



L'Osservatorio

Findomestic · Mensile

Il clima di fiducia
e le intenzioni di acquisto degli italiani

Indagine Marzo 2015

Dati rilevati nel mese di Febbraio 2015



Publicazione mensile
A cura della Comunicazione Corporate
di Findomestic Banca spa
in collaborazione con IPSOS



Utenze domestiche, servizi sanitari, spese per la salute, trasporti pubblici e tabacchi sono i beni che hanno registrato i maggiori aumenti di prezzo nell'ultimo mese secondo gli intervistati.

Speculazioni, crisi politica internazionale ed inefficienza della filiera produttiva sono ritenute le cause principali che hanno portato agli aumenti di prezzo delle diverse categorie.

Nel nuovo paniere Istat gli italiani vorrebbero inserire i costi per: l'assistenza degli anziani, gli impianti per l'efficienza energetica, la cura e la gestione degli animali domestici e l'istruzione post universitaria.

Positive in febbraio le intenzioni di acquisto di elettrodomestici grandi e piccoli, auto e moto, informatica, telefonia, casa e arredamento, viaggi, bricolage ed efficienza energetica

L'Osservatorio mensile di febbraio 2015 riporta i dati sulla percezione dell'andamento dei prezzi in Italia. Le categorie di beni in cui gli Italiani hanno notato un aumento dei prezzi riguardano principalmente voci di costo difficilmente evitabili come utenze domestiche, servizi sanitari e spese per la salute, trasporti pubblici ed infine i tabacchi, che hanno sofferto l'aumento delle accise.

In generale gli italiani indicano speculazioni, crisi politica internazionale

ed inefficienza della filiera produttiva, come le cause principali che hanno portato agli aumenti di prezzo delle diverse categorie.

Per quanto riguarda invece i capitoli di costo in cui gli intervistati hanno notato un calo dei prezzi primeggiano, grazie alla diminuzione del prezzo del greggio, i carburanti. Le diminuzioni del livello dei prezzi sono state notate principalmente per alcuni canali di vendita come GDO ed e-commerce, grazie anche a sconti e promozioni applicati sui prodotti. La piccola distribuzione e la vendita al dettaglio sono i canali in cui vengono rilevati i maggiori aumenti.

I prodotti e servizi importanti, che incidono di più rispetto al passato sulle spese delle famiglie Italiane e che andrebbero monitorati nel paniere Istat sono: l'assistenza agli anziani, gli impianti per l'efficacia energetica, la cura degli animali e l'istruzione post universitaria. Una fotografia di una società in cui l'età media è molto alta e in cui ai giovani è richiesto sempre di più per inserirsi nel mondo del lavoro.

Per quanto riguarda il grado di fiducia, diminuisce la soddisfazione degli italiani sia per la situazione personale (dal 4,70 al 4,55) che per la situazione italiana (dal 3,72 al 3,59). Sono invece positive le aspettative di risparmio su base annua che crescono dal 16,9 al 17,4%, mentre il valore mensile diminuisce rispetto al dato del mese precedente.

Previsioni di acquisto a tre mesi

Elettrodomestici: a febbraio l'elettronica di consumo e gli elettrodomestici grandi e piccoli mostrano un trend in crescita, raggiungendo anche livelli molto superiori rispetto al febbraio dell'anno passato.

Aumentano attestandosi al 19,0%, le persone interessate a comperare grandi elettrodomestici che nei prossimi tre mesi sono disposte a spendere fino a 671 €. Anche la propensione di spesa per i piccoli elettrodomestici è in crescita e arriva a toccare il 31,6%. Si nota invece una flessione per il budget destinato a questa categoria per cui la spesa media prevista è di 181 €. Crescono anche le previsioni di acquisto per l'elettronica di consumo che si attestano al 25,5% Sono invece in discesa gli importi di spesa prevista per questi beni, per i quali lo scontrino medio è di 544 €.

Informatica, telefonia e fotografia: bene la propensione di acquisto per tutti i beni legati a queste categorie ad eccezione del comparto fotocamere e videocamere che si trova in leggera flessione.

Sale la propensione all'acquisto per PC, tablet e per la telefonia rispettivamente al 24,1%, 15,9% e al 26,6%. In leggera discesa invece le previsioni di comperare fotocamere che si attestano al 15,1%. Per quanto riguarda la spesa media prevista, gli Italiani pensano di

spendere 509 € per PC e accessori, 350€ per fotocamere e videocamere, 302 € per beni legati alla telefonia e 301 € per tablet e ebook.

Auto e moto: continua la crescita delle intenzioni di acquisto in tutto il settore della mobilità. In leggero calo la spesa media prevista per l'acquisto di auto nuove.

In forte aumento la quota di consumatori pronti ad acquistare un'auto nuova che sale al 15,8%. Cresce anche invece al 9.9% quella per le auto usate. Trend positivo anche per le persone intenzionate a comperare uno scooter, che salgono dal 6,2 al 7,5%. In leggera discesa la spesa destinata alle auto nuove il cui budget questo mese si attesta a 19.075€. Rimangono invece stabili le previsioni di spesa media per scooter e auto usate per cui verrebbero spesi rispettivamente 6.910€ e 3.256€.

Casa e arredamento: Cresce la propensione all'acquisto di case e arredamento. Rimane stabile la previsione di spesa per i mobili.

Crescono le previsioni di acquisto di case (6,2%) e le intenzioni di effettuare ristrutturazioni (10,7%). In crescita anche la propensione all'acquisto di mobili che passa da 15,4% a 16,9%, rimane invece stabile la spesa media prevista per l'acquisto di questo tipo di beni attestandosi a 2.064€.

Tempo libero: bene i viaggi e fai-da-te. Stabili le attrezzature sportive.

Salgono le previsioni per il settore viaggi e vacanze e per il fai-da-te che aumentano rispettivamente al 34,6% e al 24,3%. Rimangono invece stabili al 20,7% le intenzioni di acquisto di attrezzature per abbigliamento ed attrezzature sportive.

Efficienza energetica: Crescono le previsioni di acquisto per stufe a pellet e caldaie e serramenti e infissi. Leggero calo per impianti fotovoltaici e solari termici.

Le previsioni di acquisto nei prossimi tre mesi rimangono in leggera salita sia per le stufe a pellet (9,3%) sia per serramenti e infissi (10,1%). Leggera diminuzione invece per le intenzioni di comperare impianti fotovoltaici (5,2%) e solari termici (4,5%). Per quanto riguarda le previsioni di spesa, rimangono stabili quelle per gli impianti solari termici (4.597 €), mentre aumentano quelle per gli impianti fotovoltaici (7.191€). Sono invece in discesa le intenzioni di spesa medie di infissi e serramenti (2.623 €) e, anche se più lievemente, quelle per stufe a pellet e caldaie (1.305€).

