

L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC

L'ARGOMENTO
DEL MESE

F O C U S



INDAGINE
FEBBRAIO
2022

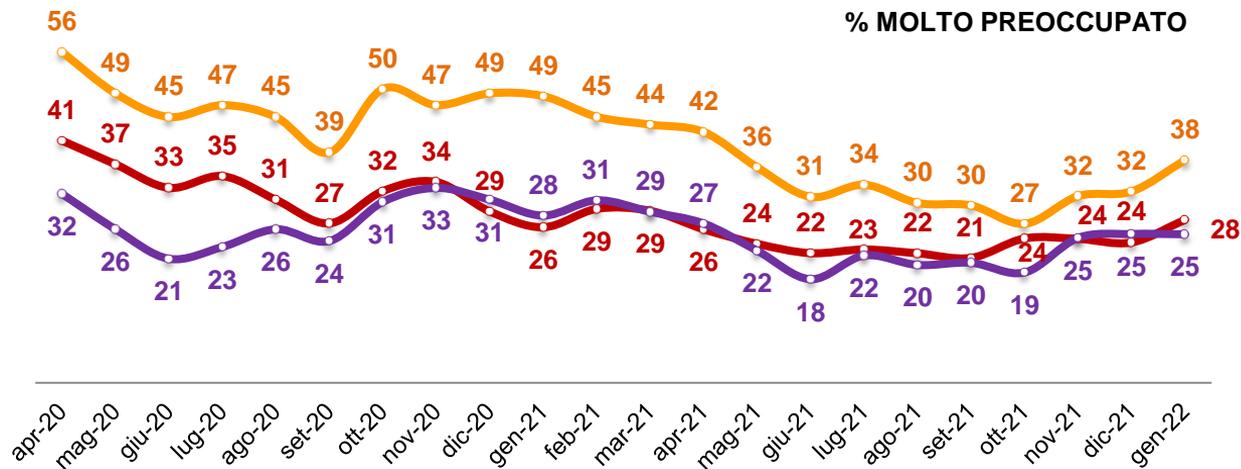
SENTIMENT

LA PREOCCUPAZIONE

QUANTO TI DIRESTI PREOCCUPATO PER...



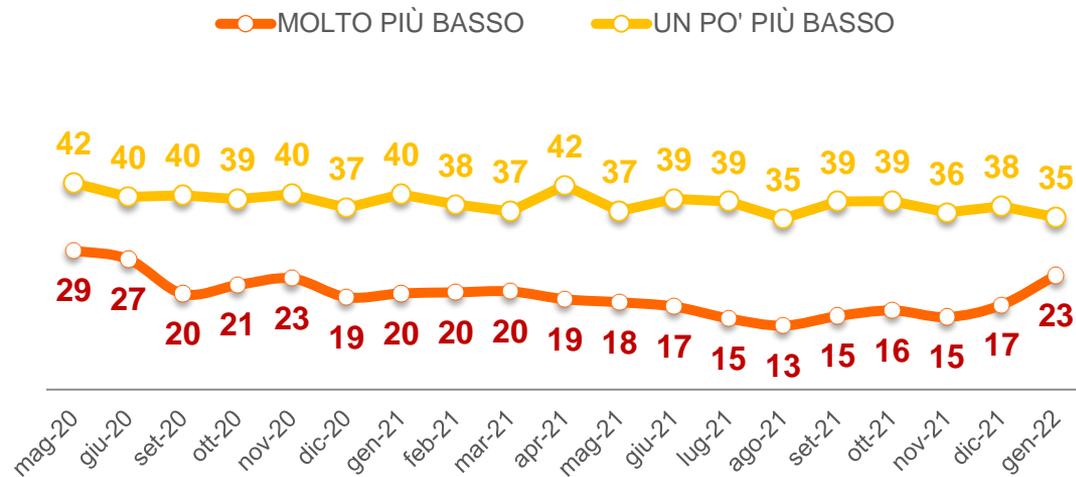
- CONSEGUENZE SULL'ECONOMIA DEL PAESE
- CONSEGUENZE SULL'ECONOMIA ED I REDDITI DELLA SUA FAMIGLIA
- IMPATTO SULLA SUA SALUTE E QUELLA DEI SUOI FAMILIARI



