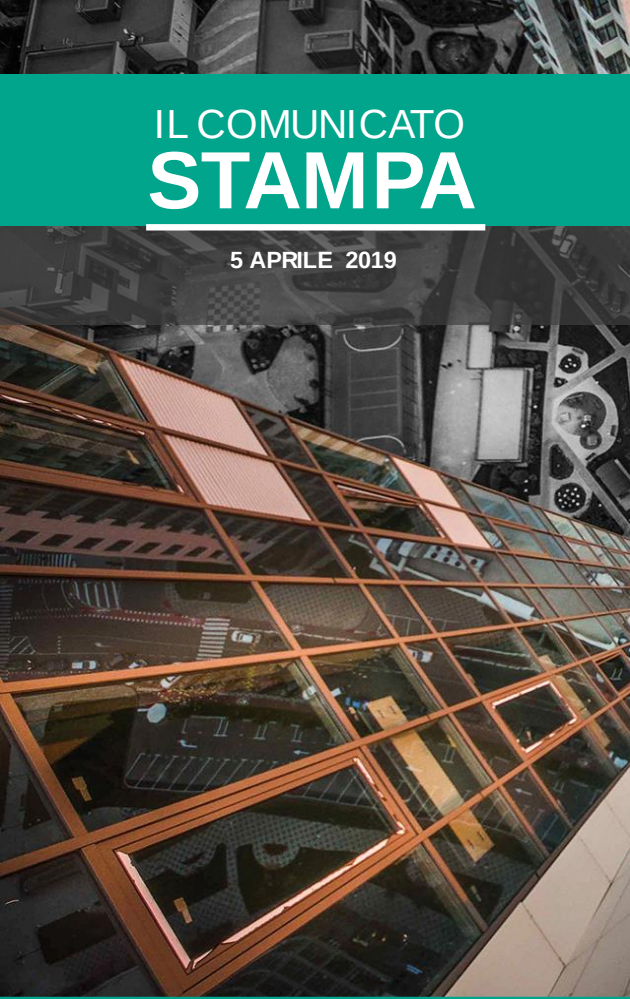


L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC

IL CLIMA DI FIDUCIA E LE INTENZIONI
DI ACQUISTO DEGLI ITALIANI



IL COMUNICATO STAMPA

5 APRILE 2019

PONTI DI PRIMAVERA, IN VIAGGIO OLTRE 1 ITALIANO SU 3

Osservatorio mensile Findomestic: Matera è la meta prediletta, si spenderanno in media 419 euro pro capite e la maggior parte trascorrerà tre notti fuori casa.

Oltre un italiano su tre si concederà un viaggio in occasione dei prossimi 'ponti di primavera'. Come rileva l'Osservatorio mensile Findomestic, realizzato in collaborazione con Doxa, il 18,4% partirà per Pasqua, il 14,9% si muoverà per il 25 aprile e il 9,2% approfitterà del ponte del 1° maggio; rimane indeciso il 36,9%, mentre sicuramente resterà a casa il 28,7%, per ragioni di lavoro (circa quattro su dieci) o per motivi economici (uno su tre). Tra quelli che partiranno, il 53% risiede nel Nord Italia.

MATERA META TOP. Quasi tutti (78,6%) si sposteranno all'interno del territorio italiano e solo il 3,4% si dirigerà in un Paese extra-UE. La più gettonata risulta essere Matera, capitale europea della cultura, è scelta dal 20% di coloro che rimarranno in Italia. Per il resto

gli italiani preferiscono le località di mare, scelte dal 26%; uno su quattro dichiara poi di voler esplorare una città d'arte, mentre decisamente inferiore è la quota di coloro che faranno visita a parenti e amici (13,3%) o villeggeranno in montagna (10,6%).

SPESA MEDIA PRO CAPITE 419 EURO. La maggior parte di chi si metterà in viaggio prevede di trascorrere fuori casa tre notti (38,2%). Se oltre un quarto (26,2%) limiterà la vacanza a due notti, una quota analoga (23%) si regalerà fino a una settimana di villeggiatura. E c'è anche un 8,2% che si prenderà fino a due settimane di ferie. I ponti di primavera sono un'opportunità per viaggiare soprattutto per famiglie (42,9%) e per coppie (36,6%). La spesa media pro capite prevista, secondo l'Osservatorio, è di 419

euro, con picchi oltre i 1.000 euro per l'8,5% del campione. Il 26,6%, tuttavia, non spenderà più di 200 euro a persona.

