinuncia a concerti e grandi eventi

Per il 75% degli italiani spiagge e parchi, supermercati e centri commerciali, banche e uffici postali sono i luoghi più sicuri da attentati terroristici. Il dato emerge dall'Osservatorio **Findomestic** di luglio realizzato in collaborazione con **Doxa**. Tra i luoghi che gli italiani reputano più sicuri rientrano anche alberghi/villaggi turistici (74%), mercati rionali (71%) e cinema/teatri/musei/chiese (70%). Le stazioni e i treni così come gli aeroporti e gli aerei sono invece considerati sicuri solo da 1 italiano su 2 (rispettivamente 53% e 52%). Se gli eventi a più alto rischio percepito sono i concerti in stadi e piazze (65%) e gli eventi sportivi in stadi e palazzetti (48%), l'attualità dimostra che gli italiani non sono comunque disposti a modificare le proprie abitudini: gli oltre 220mila presenti al concerto-evento di Vasco Rossi a Modena ne sono testimonianza tangibile.

LA PAURA NON MODIFICA GLI STILI DI VITA. La conferma arriva proprio dalle rilevazioni dell'Osservatorio Findomestic, secondo cui **2 persone su 3 (67%) non sono intenzionate a cambiare** stile di vita nonostante il diffuso timore di attentati. Ulteriore riprova è il fatto che dopo l'attacco terroristico di Manchester **il 73% degli italiani ha dichiarato che non rinuncerebbe ad un concerto in un'arena o in uno stadio** in mezzo a migliaia di persone. La voglia di **continuare a vivere come sempre**, senza cedere alla paura del terrorismo, risulta evidente anche da un altro dato: **oltre 1 italiano su 2** (per la precisione il 53,2%) **ha intenzione di fare un viaggio o una vacanza** entro i prossimi 3 mesi e la spesa media prevista per persona è di 1.357 euro. La voglia di viaggiare è aumentata dell'1% rispetto a un mese fa e del 3,1% rispetto a un anno fa. I numerosi attacchi terroristici degli anni recenti, tra l'altro, hanno spinto le compagnie assicurative a proporre **polizze viaggio in grado di coprire anche la tragica eventualità del terrorismo**: al momento solo il 39% del campione prenderebbe in considerazione l'ipotesi di sottoscriverla e solo l'8% lo farebbe certamente.

ITALIA, IL PAESE PIÙ SICURO. L'Italia viene percepita dai suoi abitanti come il Paese più sicuro in assoluto: la pensa così il 35% del campione (il 39% degli uomini e il 29% delle donne), con un aumento di 8 punti percentuali rispetto a dodici mesi fa. Altri paesi considerati meno a rischio attentati sono l'Australia (8%), il Canada (4%) e il Giappone (4%). Tuttavia il

MILANO, 4 LUGLIO 2017

93% degli intervistati è convinto che il terrore perdurerà ancora a lungo e il 31% ritiene che nessun posto possa considerarsi al sicuro dagli attacchi terroristici (era il 28% a inizio 2016).

FIDUCIA E INTENZIONI DI ACQUISTO. Intema di fiducia e intenzioni di acquisto, l'Osservatorio Findomestic registra un lieve peggioramento del livello di soddisfazione nei confronti della situazione del Paese (-0,1%), mentre la soddisfazione rispetto alla propria situazione personale rimane pressoché invariata.

VOLANO LE AUTO NUOVE. Nel capitolo **'veicoli'** dell'indagine di Findomestic si confermano in costante crescita le intenzioni di acquisto di auto nuove: la quota è aumentata dello 0,2% nell'ultimo mese (da 13,1% a 13,3%) e del 2,5% nel giro di un anno. In lieve flessione, invece, il dato mensile relativo all'acquisto di auto usate (-0,2%), che fa comunque registrare un incremento dell'1,3% su base annua.

Per motocicli e scooter a giugno decremento dello 0,5% rispetto a maggio.

LA CASA PIACE NUOVA. Sul fronte **'casa/arredamento'** , è stabile rispetto a maggio la quota (7,3%) degli intenzionati ad acquistare una nuova abitazione, mentre è in calo, sia a livello congiunturale che tendenziale, la percentuale di coloro che vorrebbero acquistare mobili (-1,5%) o ristrutturare casa (-0,9%).

E' IL MOMENTO DEI PC. Nel comparto **'tecnologia'**, cresce l'intenzione di acquisto di PC e accessori (+0,8% in un mese) per una spesa media prevista di 513 euro pro capite. Resta sostanzialmente stabile il segmento video e fotocamere, mentre telefoni e tablet/e-book calano rispettivamente dello 0,8% e dello 0,6%.

ELETTRODOMESTICI OK. Gli ultimi 12 mesi sono stati favorevoli per il comparto degli elettrodomestici. Nonostante la contrazione dell'ultimo mese (-1% per tv e hi-fi, -0.9% per piccoli elettrodomestici e -0,8% per grandi elettrodomestici), guardando all'ultimo anno per tutti i segmenti è in crescita l'intenzione di acquisto.