BASE CASI: GEN 2022 1000, valori %

IL REDDITO

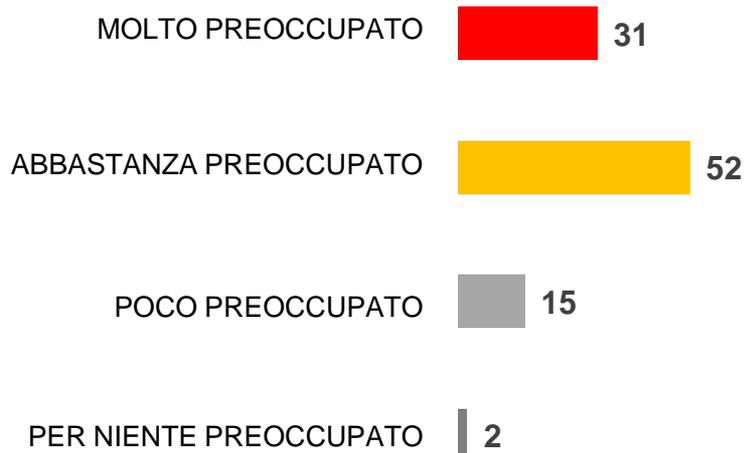
**RISPETTO AL PRE COVID,
IL TUO REDDITO FAMILIARE ATTUALE DIRESTI CHE È...**



BASE CASI: GEN 2022 1000, valori %

IL RITORNO ALLE VECCHIE ABITUDINI

QUANTO TI DIRESTI PREOCCUPATO DI DOVER ASPETTARE ANCORA MOLTO PER RITROVARE LE ABITUDINI E LO STILE DI VITA CHE AVEVI PRIMA DELLA PANDEMIA?