MISSIONE RISPARMIO. Findomestic ha inoltre chiesto agli italiani quali sono i fattori di risparmio che determinano la scelta della vacanza. Il 33,8% ha risposto di essere attratto soprattutto dagli sconti per la prenotazione anticipata, mentre, all'opposto, il 29,1% ha dichiarato di preferire le offerte last minute. Il 14,6% apprezza soprattutto le riduzioni per i bambini (sia viaggio che soggiorno), il 18,6% gradisce in particolar modo la possibilità di utilizzare coupon-sconto e il 18,1% considera molto vantaggiosi i servizi extra inclusi nel prezzo (escursioni, spa, solarium etc).

LA SINTESI DEI TREND

MILANO
5 APRILE 2019

SENTIMENT

In lieve crescita rispetto allo scorso mese di febbraio le aspettative degli italiani sia riguardo alla propria situazione economica che a quella del Paese. A livello tendenziale il sentiment si mantiene in crescita per entrambi gli aspetti.



TEMPO LIBERO

Rispetto a febbraio, si registra una forte crescita nelle intenzioni di acquisto di viaggi e vacanze. A livello tendenziale il calo nelle intenzioni d'acquisto per le attrezzature sportive è compensato dalle altre voci di spesa.



ELETTRODOMESTICI

Negativo a marzo l'andamento del comparto sia a livello congiunturale che tendenziale, con un consistente calo delle intenzioni d'acquisto di «piccoli elettrodomestici».



INFORMATICA, TELEFONIA, FOTOGRAFIA

Il comparto registra doppio segno negativo. A marzo segno positivo solo per le intenzioni d'acquisto della telefonia. Anche a livello tendenziale solo la telefonia registra una crescita.



VEICOLI

Rispetto a febbraio, il calo nelle intenzioni d'acquisto di auto usate è compensato dalla crescita delle altre voci di spesa. A livello tendenziale il comparto è in crescita, trainato dalle intenzioni d'acquisto di auto nuove.



CASA

Positivo l'andamento del comparto casa sia a livello congiunturale che a livello tendenziale. Unica nota negativa per i mobili, che registrano un lieve calo rispetto a marzo 2018.



EFFICIENZA ENERGETICA

Positivo il comparto efficienza energetica a marzo. Crescono le intenzioni di acquisto rispetto al mese precedente, stabile il solare termico, in calo l'acquisto di caldaie. Sull'anno il comparto è in crescita, trainato dalla voce impianto di fotovoltaico.