LA RIPRESA DEL FOTOVOLTAICO. Sul versante dell'efficienza energetica, l'Osservatorio Findomestic registra una ripresa del fotovoltaico: il 5,2% degli italiani (+0,4% rispetto a maggio) è intenzionato ad installare un impianto spendendo in media 5.455 euro. Variazioni minime per stufe a pellet, caldaie ad alta efficienza e solare. Diminuisce, invece, in misura significativa (-1,3% rispetto a maggio) il segmento degli infissi e serramenti.

TUTTI ALL'ARIA APERTA. Vero è che l'estate è la stagione del tempo libero, ma i dati positivi del settore assumono una rilevanza particolare se paragonati a 12 mesi fa: la volontà di acquisto cresce del 3,1% per viaggi e vacanze, del 2,3% per attrezzatture fai-da-te e del 4,8% per attrezzature e abbigliamento sportivi. E' il trionfo della voglia di libertà e di vita all'aria aperta.

LA SINTESI DEI TREND

		CONFRONTO MAG 2017	CONFRONTO GIU 2016
SENTIMENT	Peggiora lievemente la soddisfazione nei confronti della situazione del Paese, mentre la soddisfazione rispetto alla propria situazione personale rimane pressoché invariata.		
VEICOLI	Rispetto a maggio cresce la quota degli intenzionati ad acquistare un veicolo nuovo mentre si registra un lieve calo nelle intenzioni di acquisto di motocicli e di veicoli usati. Continua la crescita delle intenzioni di acquisto per il comparto «veicoli» a livello tendenziale, soprattutto per le auto nuove.		
CASA	In calo, sia a livello congiunturale che tendenziale, la quota di coloro che vorrebbero acquistare mobili o ristrutturare casa. Gli intenzionati ad acquistare casa rimangono stabili rispetto a maggio e registrano una lieve crescita rispetto ad un anno fa.		
INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA	Andamento altalenante per il comparto «informatica, telefonia e fotografia». A livello congiunturale cresce l'intenzione di acquisto per PC, mentre cala per telefonia, tablet e fotocamere/ videocamere. A livello tendenziale, segno positivo per telefonia e fotocamere, segno negativo per tablet e PC.		
ELETTRODOMESTICI	In calo rispetto al mese scorso le intenzioni di acquisto di elettronica di consumo, piccoli e grandi elettrodomestici; a livello tendenziale, invece, il comparto registra una crescita, soprattutto per quanto riguarda l'intenzione di acquisto di grandi elettrodomestici.		
EFFICIENZA ENERGETICA	A giugno si registra una contrazione del comparto «efficienza energetica», ad eccezione di impianti fotovoltaici che registrano una leggera crescita, sia rispetto al mese scorso che rispetto ad un anno fa. A livello congiunturale il calo è più marcato per gli intenzionati ad acquistare infissi e serramenti.		
TEMPO LIBERO	Prosegue il trend positivo, sia a livello congiunturale che tendenziale, del comparto «tempo libero»; a livello tendenziale la crescita è marcata per le attrezzature sportive. Fanno eccezione gli intenzionati ad acquistare attrezzature fai-da-te che registrano un lieve calo rispetto al mese scorso.		

SCENARIO ECONOMICO

SCENARIO ECONOMICO

PIL

2016	2017 gen-mar (A-1)
+0,7%	+1,2%

Il PIL italiano è cresciuto dello 0,7% nel 2016. Nel primo trimestre del 2017 il prodotto interno lordo è aumentato dell'1,2% nei confronti del primo trimestre del 2016.

TASSO DI DISOCCUPAZIONE

	2016 dic	2017 mar	2017 apr
Overall	12,0%	11,7%	11,1%
Giovanile (15-24 anni)	40,1%	34,1%	34,0%

La disoccupazione totale cala di 0,9 p.p. rispetto a dicembre 2016 e di 0,6 p.p. rispetto a marzo 2017. La disoccupazione giovanile cala di 0,1 p.p. a livello congiunturale e di 6,1 p.p. rispetto a dicembre 2016.

CONSUMO BENI DUREVOLI

2016	2017 gen-mar (A-1)
+6,4%	+5,7%

I consumi di beni durevoli sono cresciuti del 6,4% nel 2016 rispetto all'anno precedente. Nel 2017 si registra un'ulteriore crescita del 5,7% rispetto all'anno precedente.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO