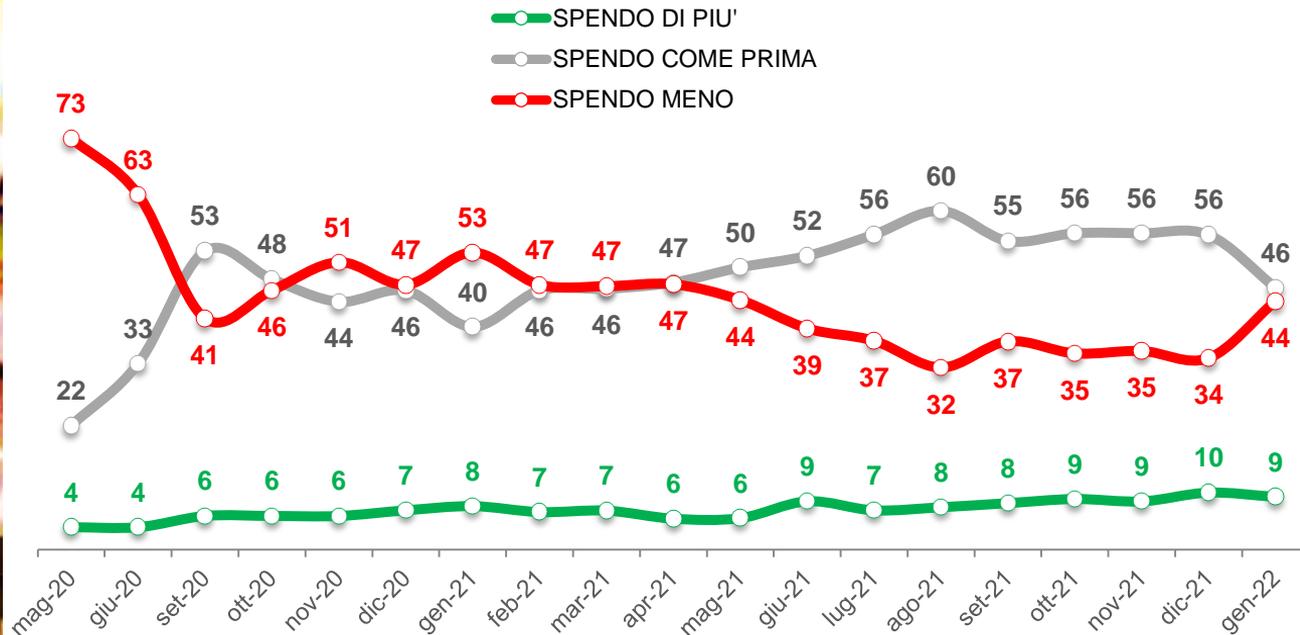


BASE CASI: GEN 2022 1000, valori %

I COMPORTAMENTI DI CONSUMO

I CONSUMI OGGI VS PRIMA DELLA CRISI

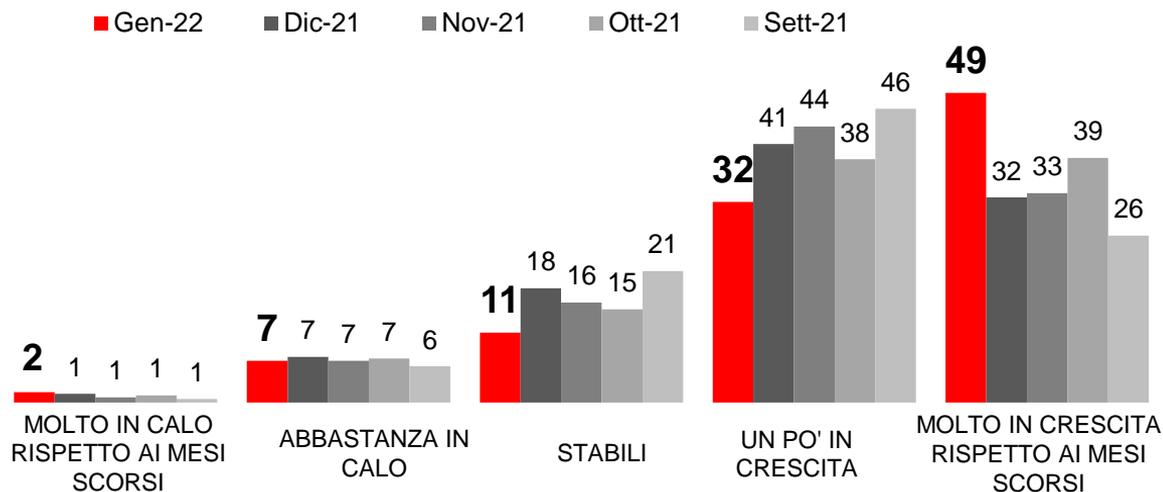
RISPETTO A PRIMA DELLA CRISI COVID COME TI STAI COMPORTANDO CON GLI ACQUISTI?



BASE CASI: GEN 2022 1000, valori %

LA PERCEZIONE DEI PREZZI

NELLA TUA PERCEZIONE, TI SEMBRA CHE I PREZZI IN QUESTO PERIODO SIANO...



BASE CASI: GEN 2022 1000, valori %

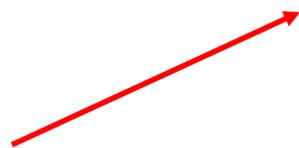
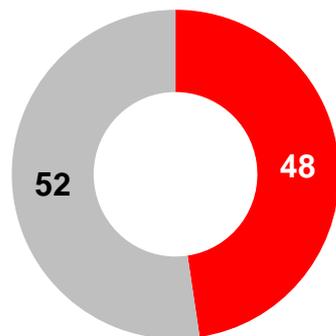
CONSEGUENZE SULLE ABITUDINI DI ACQUISTO

IN QUESTO PERIODO COME VI STATE
COMPORTANDO CON GLI ACQUISTI?

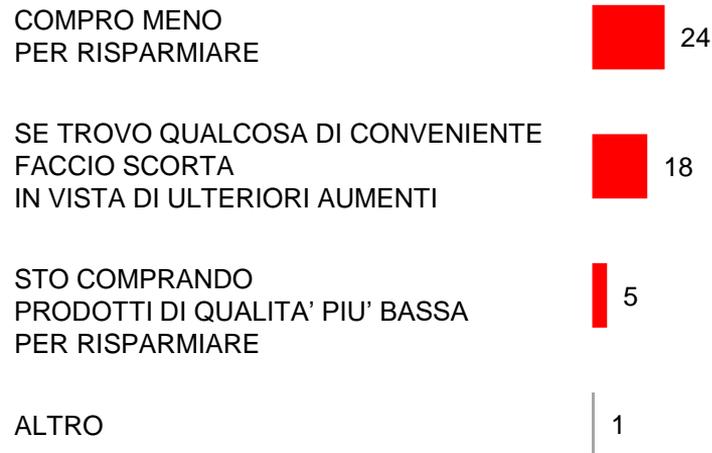
91%= 100%

**CHI PENSA
CHE I PREZZI SIANO
AUMENTATI/STABILI**

- HO CAMBIATO LE MIE ABITUDINI
- NON HO CAMBIATO LE MIE ABITUDINE



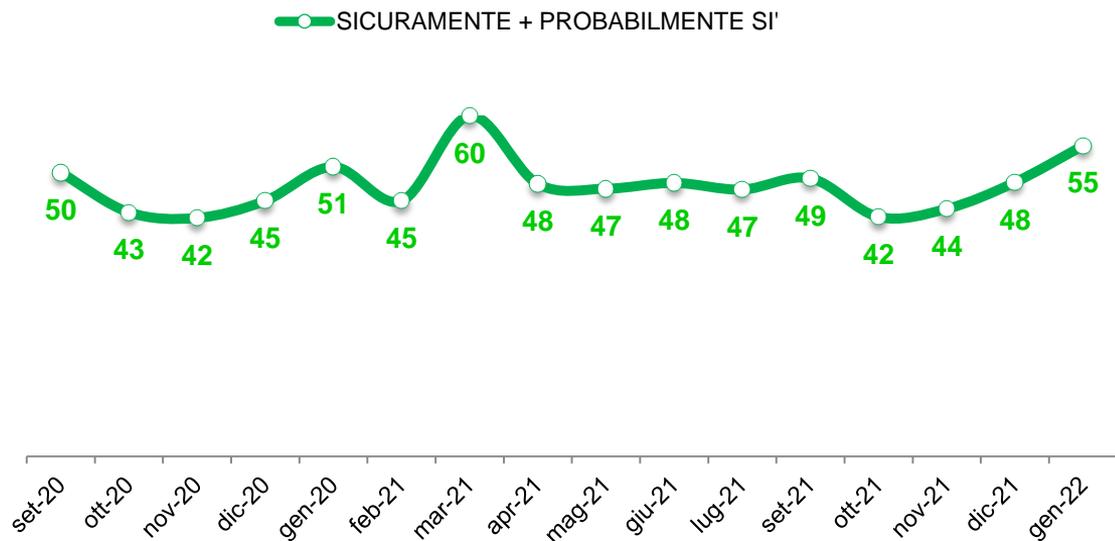
COME SONO CAMBIATE?