IL SENTIMENT

IL CLIMA DI FIDUCIA
DEGLI ITALIANI



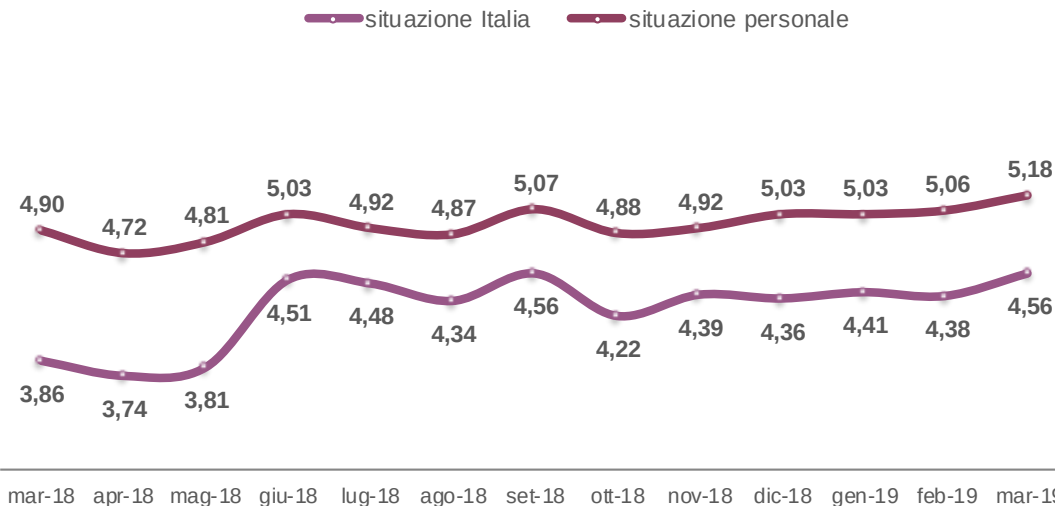
IL SENTIMENT

IL CLIMA DI FIDUCIA
DEGLI ITALIANI



Base: totale campione (750). Dato su base wave di marzo

IN CHE MISURA LEI È SODDISFATTO/A DELLA SITUAZIONE ITALIANA NEL SUO COMPLESSO (ECONOMICA, POLITICA E SOCIALE)? E DELLA SUA CONDIZIONE ECONOMICA?
VOTO MEDIO: SCALA DA 1 A 10



CONFRONTO	situazione Italia	CONFRONTO	situazione personale
febbraio 2019	↑ +0,2 P.P.	febbraio 2019	↑ +0,1 P.P.
marzo 2018	↑ +0,7 P.P.	marzo 2018	↑ +0,3 P.P.



LE INTENZIONI DI D'ACQUISTO

E LA SPESA PREVISTA
PER L'ACQUISTO DI DUREVOLI

VEICOLI

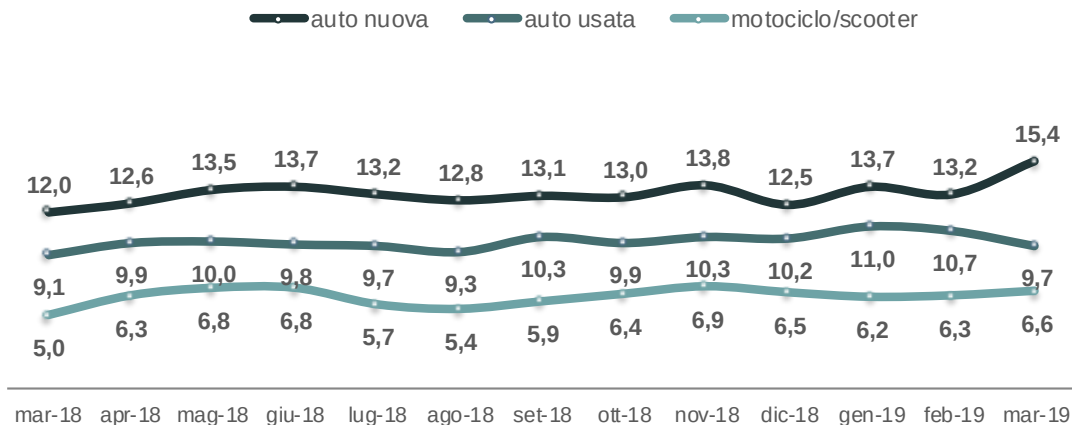
LE INTENZIONI DI ACQUISTO
DEGLI ITALIANI



Base: totale campione. Dato rolling. % pensano di acquistare il bene

PENSI DI ACQUISTARE UN'AUTOMOBILE NUOVA/UN'AUTOMOBILE USATA/UN MOTOCICLO NEI PROSSIMI 3 MESI?