2016	2017 mag (M-1)
-0,1%	-0,2%

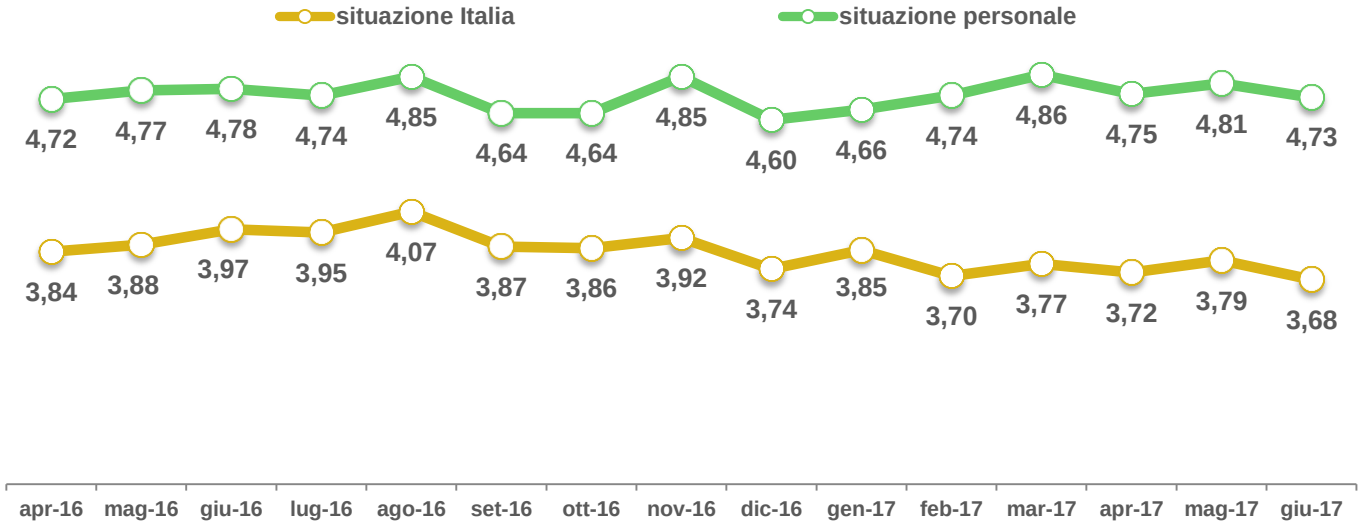
Nel 2016 il tasso di inflazione medio annuo è stato pari a -0,1%. Nel mese di maggio 2017 l'indice dei prezzi al consumo diminuisce dello 0,2% su base mensile.

Fonte: Istat / Prometeia

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 MAG 2017	CONFRONTO GIU 2016
situazione Italia	↓	—
	-0,1	0,0
situazione personale	↓	↓
	-0,1	-0,3

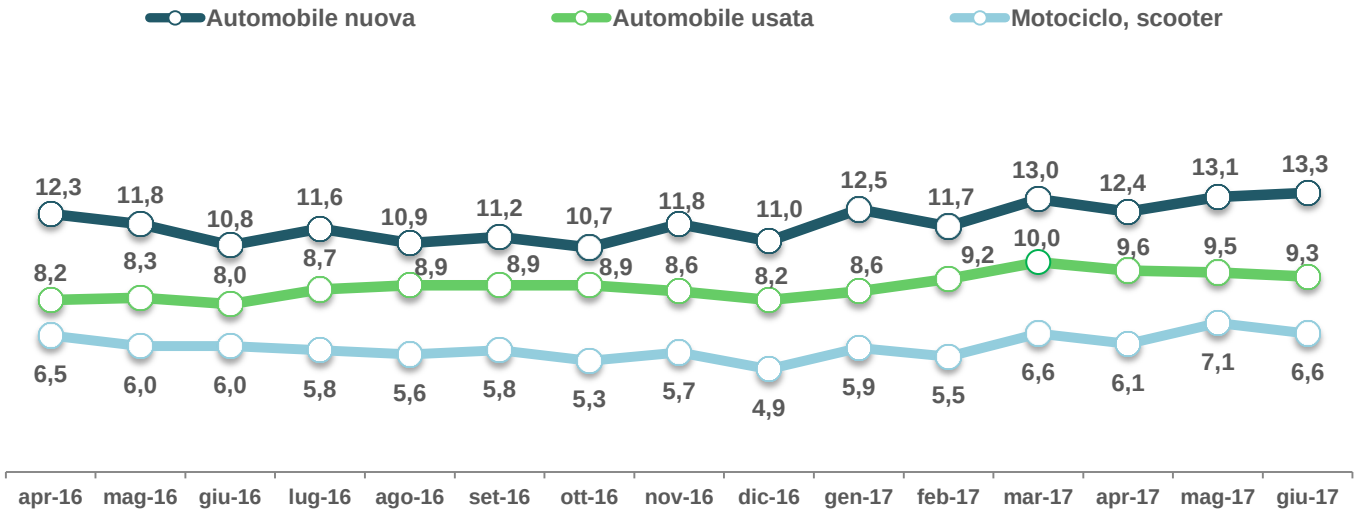
Base: totale campione (501). Dato su base wave di giugno

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 MAG 2017	CONFRONTO GIU 2016
Automobile nuova	+0,2 P.P.	+2,5 P.P.
Automobile usata	-0,2 P.P.	+1,3 P.P.
Motociclo, scooter	-0,5 P.P.	+0,6 P.P.