La sintesi dei trend

	Confronto congiunturale (mese precedente)	Confronto tendenziale (stesso periodo anno precedente)	
Scenario socio-economico			A livello di scenario italiano si segnala un positivo calo del dato sulla disoccupazione (sia totale sia giovanile) mentre l'inflazione a gennaio 2015 ha segno negativo
Sentiment			A febbraio diminuisce la soddisfazione sia per la situazione italiana sia per quella personale, leggermente in aumento le aspettative di risparmio (nell'ultimo mese + 0,5 punti percentuali)
Tempo libero			Le previsioni di acquisto relative al tempo libero registrano una crescita in tutte le componenti: aumentano coloro che intendono effettuare un viaggio e acquistare attrezzature per fai-da-te e sport
Elettrodomestici			A febbraio le previsioni di acquisto a tre mesi di elettronica di consumo, elettrodomestici grandi e piccoli aumentano, facendo registrare i livelli più alti dall'inizio della serie storica
Informatica, telefonia e fotografia			Intenzioni di acquisto di smartphone, tablet e pc in consistente crescita rispetto al mese precedente e valori che raggiungono i massimi dall'inizio della serie storica. Il dato relativo alle foto/videocamere, pur in diminuzione, è superiore rispetto a febbraio 2014.
Veicoli			Cresce sensibilmente il numero di coloro che intendono acquistare un veicolo nei prossimi tre mesi, specie un'automobile nuova, ma anche usato e due ruote fanno registrare il livello più alto dall'inizio della serie storica
Casa			A febbraio si registra un lieve aumento delle previsioni di ristrutturazione, più intenso quello relativo a mobili e acquisto casa
Efficienza energetica			Anche a febbraio è confermata la crescita della quota di intenzionati all'acquisto di impianti fotovoltaici e solari termici; inversione di rotta nelle previsioni d'acquisto di stufe a pellet

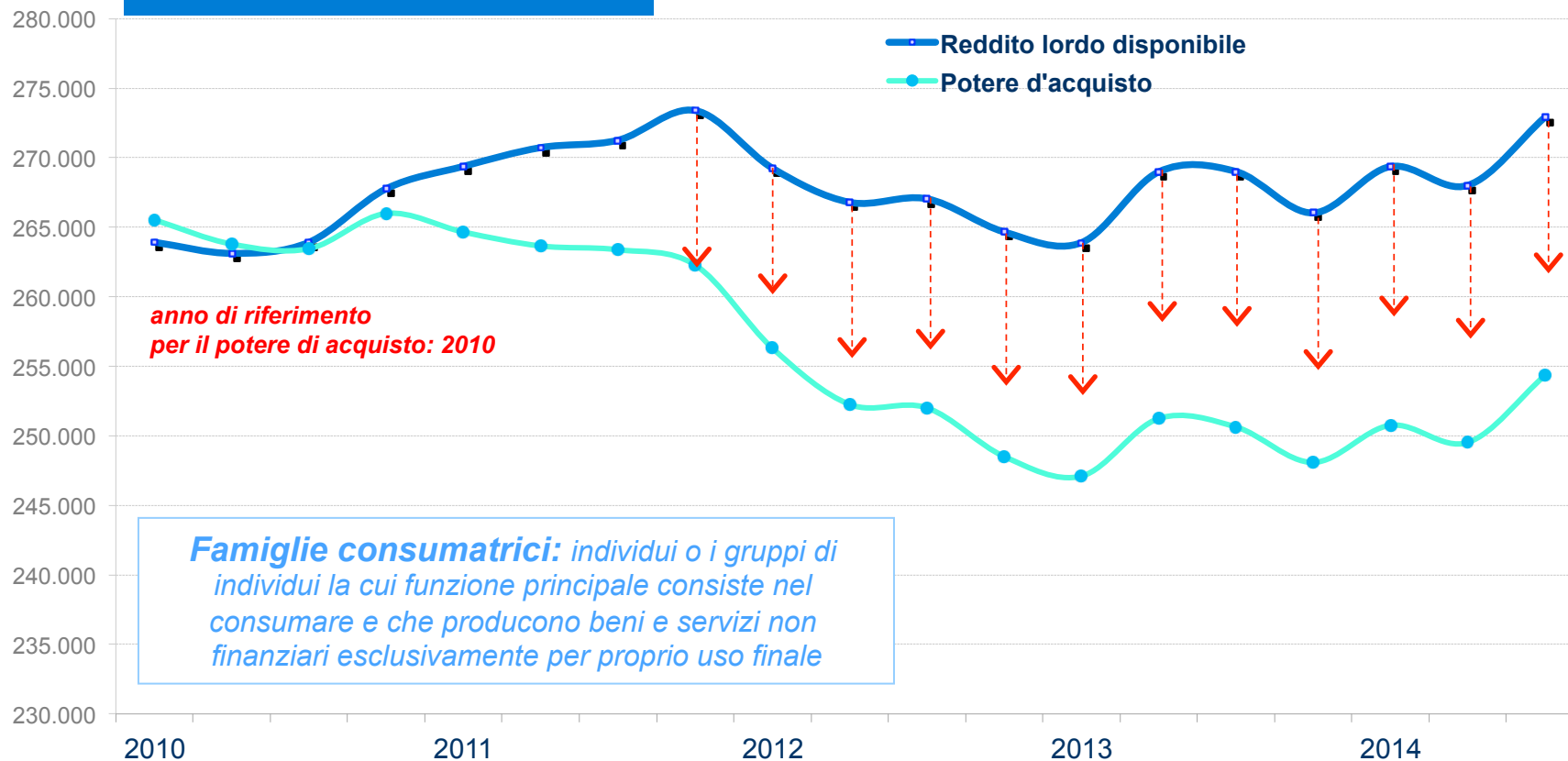
Alcuni dati di scenario

Nel terzo trimestre 2014 aumentano sia il reddito lordo disponibile sia il potere d'acquisto