% SICURAMENTE SÌ / PROBABILMENTE SÌ



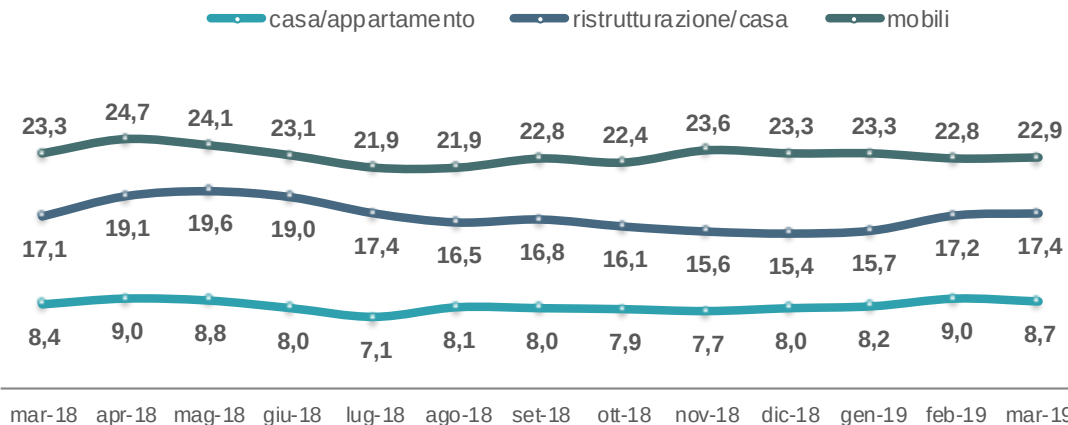
CONFRONTO	auto nuova		auto usata		motociclo/scooter	
febbraio 2019	↑	+2,2 P.P.	↓	-1,0 P.P.	↑	+0,3 P.P.
marzo 2018	↑	+3,4 P.P.	↑	+0,6 P.P.	↑	+1,6 P.P.
> QUANTO PENSI DI SPENDERE?	18.704€		6.829€		3.255€	

CASA

LE INTENZIONI DI ACQUISTO
DEGLI ITALIANI

Base: totale campione. Dato rolling. % pensano di acquistare il bene

PENSI DI ACQUISTARE UNA CASA/APPARTAMENTO O DI RISTRUTTURARE CASA/APPARTAMENTO O DI ACQUISTARE MOBILI NEI PROSSIMI 3 MESI? % SICURAMENTE SÌ / PROBABILMENTE SÌ



CONFRONTO	casa appartamenti		ristrutturare		mobili	
febbraio 2019	↓	-0,3 P.P.	↑	+0,2 P.P.	↑	+0,1 P.P.
marzo 2018	↑	+0,3 P.P.	↑	+0,3 P.P.	↓	-0,4 P.P.
> QUANTO PENSI DI SPENDERE PER QUESTO ACQUISTO? (mobili)						2.470€

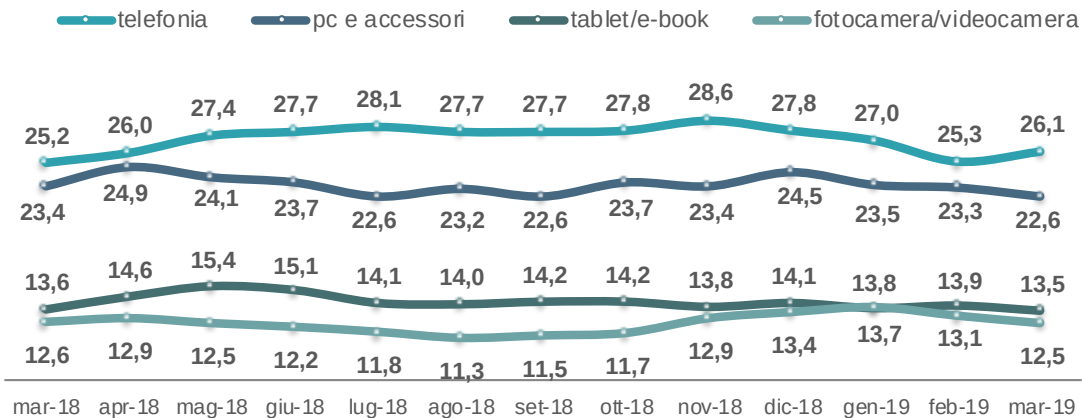
INFORMATICA TELEFONIA FOTOGRAFIA

LE INTENZIONI DI ACQUISTO
DEGLI ITALIANI



Base: totale campione. Dato rolling. % pensano di acquistare il bene

**PENSI DI ACQUISTARE UN TELEFONO CELLULARE/SMARTPHONE O PC
PORTATILE/ FISSO/STAMPANTI, TABLET/E-BOOK O UNA
FOTOCAMERA/VIDEOCAMERA NEI PROSSIMI TRE MESI?
% SICURAMENTE SÌ / PROBABILMENTE SÌ**