IL CREDITO AL CONSUMO

LA PROPENSIONE AL CREDITO AL CONSUMO

NEI PROSSIMI MESI PRENDERESTI IN CONSIDERAZIONE L'IDEA DI ACQUISTARE UN BENE A RATE
(MEDIANTE UN PRESTITO PERSONALE/FINANZIAMENTO, ESCLUSO MUTUO CASA)?



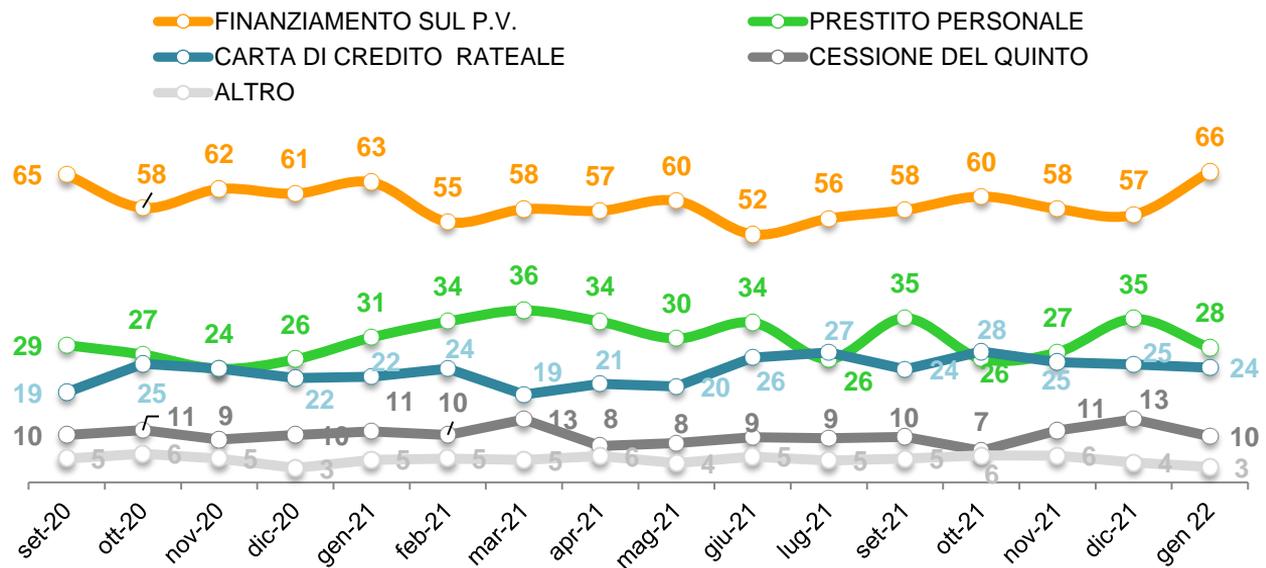
BASE CASI: GEN 2022 1000, valori %

LE FORME DI CREDITO PREFERITE

SE DECIDESSI DI EFFETTUARE UN PAGAMENTO RATEALE,
QUALI FORMA PRENDERESTI IN CONSIDERAZIONE TRA LE SEGUENTI...?