Valori %

Valori trimestrali destagionalizzati
in milioni di Euro

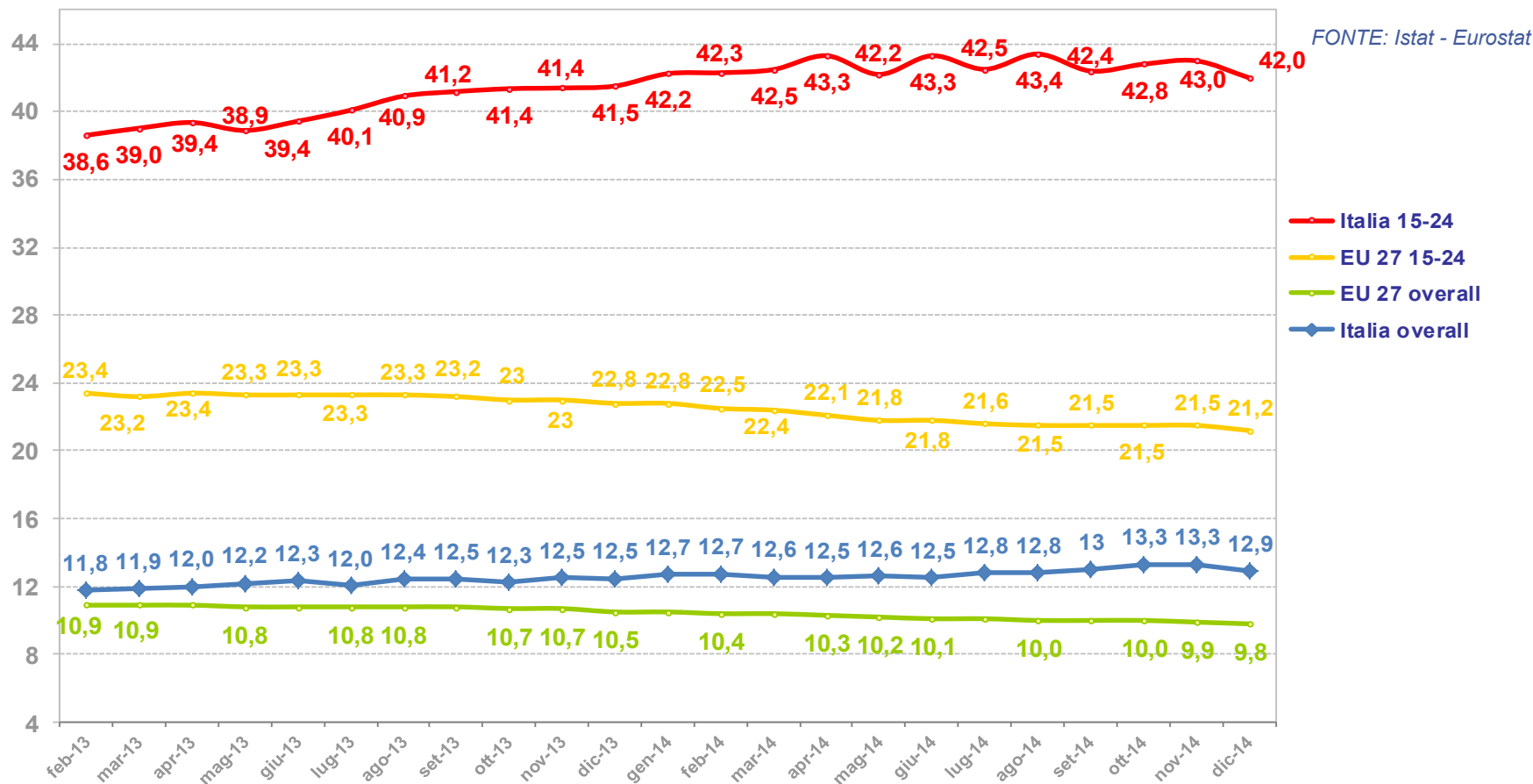
FONTE: Istat



* Il potere di acquisto è il reddito lordo disponibile delle famiglie in termini reali, ottenuto utilizzando il deflatore della spesa per consumi finali (valori concatenati con anno di riferimento 2010)

A dicembre diminuiscono sia il tasso di disoccupazione overall sia il tasso di disoccupazione giovanile

Valori %

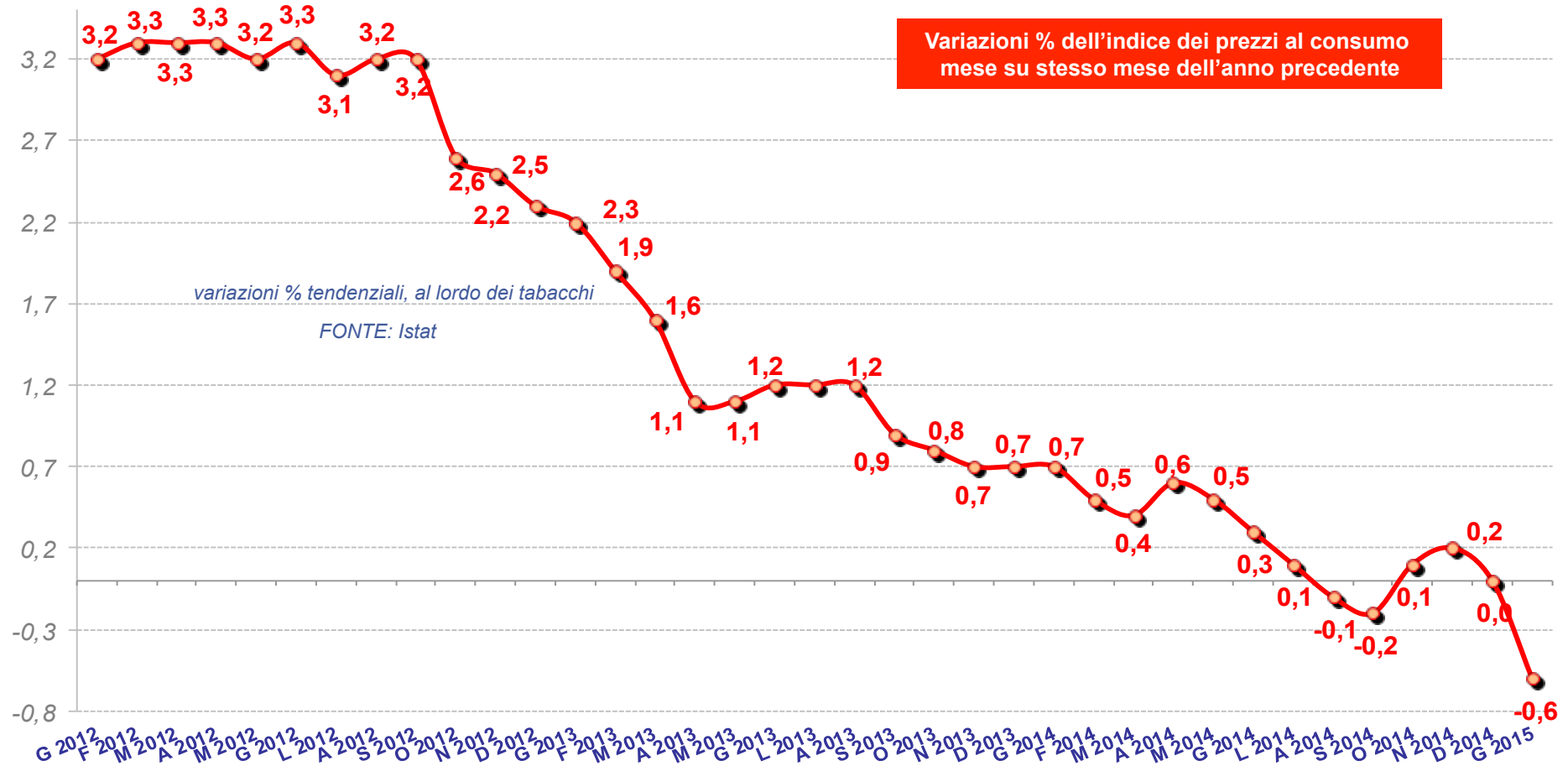


✓ Andamento del tasso di disoccupazione mensile
DATI DESTAGIONALIZZATI

✓ Rapporto tra persone in cerca di occupazione e il totale di persone occupate e in cerca di occupazione