CONFRONTO	telefonia	PC e accessori	tablet/e-book	fotocamera/videocamera
febbraio 2019	↑ +0,8 P.P.	↓ -0,7 P.P.	↓ -0,4 P.P.	↓ -0,6 P.P.
marzo 2018	↑ +0,9 P.P.	↓ -0,8 P.P.	↓ -0,1 P.P.	↓ -0,1 P.P.
> QUANTO PENSI DI SPENDERE?	391€	556€	300€	320€

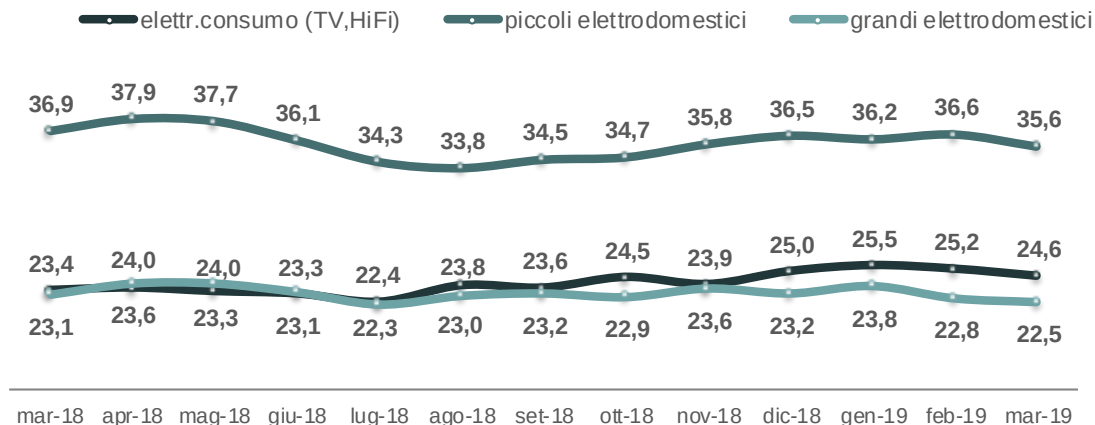
ELETTRODOMESTICI

LE INTENZIONI DI ACQUISTO
DEGLI ITALIANI



Base: totale campione. Dato rolling. % pensano di acquistare il bene

PENSI DI ACQUISTARE ELETTRONICA DI CONSUMO(TV,HI-FI), ELETTRODOMESTICI BIANCHI O PICCOLI ELETTRODOMESTICI NEI PROSSIMI 3 MESI?
% SICURAMENTE SÌ / PROBABILMENTE SÌ



CONFRONTO	eletr.consumo (TV,HiFi)		piccoli elettrodomestici		grandi elettrodomestici	
febbraio 2019	↓	-0,6 P.P.	↓	-1,0 P.P.	↓	-0,3 P.P.
marzo 2018	↑	+1,2 P.P.	↓	-1,3 P.P.	↓	-0,6 P.P.
> QUANTO PENSI DI SPENDERE?	607€		215€		988€	