Quanto pensi di spendere per questo acquisto?

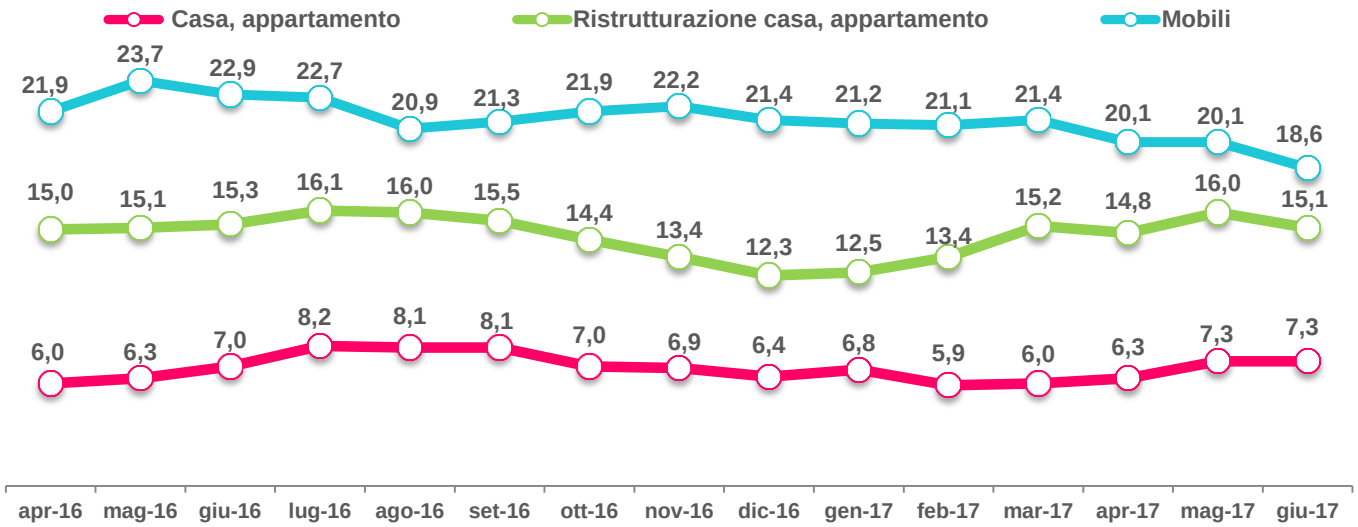
20.258€ 6.220€ 2.574€

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 MAG 2017	CONFRONTO GIU 2016
Mobili	-1,5 P.P.	-4,3 P.P.
Ristrutturazione casa, appartamento	-0,9 P.P.	-0,2 P.P.
Casa, appartamento	0,0 P.P.	+0,3 P.P.

Quanto pensi di spendere per questo acquisto (mobili)?

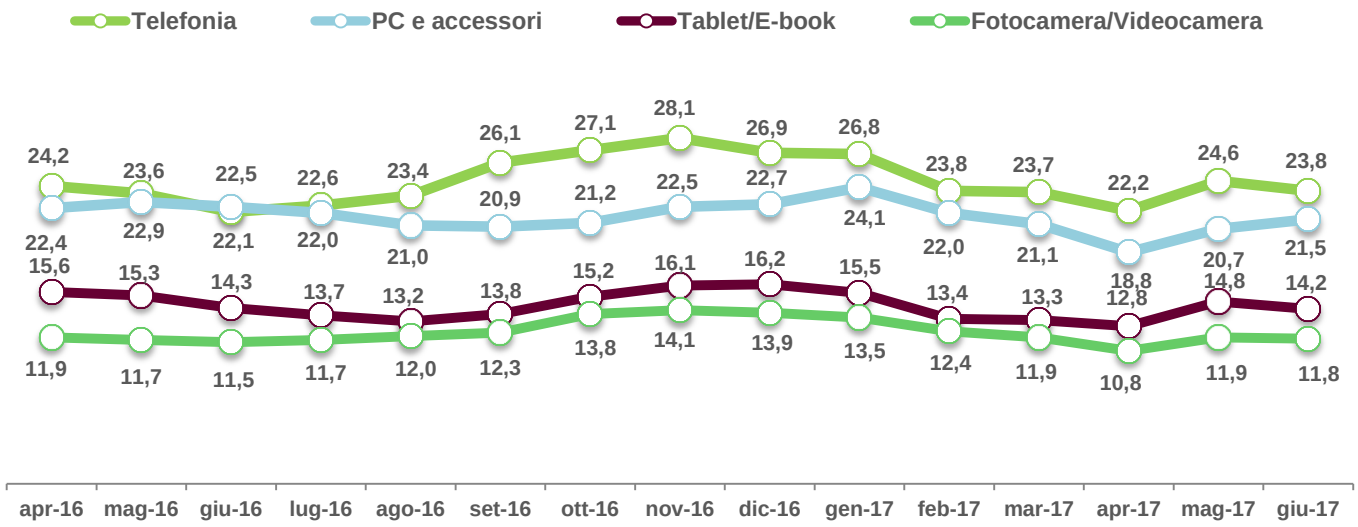
2.329€

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 MAG 2017	CONFRONTO GIU 2016
Telefonia	-0,8 P.P.	+1,7 P.P.
PC e accessori	+0,8 P.P.	-1,0 P.P.
Tablet/E-book	-0,6 P.P.	-0,1 P.P.
Fotocamera/Videocamera	-0,1 P.P.	+0,3 P.P.