✓ Campione: popolazione 15 anni e più

A gennaio l'inflazione crolla a -0,6 rispetto a gennaio 2014

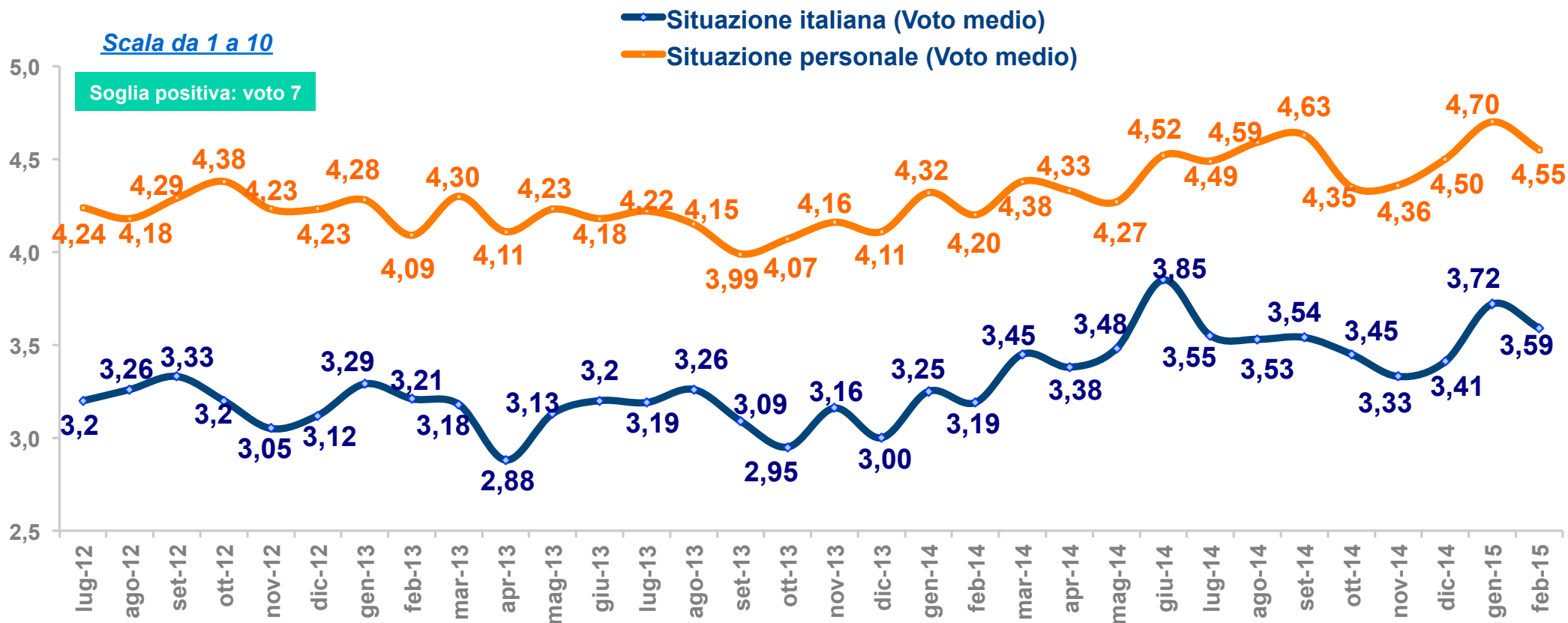


Il sentiment

Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana e la situazione personale

In che misura lei è soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica e sociale)?
 In che misura lei è soddisfatto della sua attuale condizione economica?

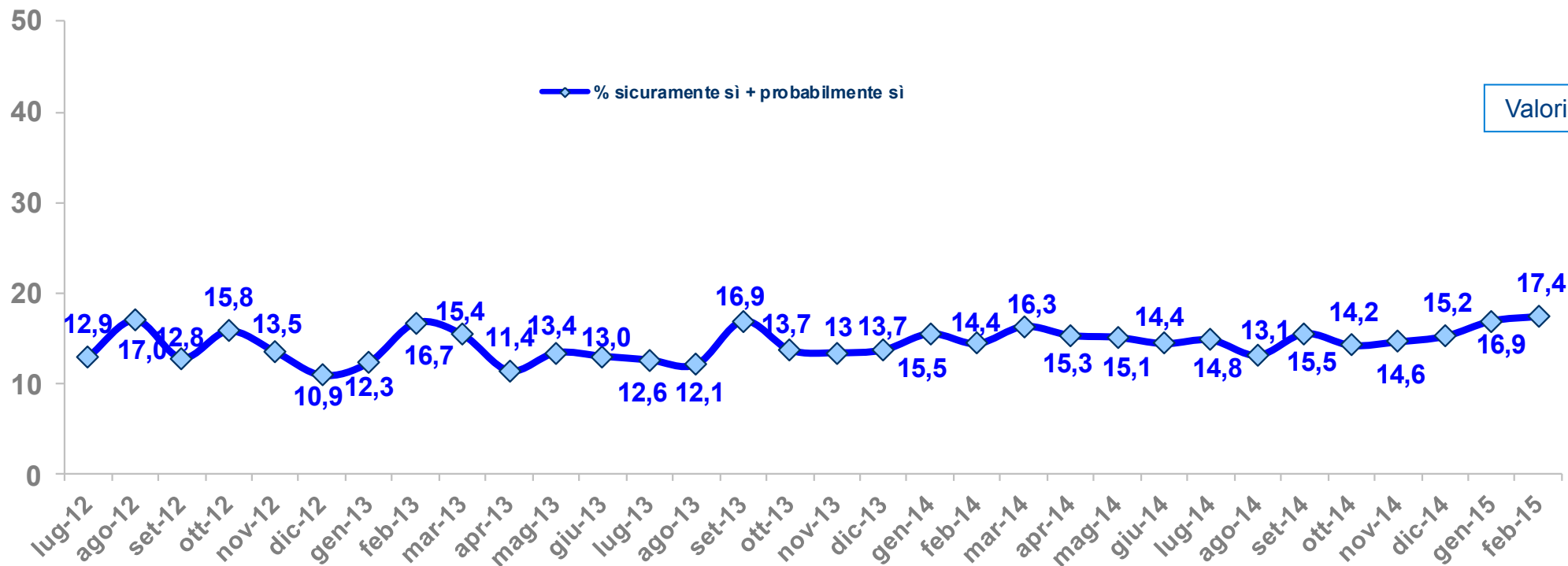
Base: totale campione (500)
 Dato su base wave di febbraio



L'aspettativa personale all'aumento del risparmio a 12 mesi

Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi lei aumenterà l'importo di denaro che riesce a mettere da parte personalmente come risparmio?

Base: totale campione (500)
Dato su base wave di febbraio



Il tempo libero

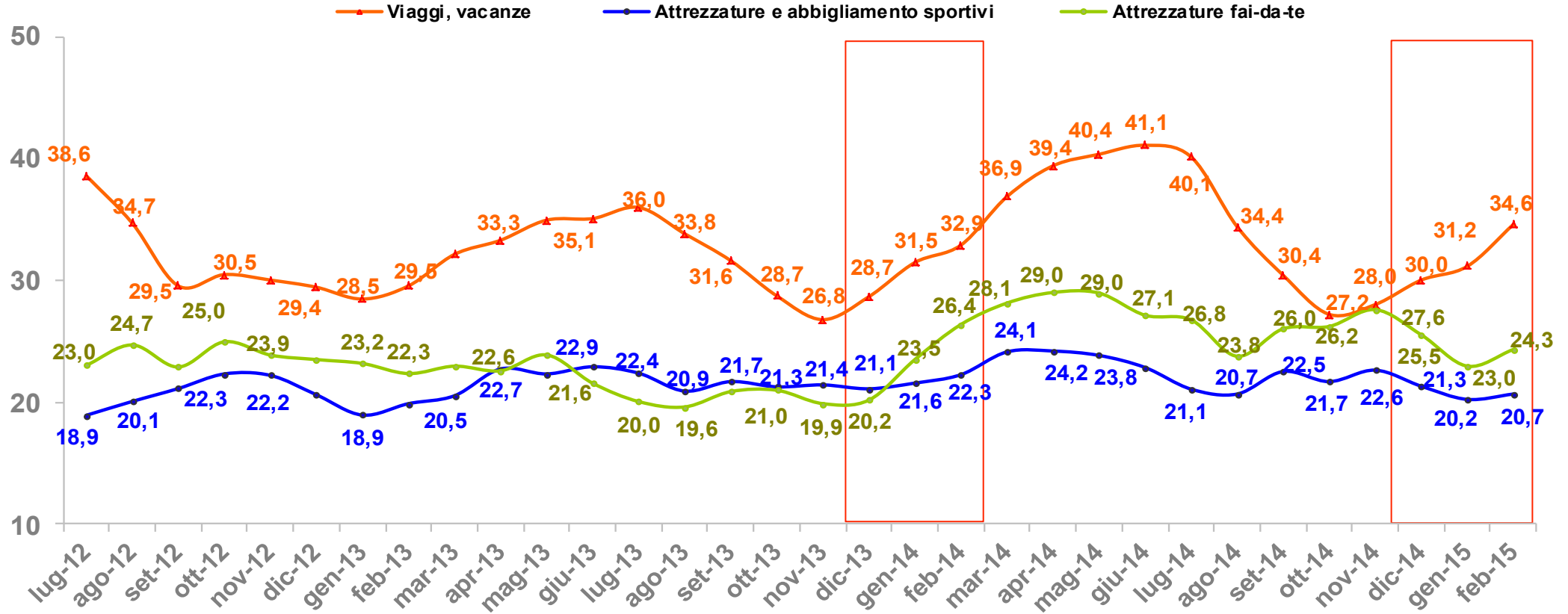
Quanti prevedono di sostenere delle spese per il TEMPO LIBERO nei prossimi tre mesi