BASE = 55% PROPENSI AL CREDITO

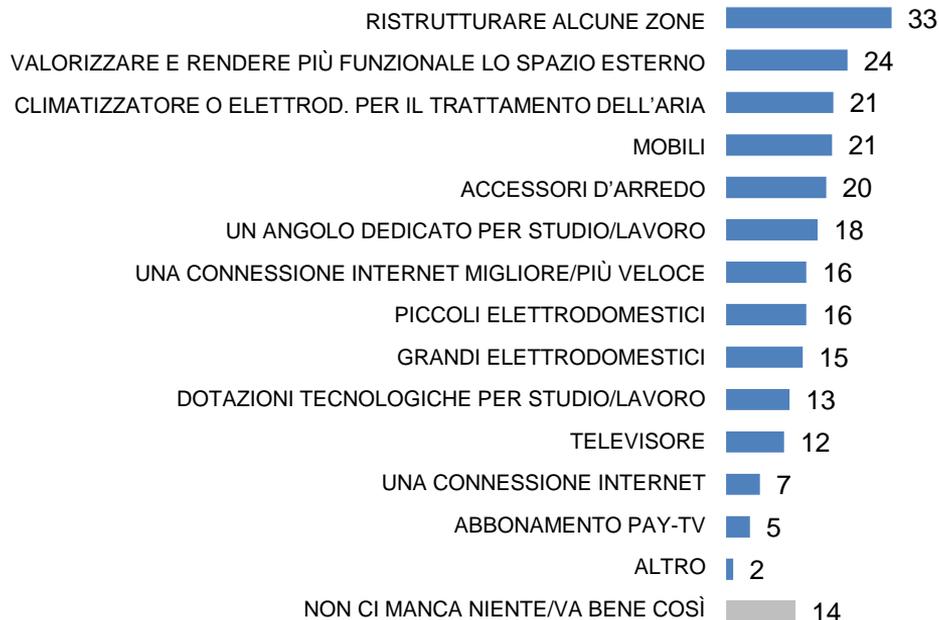


BASE CASI: GEN 2022 547/1000, valori %

MONDO CASA

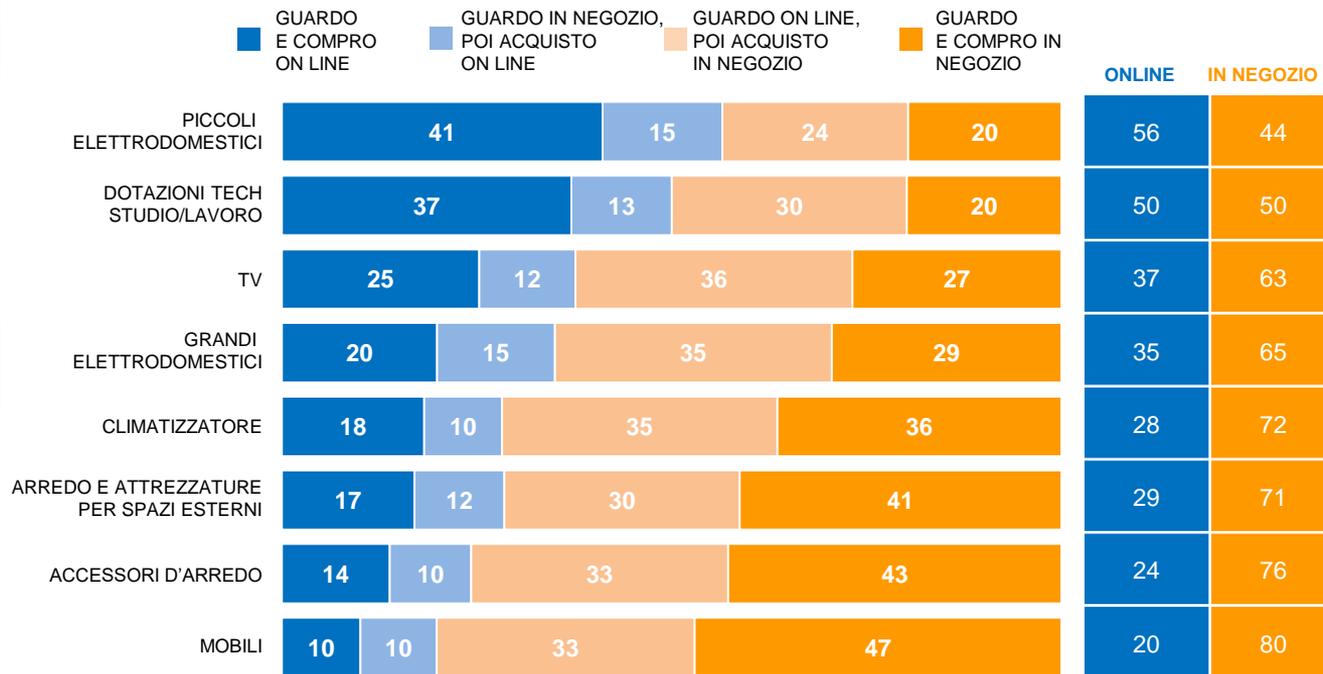
LA CASA «COME LA VORREI»

CHE COSA TI MANCA O CHE COSA VORRESTI FARE PER RENDERE LA TUA CASA PIÙ FUNZIONALE E ATTREZZATA O SEMPLICEMENTE PIÙ ACCOGLIENTE COSA DIRESTI?



I CANALI DI ACQUISTO DEL MONDO CASA

GENERALMENTE COME **ACQUISTI I PRODOTTI/SERVIZI DELLA SEGUENTE LISTA RIGUARDANTI IL MONDO CASA?**



BASE CASI: GEN 2022 1000, valori %

GLI INCENTIVI ALL'ACQUISTO ONLINE PER L'ARREDO

PARLIAMO DI MOBILI ED ACCESSORI PER ARREDAMENTO,
PRENDERAI MAI IN CONSIDERAZIONE LA POSSIBILITÀ DI ACQUISTARE ONLINE?