Quanto pensi di spendere per questo acquisto?

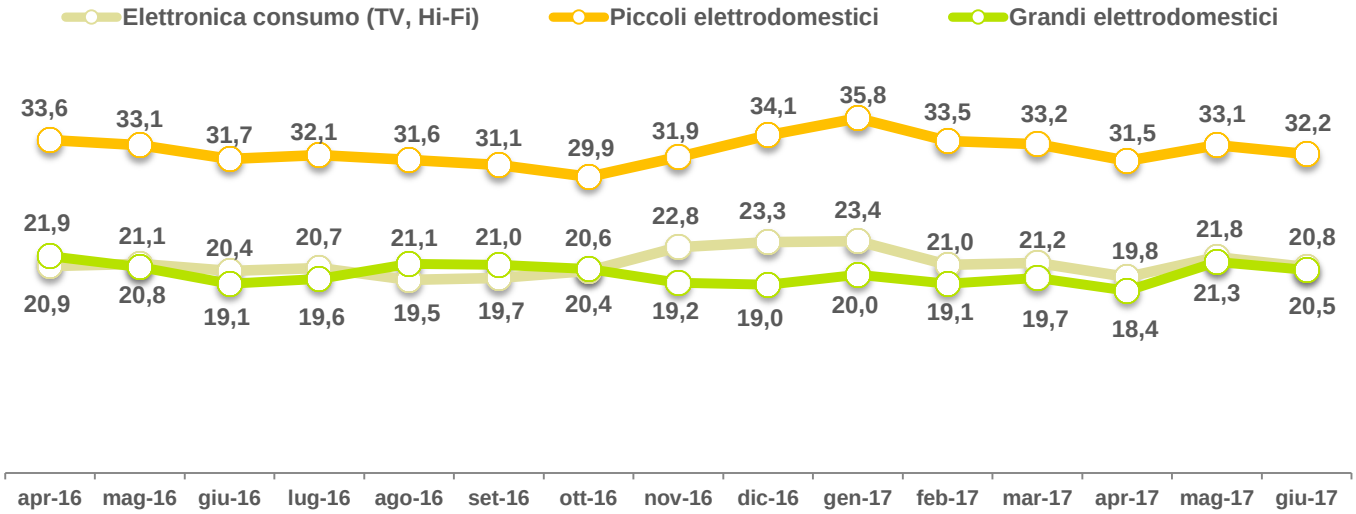
Telefonia	347€
PC e accessori	513€
Tablet/E-book	308€
Fotocamera/Videocamera	316€

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 MAG 2017	CONFRONTO GIU 2016
Piccoli elettrodomestici	-0,9 P.P.	+0,5 P.P.
Elettronica consumo (TV, Hi-Fi)	-1,0 P.P.	+0,4 P.P.
Grandi elettrodomestici	-0,8 P.P.	+1,4 P.P.

Quanto pensi di spendere per questo acquisto?