Pensa di acquistare ... personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione dato rolling



Gli elettrodomestici

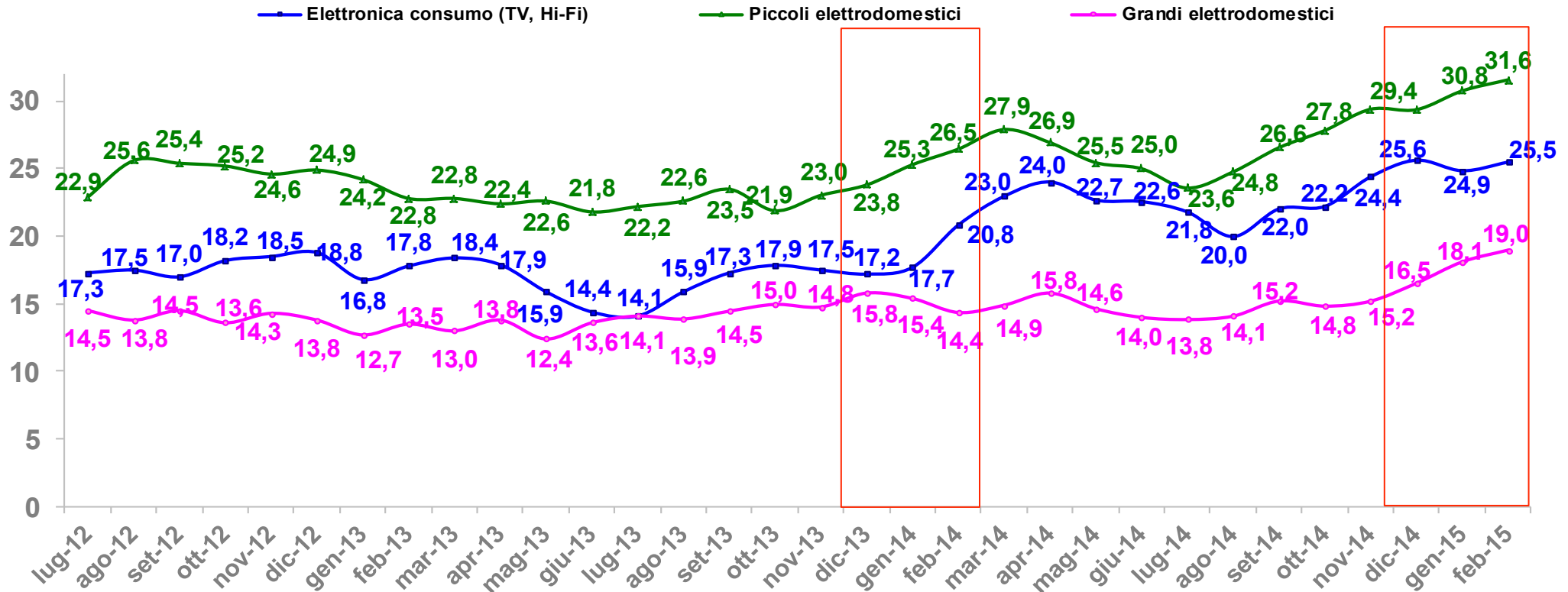
Quanti prevedono di acquistare ELETTRODOMESTICI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare ... personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

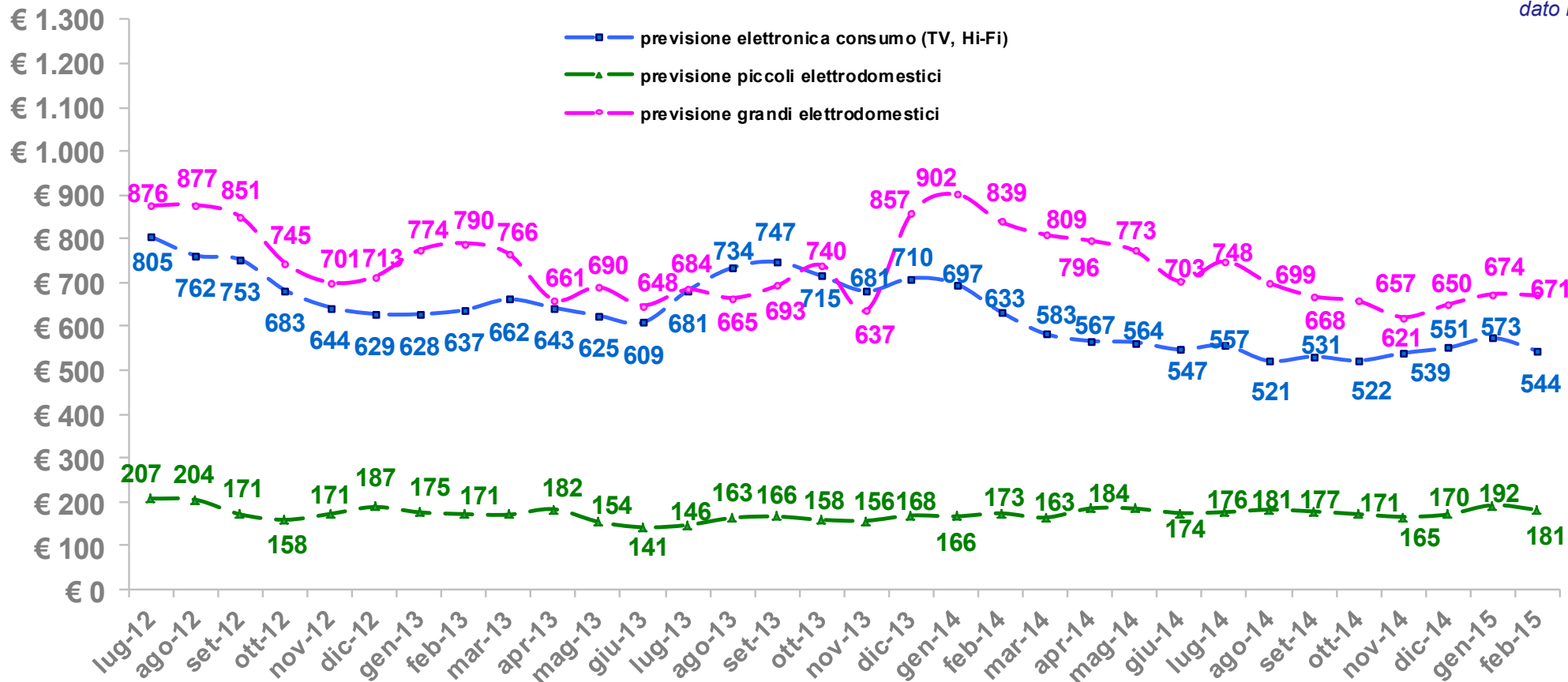
Base: totale campione
dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per gli ELETTRODOMESTICI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene
dato rolling



Informatica, telefonia e fotografia

Quanti prevedono di acquistare informatica, telefonia e fotografia nei prossimi 3 mesi