**85% = 100% CHI PREFERISCE ACQUISTARE MOBILI o ACCESSORI IN NEGOZIO
E CHI SI INFORMA ONLINE MA COMPRA IN NEGOZIO**

SOLO A FRONTE DI OFFERTE PIÙ CONVENIENTI  27

AL MASSIMO POTREI ACQUISTARE ACCESSORI O COMPLEMENTI D'ARREDO  18

SOLO CON AMPIE GARANZIE DI RESO  17

POTREI EFFETTUARE ACQUISTI IMPORTANTI SOLO CON SERVIZIO DI MONTAGGIO  14

SOLO SE POSSO RATEIZZARE L'ACQUISTO  7

POTREI EFFETTUARE ACQUISTI PIÙ IMPORTANTI SOLO CON L'ASSISTENZA DI UN VENDITORE  7

SOLO PRODOTTI DEI MARCHI PIÙ NOTI  6

POTREI EFFETTUARE ANCHE ACQUISTI PIÙ IMPORTANTI MA SOLO ECONOMICI  6

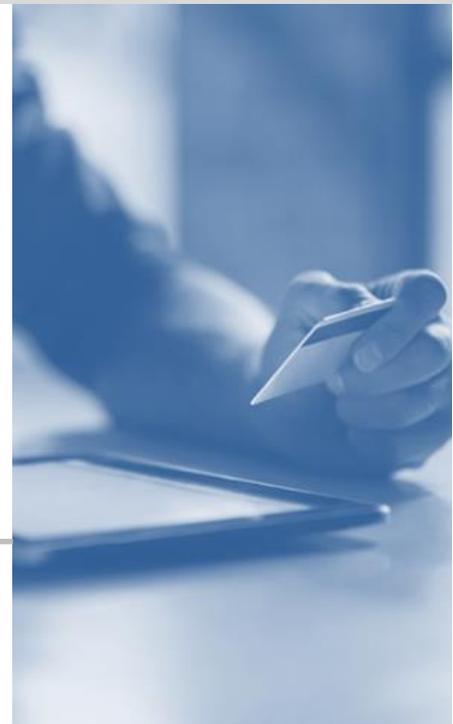
NO, PRIMA DI ACQUISTARE UN MOBILE DEVO TOCCARE CON MANO  19

NO, NON POSSO FARE A MENO DELLA CONSULENZA DEL PERSONALE SUL PDV  10

NO, NON COMPRO MAI SUL WEB  5

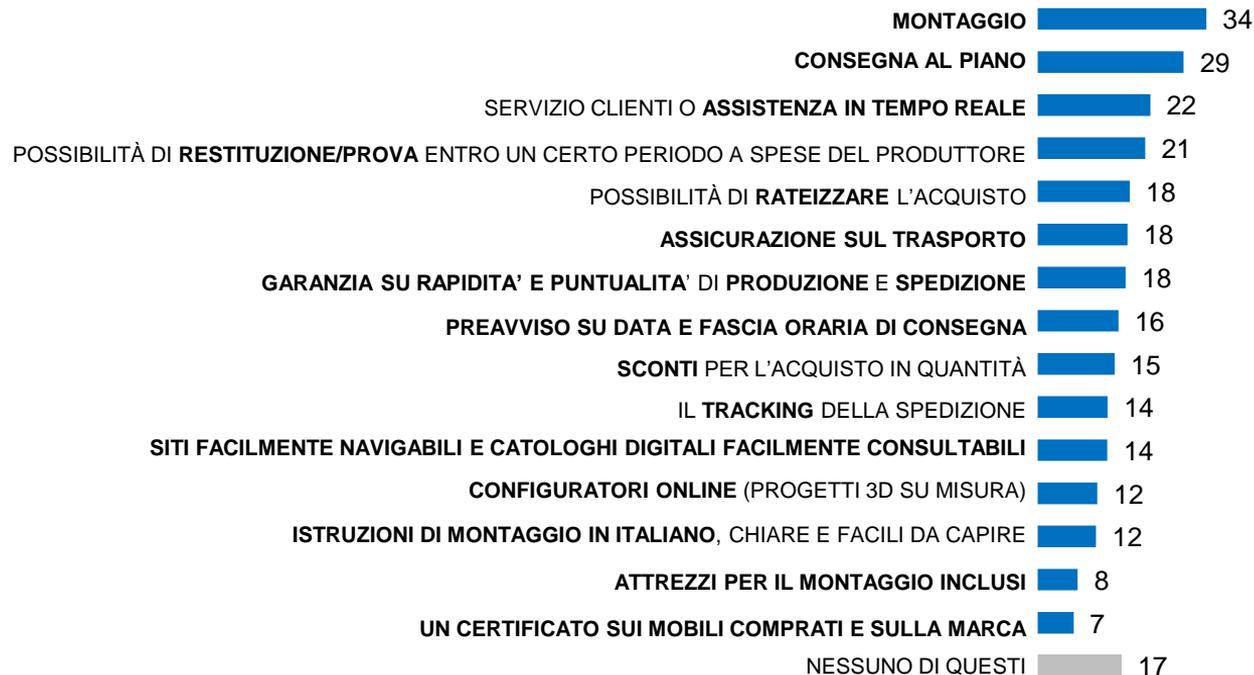
66%
**SÌ, PRENDERÀ IN
CONSIDERAZIONE DI
ACQUISTARE ONLINE
(2021: 63%)**