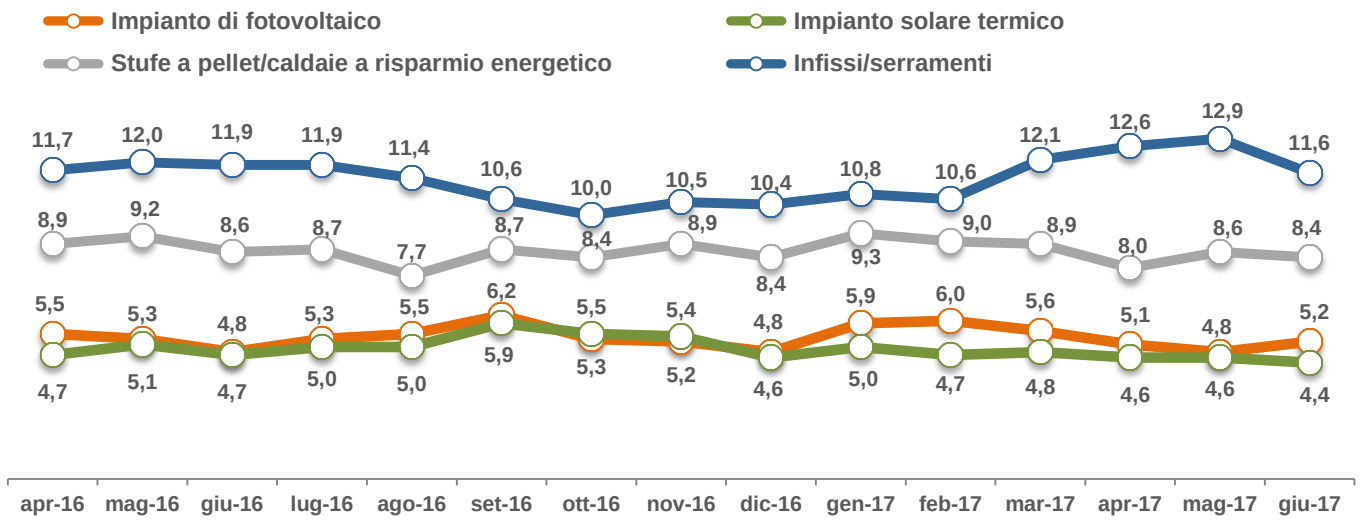
184€ 530€ 764€

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 MAG 2017	CONFRONTO GIU 2016
Infissi/serramenti	-1,3 P.P.	-0,3 P.P.
Stufe a pellet/caldaie a risparmio energetico	-0,2 P.P.	-0,2 P.P.
Impianto di fotovoltaico	+0,4 P.P.	+0,4 P.P.
Impianto solare termico	-0,2 P.P.	-0,3 P.P.

Quanto pensi di spendere per questo acquisto?

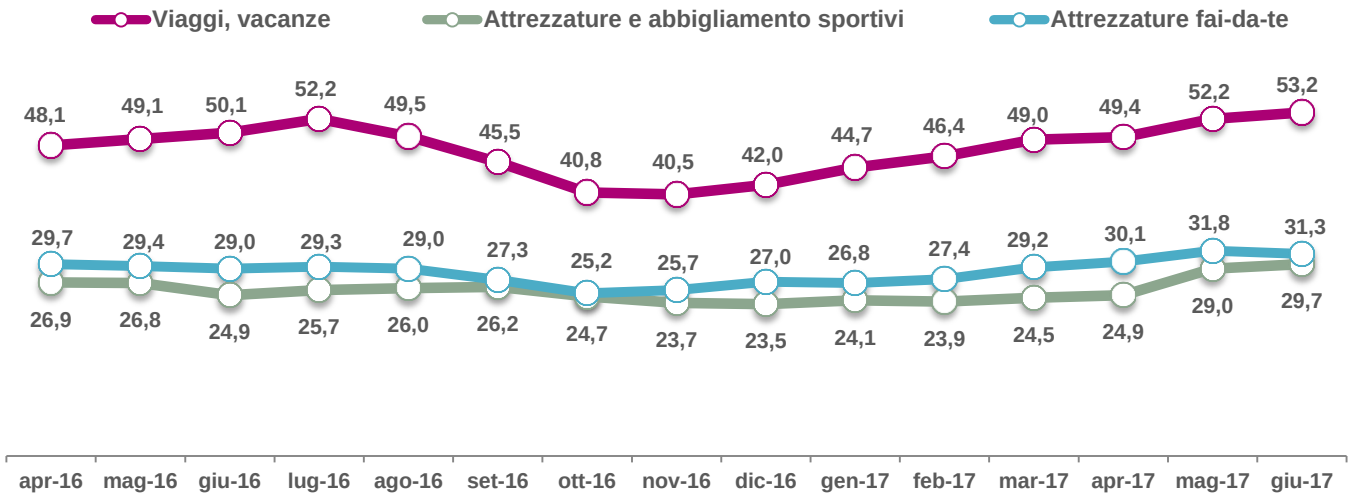
Infissi/serramenti	2.732€
Stufe a pellet/caldaie a risparmio energetico	1.390€
Impianto di fotovoltaico	5.455€
Impianto solare termico	4.472€

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 MAG 2017	CONFRONTO GIU 2016
	↑	↑
	+1,0 P.P.	+3,1 P.P.
	↓	↑
	-0,5 P.P.	+2,3 P.P.
	↑	↑
	+0,7 P.P.	+4,8 P.P.

Quanto pensi di spendere per questo acquisto?