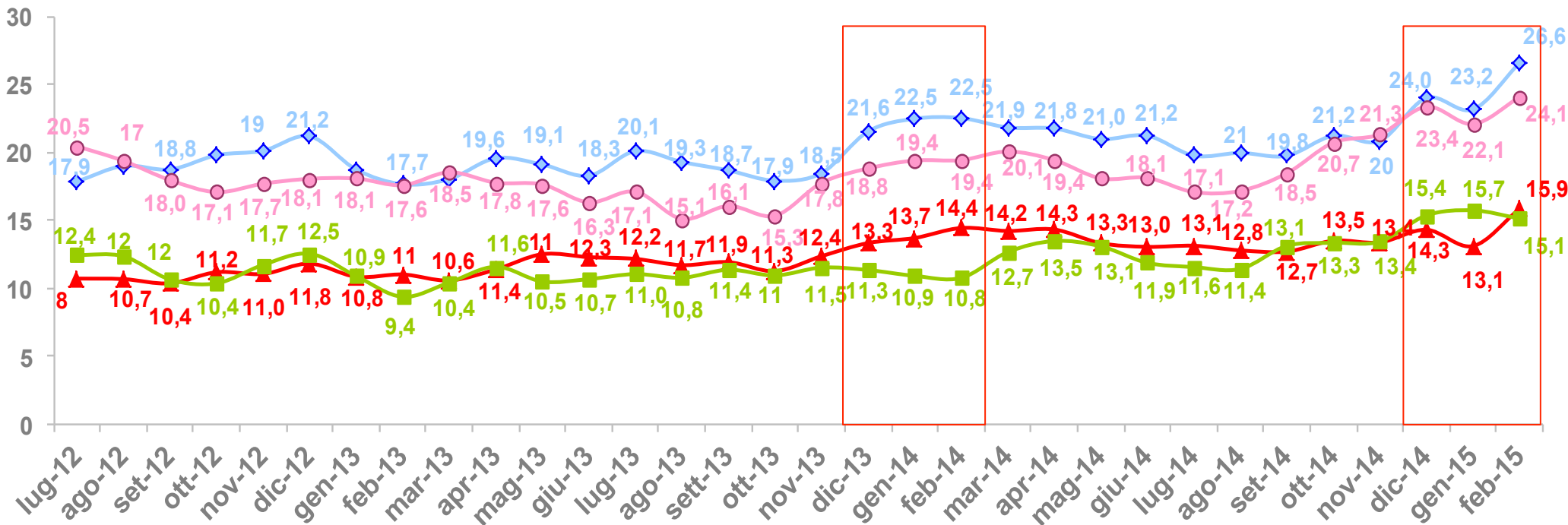
Pensa di acquistare ... personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione dato rolling

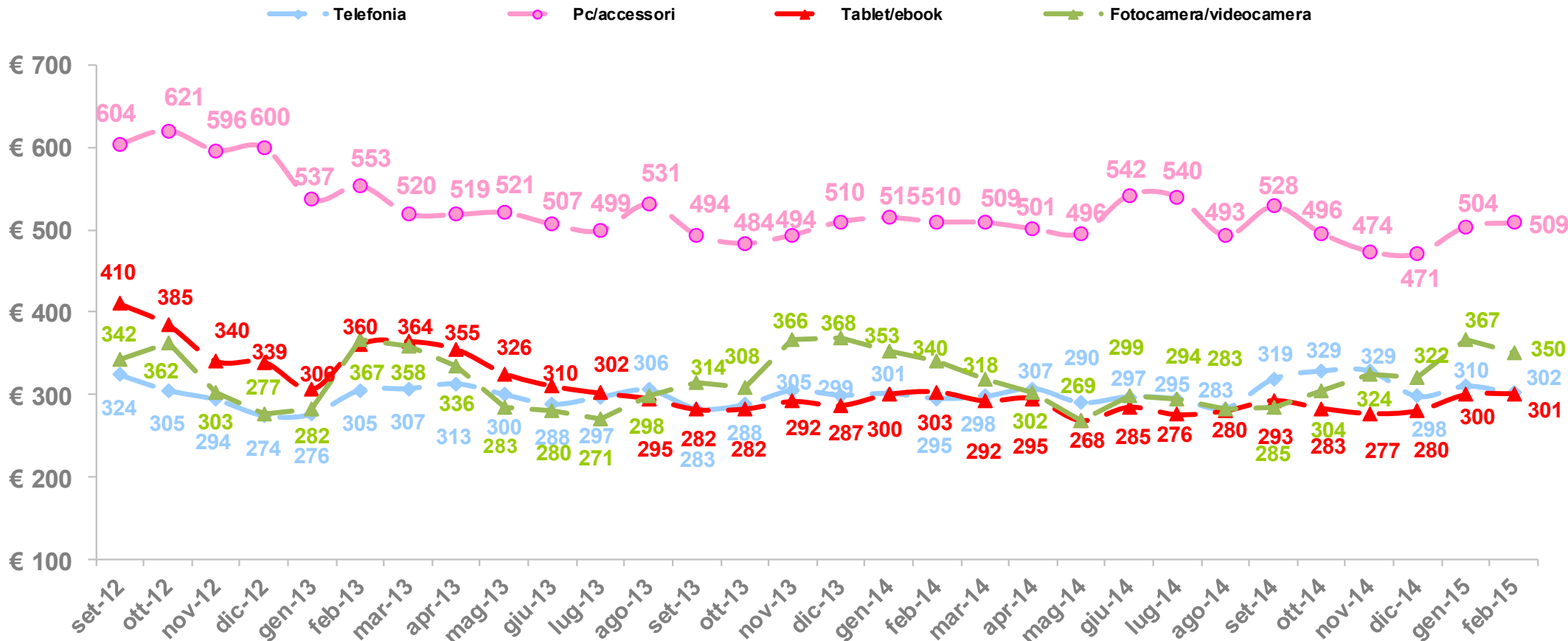
- ◆ Telefonia
- PC e accessori
- ▲ Tablet/E-book
- Fotocamera/Videocamera



L'ammontare medio di spesa previsto per informatica, telefonia e fotografia a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene dato rolling



I veicoli

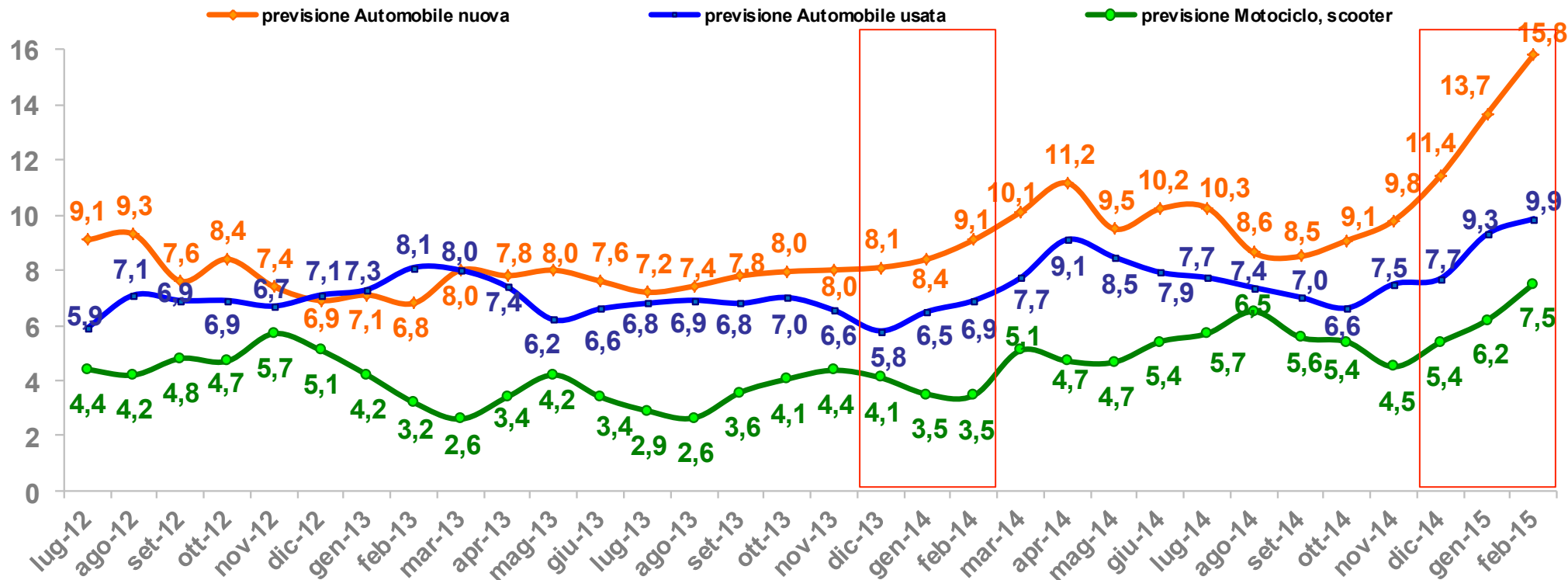
Quanti prevedono di acquistare VEICOLI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare ... personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