34%
**NON PRENDERÀ IN
CONSIDERAZIONE DI
ACQUISTARE ONLINE**



GLI «ADD ON» DELL' ON LINE

MA PENSANDO AI SERVIZI CHE POTREBBERO ESSERE DISPONIBILI ACQUISTANDO ON LINE, PER QUALI SARESTI INTERESSATO, ANCHE A COSTO DI PAGARE UN PREZZO LIEVEMENTE PIÙ ALTO?



LE ASPETTATIVE SULL' ESPERIENZA IN NEGOZIO

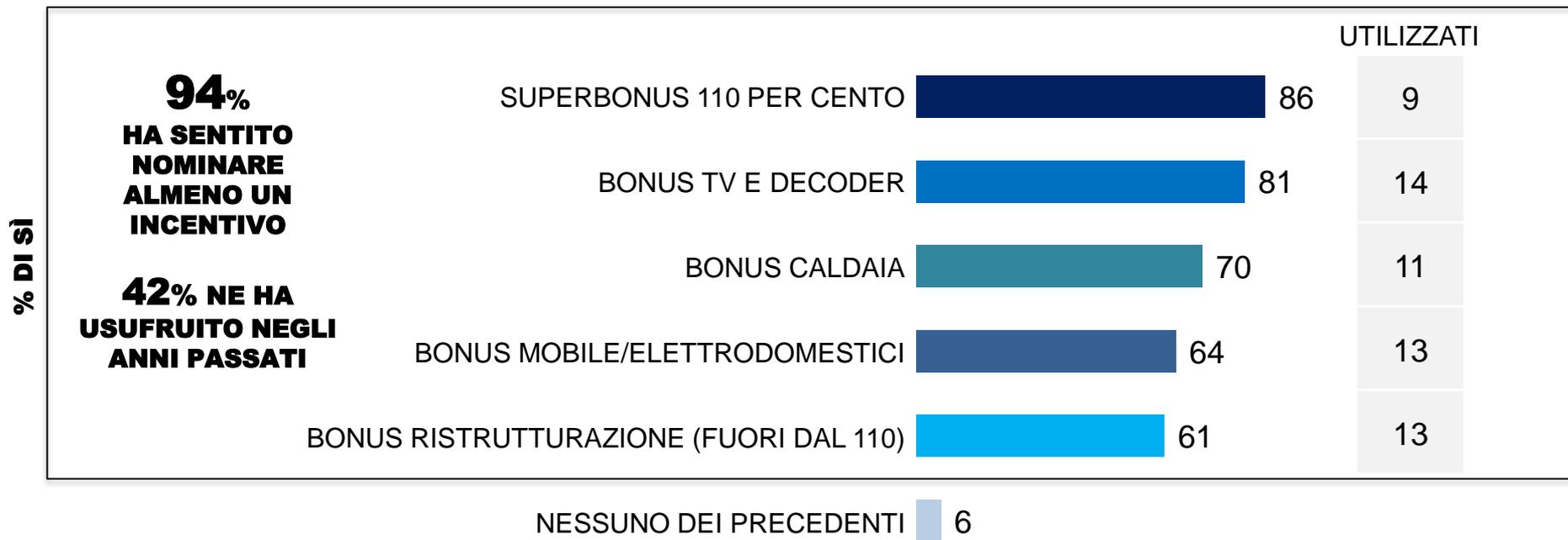
QUANDO TI RECHI AD ACQUISTARE MOBILI O COMPLEMENTI D'ARREDO IN NEGOZIO, CHE COSA TI ASPETTI DI TROVARE PERCHÉ LA TUA ESPERIENZA SIA SODDISFACENTE?