1.357€ 234€ 232€

Base: % pensano di acquistare il bene

ARGOMENTO DEL MESE

GLI ITALIANI E LA PAURA DI ATTENTATI

MILANO, …

GLI ATTENTATI FANNO PAURA MA SOLO 1 ITALIANO SU 3 È DISPOSTO A CAMBIARE IL PROPRIO STILE DI VITA

Difficile restare indifferenti di fronte ai tragici attentati terroristici che negli ultimi mesi hanno colpito l'Europa. La reazione degli italiani al verificarsi di questi drammatici eventi è principalmente **rabbia** (27%), soprattutto tra gli uomini (30%) e tra gli intervistati più maturi (over 45: 31%). Ma ci si sente anche **impotenti** (19%) e **tristi** (16%): questi sentimenti sono provati soprattutto dai più **giovani** (tra i 18-34enni il senso di impotenza sale al 24% e la tristezza al 22%). Il **14%** del campione non si rassegna e **ha voglia di reagire** (lo pensano soprattutto i 45-64enni).
Nonostante la forte partecipazione emotiva a questi tragici eventi, **solo un italiano su tre** (33%) è disposto a **cambiare il suo stile di vita** per paura degli attentati terroristici; il **67%** invece intende **continuare a vivere come ha sempre fatto**, senza rinunciare alla libertà di viaggiare e divertirsi.

In particolare, il **57%** degli intervistati afferma che **questi tragici eventi non incideranno sulla loro scelta di viaggiare** (dato in risalita rispetto all'inizio del 2016: 54%). Ma 4 intervistati su 10 adotteranno comunque un atteggiamento più prudente, evitando di frequentare posti troppo affollati o luoghi simbolo che potrebbero essere presi di mira dai terroristi.
Gli italiani quindi sono colti da una certa ansia quando si trovano in luoghi affollati anche se questo non impedisce di vivere la propria vita.
Guardando alla composizione per età degli intervistati, emerge come i più condizionati dalla paura siano i giovani (18-34 anni): il 23% rinuncia alla vacanza o cambia meta o evita di prendere l'aereo contro il 12% dei 35-44enni e dei 45-64enni.

L'ITALIA È PERCEPITA COME LA META PIÙ SICURA

Negli ultimi anni gli attentati hanno colpito soprattutto l'Europa ma il **31%** degli intervistati ritiene che **nessun posto** possa considerarsi **al sicuro dagli attacchi terroristici** (era il 28% a inizio 2016). L'**Italia**, tuttavia, continua ad essere considerata **la meta più "sicura"**: lo pensa il **35%** del campione, soprattutto uomini (39% contro il 29% delle donne). Gli italiani che considerano il proprio paese come il più sicuro sono aumentati di 8 punti percentuali in poco più di un anno.
Altri Paesi considerati meno a rischio attentati sono l'Australia (8%), il Canada (4%) e il Giappone (4%).
A seguito del diffondersi di attentati terroristici, in particolare dopo l'11 settembre, in alcuni Paesi le compagnie assicurative hanno iniziato a proporre **polizze viaggio in grado di coprire anche la tragica eventualità del terrorismo**. Abbiamo chiesto agli intervistati il loro interesse verso questo tipo di prodotto: al momento la sottoscriverebbe solo il **39%** del campione (di cui l'8% "certamente").
L'**estate** non è solo la stagione dei viaggi e delle vacanze ma è anche il periodo dell'anno in cui si organizzano **concerti, eventi culturali e sportivi** in tutto il Paese.

GLI ITALIANI E LA PAURA DI ATTENTATI

MILANO, …

Purtroppo uno degli ultimi attentati che si è verificato qualche settimana fa ha colpito proprio il pubblico di giovanissimi che a **Manchester** assisteva al concerto di Ariana Grande.
Abbiamo chiesto agli italiani se, alla luce di quello che è accaduto a Manchester, **andrebbero a un concerto** in uno stadio/palazzetto **se avessero il biglietto**.
A dimostrazione del fatto che non si intende rinunciare al proprio stile di vita, più di 7 intervistati su 10 (**73%**) **non rinuncerebbero al concerto**, soprattutto gli over 45 anni (78%).

STADI E PIAZZE, STAZIONI E AEROPORTI: I LUOGHI IN CUI CI SENTIAMO MENO SICURI

Basta pensare ai luoghi che sono stati teatro degli attentati terroristici in Europa negli ultimi mesi per farci sentire meno sicuri nella vita di tutti i giorni. Andare a un concerto (come al Bataclan, Parigi, novembre 2015 o a Manchester, giugno 2017), cenare in un ristorante (sempre Parigi, novembre 2015), passeggiare sul lungomare (Nizza, luglio 2016), viaggiare su un treno (Wurzburg, Germania, luglio 2016), fare compere in un centro commerciale (Monaco, Germania, luglio 2016), i mercati di Natale (Berlino, 2016) oppure semplicemente passeggiare su un ponte (Londra, marzo e giugno 2017): sono esperienze che fanno parte della nostra quotidianità e che inevitabilmente associamo a fatti drammatici.
Abbiamo quindi chiesto agli intervistati di indicare **quanto si sentono sicuri** in una serie di l**uoghi/circostanze** in cui può capitare di trovarsi nel normale svolgersi delle proprie vite. I luoghi percepiti come **meno sicuri** sono **gli stadi e le piazze** da cui si assiste a **concerti** o **eventi sportivi** (sono considerati sicuri rispettivamente dal **45%** e dal **52%** degli intervistati). Anche le **stazioni** e i **treni** così come gli **aeroporti** e gli **aerei** sono considerati sicuri solo da 1 italiano su 2 (rispettivamente **53%** e **52%**). 3 italiani su 4 invece si sentono al riparo da eventuali attentati quando si trovano in **banca/ufficio postale**, nei **supermercati**, ipermercati e centri commerciali e in **spiaggia** o nei **parchi**. Altri luoghi che gli italiani considerano più sicuri sono **alberghi/villaggi** **turistici** (74%), **mercati rionali** (71%) e **cinema/teatri/musei/chiese** (70%).