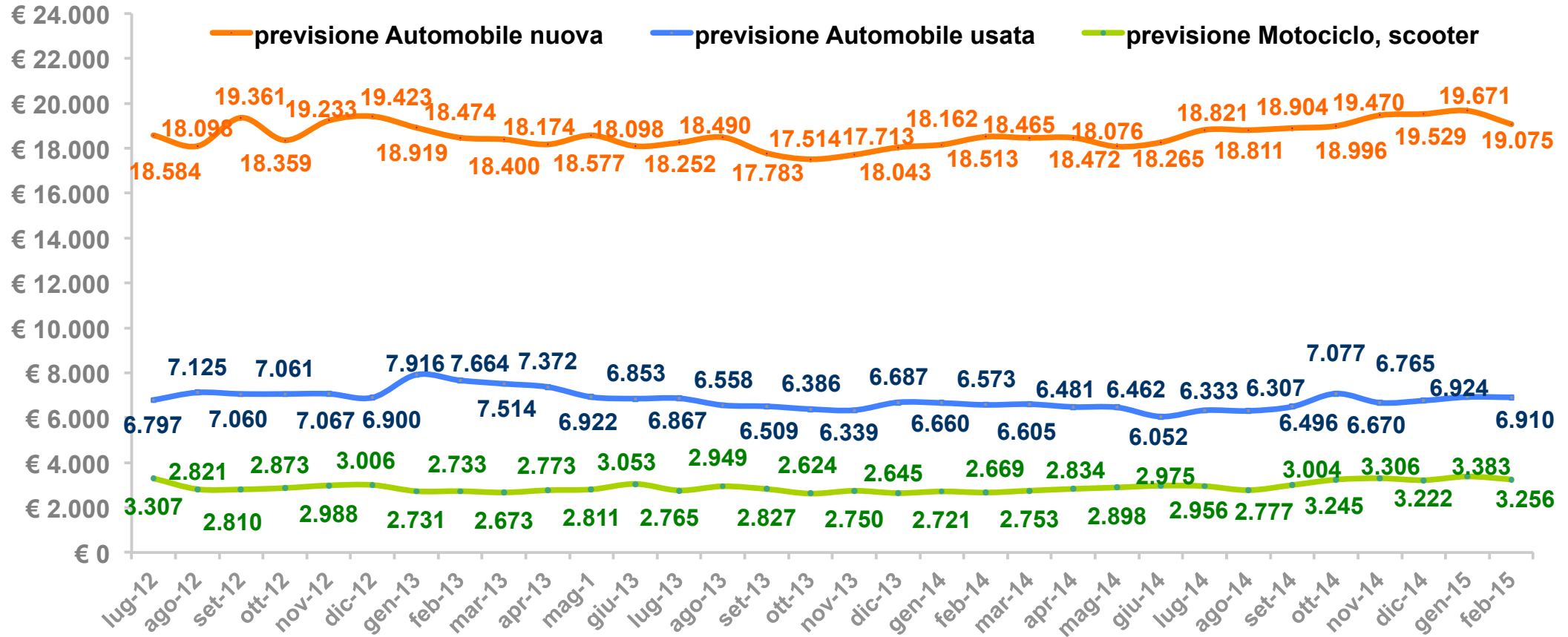
Base: totale campione dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per i VEICOLI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene
dato rolling



La casa

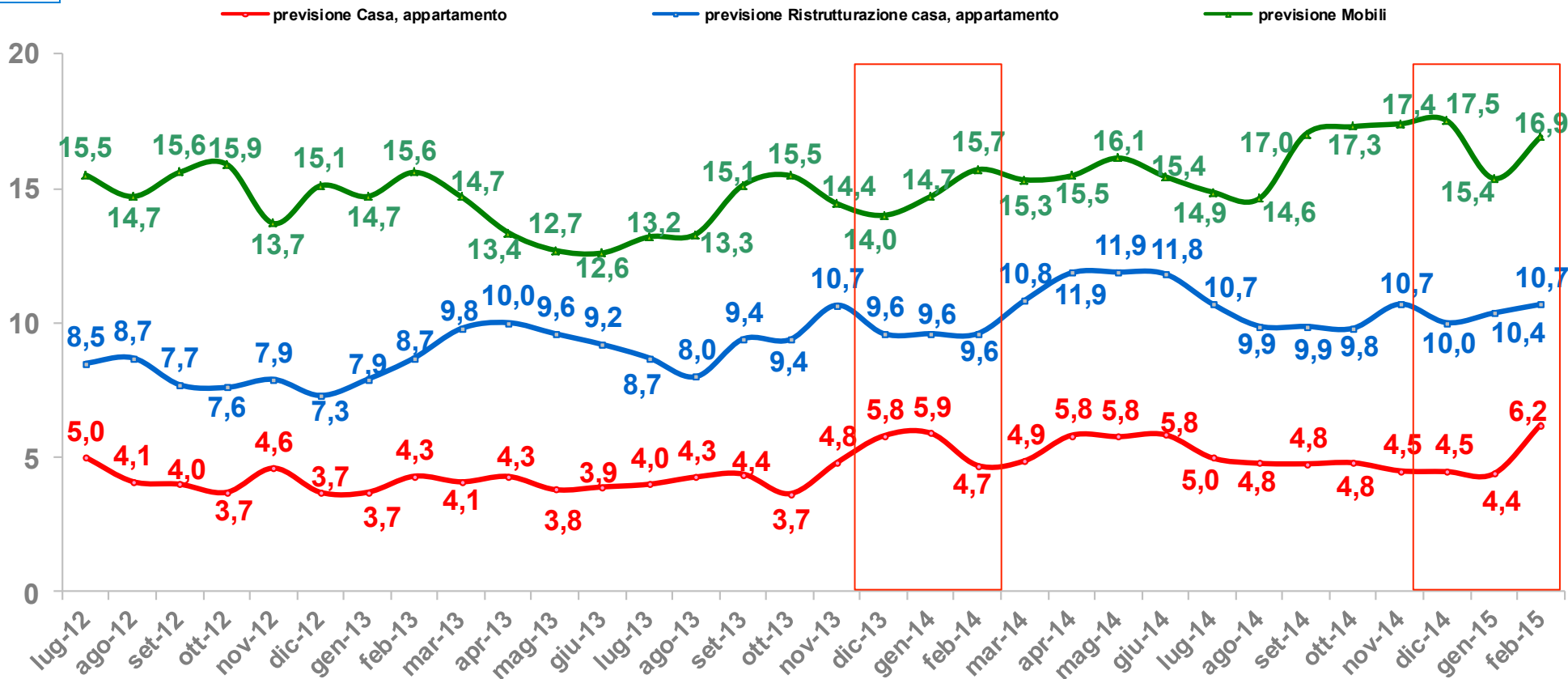
Quanti prevedono di acquistare mobili, casa o ristrutturarla_

Pensa di acquistare ... personalmente nei prossimi 3 mesi?