GLI INCENTIVI

LA CONOSCENZA DEGLI INCENTIVI

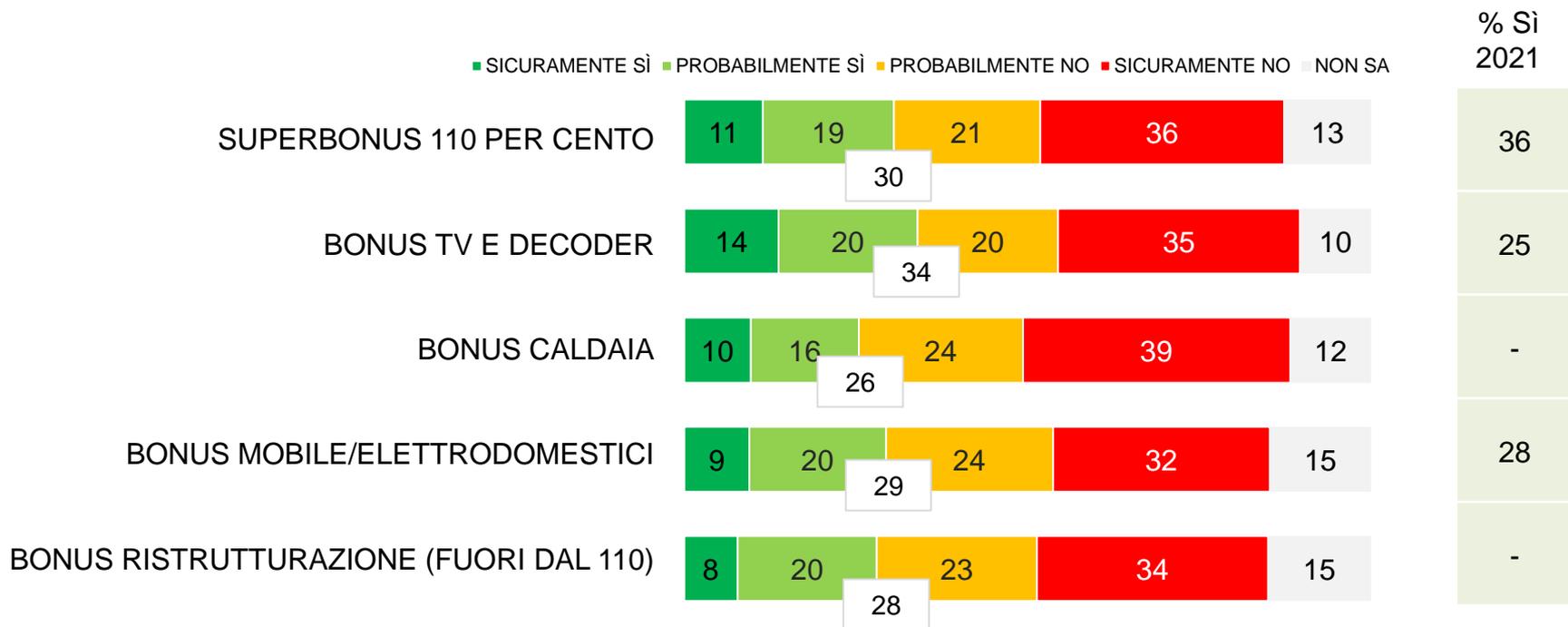
DI SEGUITO TROVERAI UN ELENCO DI ALCUNI TRA GLI INCENTIVI INTRODOTTI O PROROGATI.
PER CIASCUNO INDICA SE LO HAI SENTITO NOMINARE....



BASE CASI: GEN 2021 1002, valori %

PROPENSIONE ALL'UTILIZZO DEGLI INCENTIVI

PENSI DI *UTILIZZARE* ... NEL CORSO DEL 2022?



NOTA METODOLOGICA

**TECNICA
DI RILEVAZIONE C.A.W.I.**
(WEB INTERVIEWING)



**PERIODO
DI RILEVAZIONE**

31 gennaio – 1° febbraio 2022



INTERVISTE #1000

RAPPRESENTATIVE DELLA POPOLAZIONE PER:



GENERE



ETÀ > 18



AMPIEZZA CENTRO



AREA GEOGRAFICA

IL PROFILO DEL CAMPIONE

GENERE



Donne
42%



Uomini
58%

ETÀ

Tra 18 e 24	3
Tra 25 e 34	■ 17
Tra 35 e 44	■ 28
Tra 45 e 54	■ 29
Tra 55 e 64	■ 22

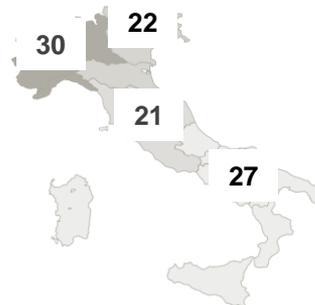
AMPIEZZA CENTRO

fino a 30.000 abit.	■ 47
30 - 100.000 abit.	■ 22
100 - 250.000 ab	■ 11
oltre i 250.000 abit.	■ 20

ISTRUZIONE

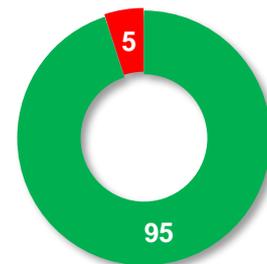
Laureati	■ 21
Diplomati	■ 68
Scuola dell'Obbligo	■ 11

MACRO AREA GEOGRAFICA



CONDIZIONE OCCUPAZIONALE

■ Occupati ■ Non Occupati



GRAZIE

www.osservatoriofindomestic.it