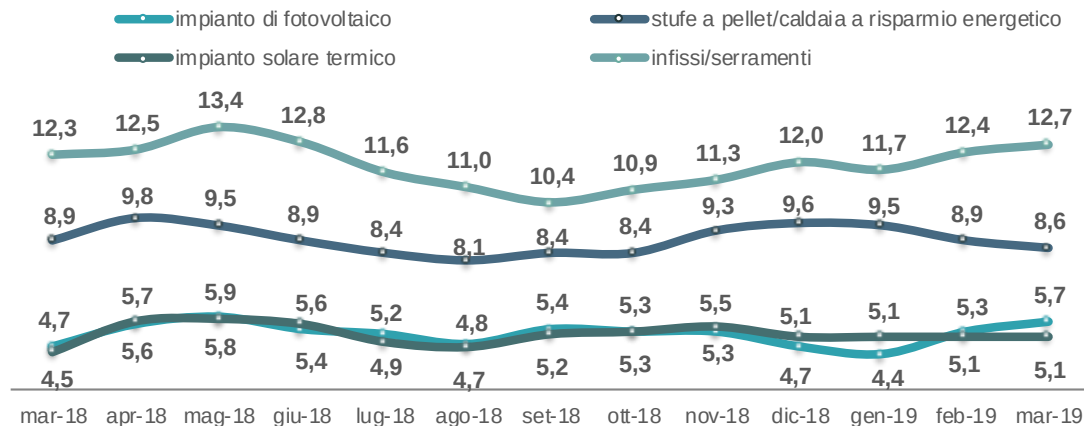
EFFICIENZA ENERGETICA

LE INTENZIONI DI ACQUISTO
DEGLI ITALIANI



Base: totale campione. Dato rolling. % pensano di acquistare il bene

PENSI DI ACQUISTARE UN IMPIANTO FOTOVOLTAICO, UN IMPIANTO SOLARE TERMICO, STUFE A PELLETTI O INFISSI/SERRAMENTI NEI PROSSIMI 3 MESI?
% SICURAMENTE SÌ / PROBABILMENTE SÌ



CONFRONTO	impianto fotovoltaico		stufe/caldaie		imp. solare termico		infissi serramenti	
febbraio 2019	↑	+0,4 P.P.	↓	-0,3 P.P.	—	0,0 P.P.	↑	+0,3 P.P.
marzo 2018	↑	+1,0 P.P.	↓	-0,3 P.P.	↑	+0,6 P.P.	↑	+0,4 P.P.
> QUANTO PENSI DI SPENDERE?	5.791€		1.601€		3.439€		2.832€	

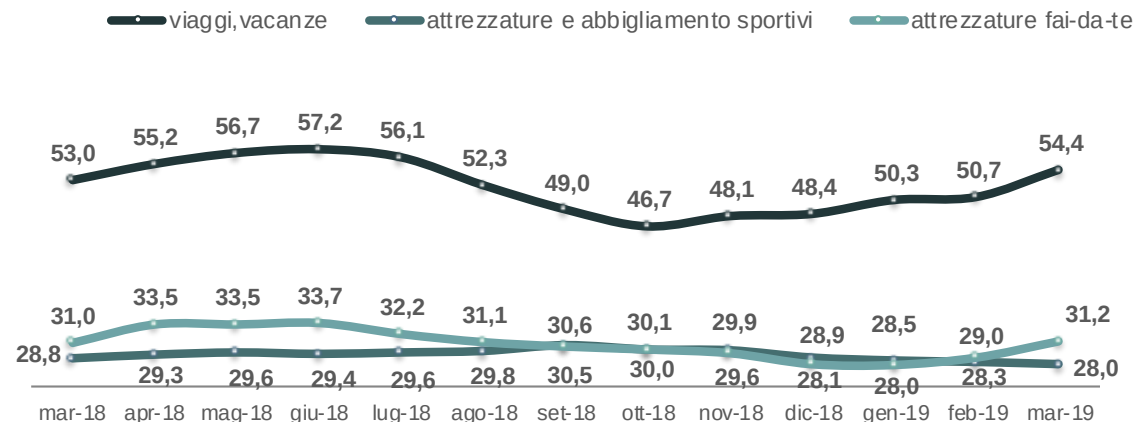
TEMPO LIBERO

LE INTENZIONI DI ACQUISTO
DEGLI ITALIANI

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. % pensano di acquistare il bene



CONFRONTO	viaggi, vacanze		attrezzature e abbigl. sportivi		attrezzature fai-da-te	
febbraio 2019	↑	+3,7 P.P.	↓	-0,3 P.P.	↑	+2,2 P.P.
marzo 2018	↑	+1,4 P.P.	↓	-0,8 P.P.	↑	+0,2 P.P.
> QUANTO PENSI DI SPENDERE?	1.558€		311€		270€	

L'ARGOMENTO DEL MESE

VIAGGI E PONTI DI PRIMAVERA



L'ARGOMENTO DEL MESE

VIAGGI E PONTI DI PRIMAVERA



34%

HA INTENZIONE DI APPROFITTARE DEI PONTI DI PRIMAVERA PER EFFETTUARE UN VIAGGIO/VACANZA

Base: totale campione (750 casi)