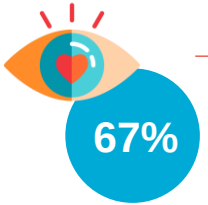
CONVIVERE CON LA PAURA: IL 93% DEGLI ITALIANI CREDE CHE LA MINACCIA DI ATTENTATI DURERÀ ANCORA A LUNGO

La paura degli attentati, che ormai da mesi insanguinano l'Europa, è un sentimento con cui gli italiani credono di dover convivere ancora a lungo: solo il **7%** del campione pensa che la **minaccia di attacchi terroristici** sia destinata a **esaurirsi nel breve periodo**.

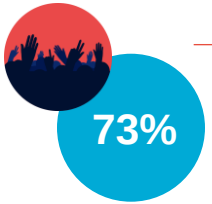
GLI ITALIANI E LA PAURA DI ATTENTATI

Cosa provano gli Italiani pensando al recente attentato di Londra

27%	19%	16%	14%
rabbia	impotenza	tristezza	voglia di reagire



Gli Italiani che **non intendono cambiare il proprio stile di vita** per paura di attentati terroristici



Gli Italiani che **andrebbero ad un concerto** in un'arena/stadio in mezzo a migliaia di persone (se avessero il biglietto)

VIAGGIARE AI TEMPI DEL TERRORISMO

57% La minaccia di attentati terroristici **non inciderà sulla scelta di viaggiare**

Le mete «più sicure» rispetto al pericolo attentati

35% Italia

31% nessuno

39% Gli Italiani che sottoscriverebbero **un'assicurazione viaggio** che **copra** i danni provocati dal **terrorismo**

QUANTO SI SENTONO SICURI GLI ITALIANI?

% di Italiani che dichiarano di sentirsi molto o abbastanza sicuri nei seguenti luoghi/situazioni

- **45%** concerti in stadi, piazze
- **52%** eventi sportivi in stadi, palazzetti dello sport
- **52%** stazioni ferroviarie, treni
- **53%** aeroporti, aerei
- **58%** autobus, tram, metropolitana

- **66%** parchi divertimento
- **68%** città d'arte
- **70%** cinema, teatri, musei, chiese
- **71%** mercati rionali
- **74%** alberghi, villaggi turistici

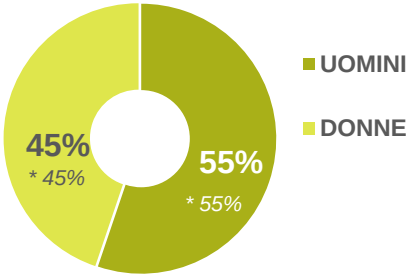
- **75%** banche, uffici postali
- **75%** supermercati, ipermercati, centri commerciali
- **75%** spiagge, parchi

93% Gli Italiani che credono che la minaccia di attentati terroristici durerà ancora molto tempo

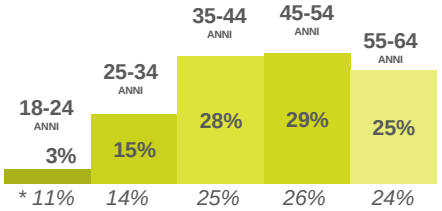
CAMPIONE

CAMPIONE

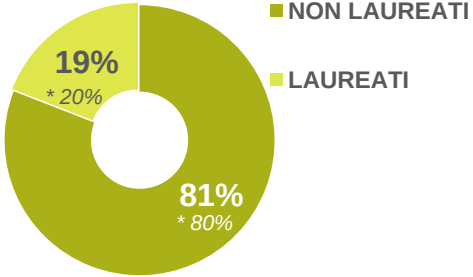
SESSO



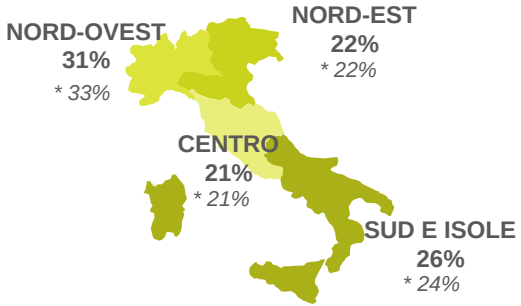
ETÀ



TITOLO DI STUDIO



AREA GEOGRAFICA



Base: totale campione ponderato (501). Dato su base wave di giugno ** Dato non ponderato*