69%

STARÀ VIA FINO A TRE NOTTI

Base: ha intenzione di effettuare un viaggio (258 casi)

43%

PARTIRÀ CON
PARTNER E FIGLI

37%

PARTIRÀ IN COPPIA

5%

PARTIRÀ DA
SOLO

Base: ha intenzione di effettuare un viaggio (258 casi)

26%

ANDRÀ AL MARE

25%

ANDRÀ IN UNA CITTÀ
D'ARTE/CAPITALE

13%

ANDRÀ A TROVARE
AMICI/PARENTI



37%

PREVEDE UNA SPESA MEDIA PERSONALE TRA I 200 E I 500€

Base: ha intenzione di effettuare un viaggio (258 casi)



79%

HA SCELTO L'ITALIA COME META DEL PROPRIO SOGGIORNO

Base: ha intenzione di effettuare un viaggio (258 casi)

IN PARTICOLARE:

Base: trascorrerà il suo
soggiorno in Italia (203 casi)

20%

APPROFITTERÀ DELLE VACANZE PER VISITARE **MATERA**
CAPITALE EUROPEA DELLA CULTURA 2019

L'ARGOMENTO DEL MESE

VIAGGI E PONTI DI PRIMAVERA



Base: non hanno intenzione di effettuare un viaggio (215 casi)

PER COLORO CHE **NON HANNO INTENZIONE** DI PARTIRE,
LE MOTIVAZIONI PRINCIPALI SONO LEGATE A:



34% LE PROPRIE CONDIZIONI ECONOMICHE

27% LA PREFERENZA PER VACANZE IN ALTRI PERIODI DELL'ANNO

26% GLI IMPEGNI DI LAVORO

Base: totale campione (750 casi)



I **FATTORI RITENUTI PIÙ VANTAGGIOSI** QUANDO CI SI APPRESTA A
PRENOTARE UNA VACANZA SONO

34%

SCONTO
PRENOTAZIONE
ANTICIPATA

29%

SCONTO
PRENOTAZIONE
LAST-MINUTE

19%

UTILIZZO DI COUPON
SCONTO

18%

SERVIZI EXTRA
INCLUSI NEL
PREZZO

63% GLI INTERVISTATI CHE NON ACQUISTEREBBERO UNA VACANZA A RATE

27% NON CI AVEVANO MAI PENSATO

5% LO HANNO FATTO IN PASSATO

3% HANNO INTENZIONE DI ACQUISTARNE UNA IN FUTURO

IL CAMPIONE

IL PROFILO
DEGLI INTERVISTATI

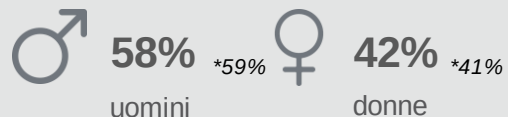


IL CAMPIONE

IL PROFILO
DEGLI INTERVISTATI

Base: totale campione ponderato (750). Dato su base wave di marzo *Dato non ponderato.

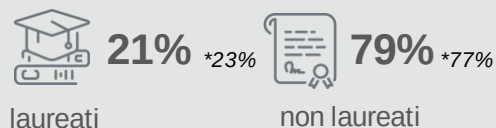
SESSO



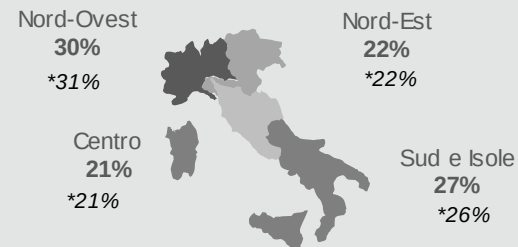
ETÀ



TITOLO DI STUDIO



AREA GEOGRAFICA



L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC



www.osservatoriofindomestic.it



twitter.com/.oss_findomestic

CLAUDIO BARDAZZI

RESPONSABILE OSSERVATORIO FINDOMESTIC

c.bardazzi@findomestic.com