Base: totale campione
dato rolling

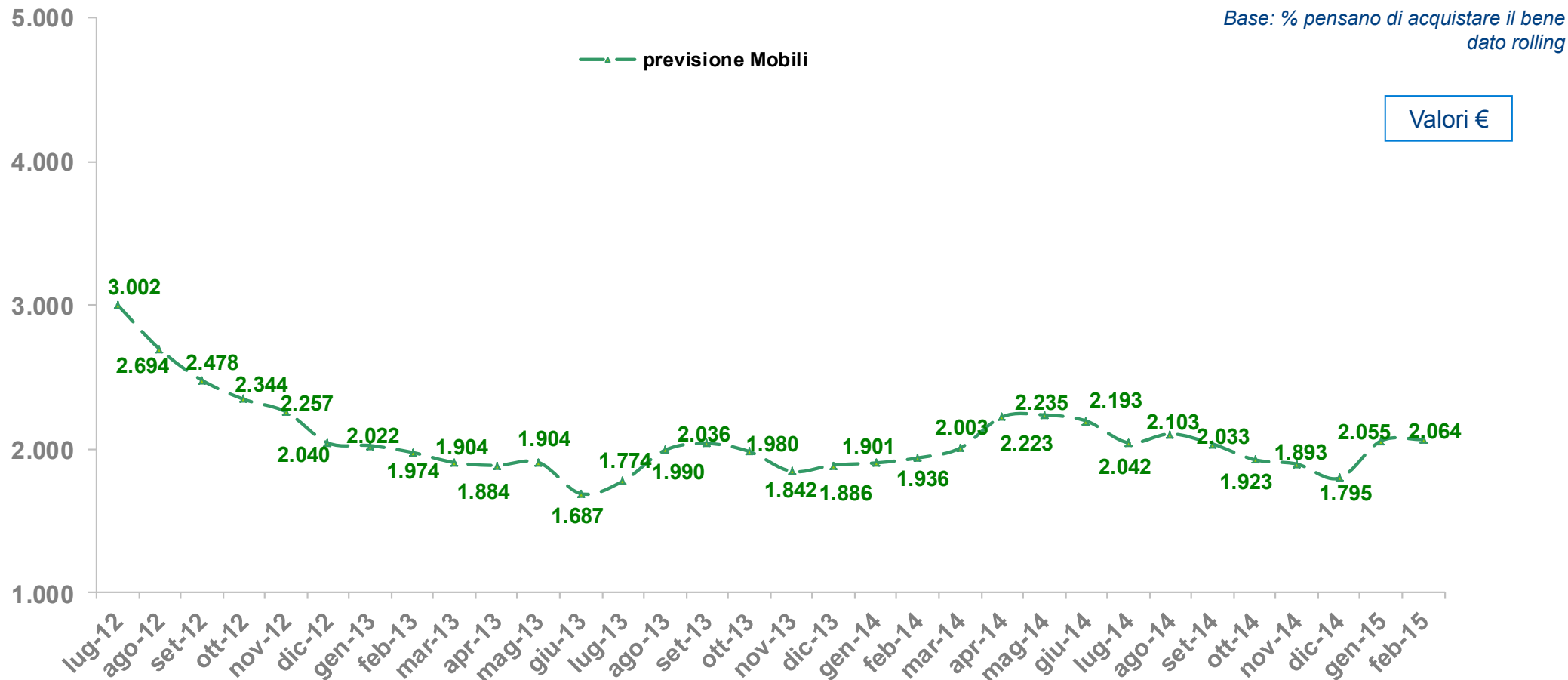
Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"



L'ammontare medio di spesa previsto per i MOBILI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?



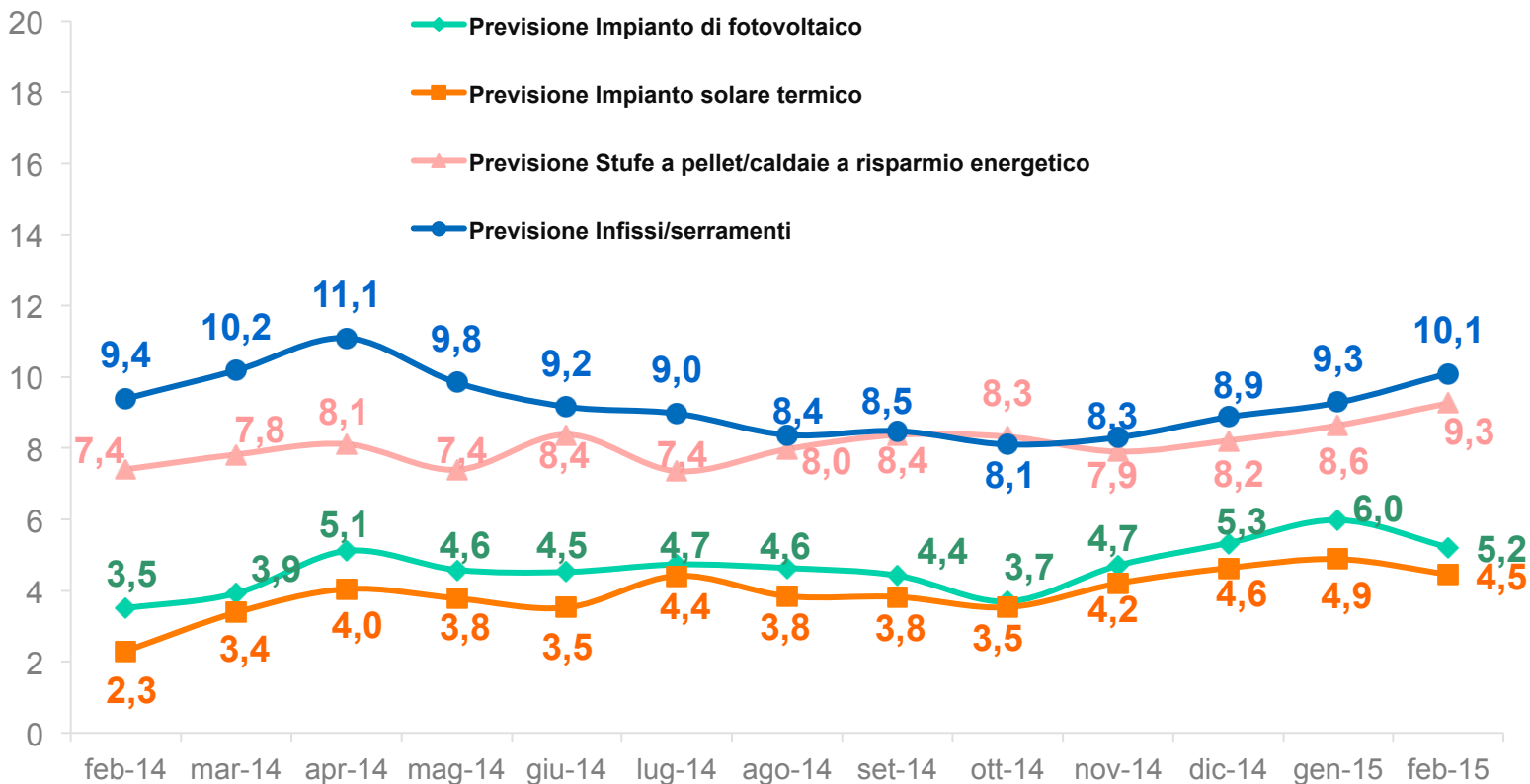
L'efficienza energetica

Quanti prevedono di acquistare prodotti per l'efficienza energetica

Pensa di acquistare ... personalmente nei prossimi 3 mesi?

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

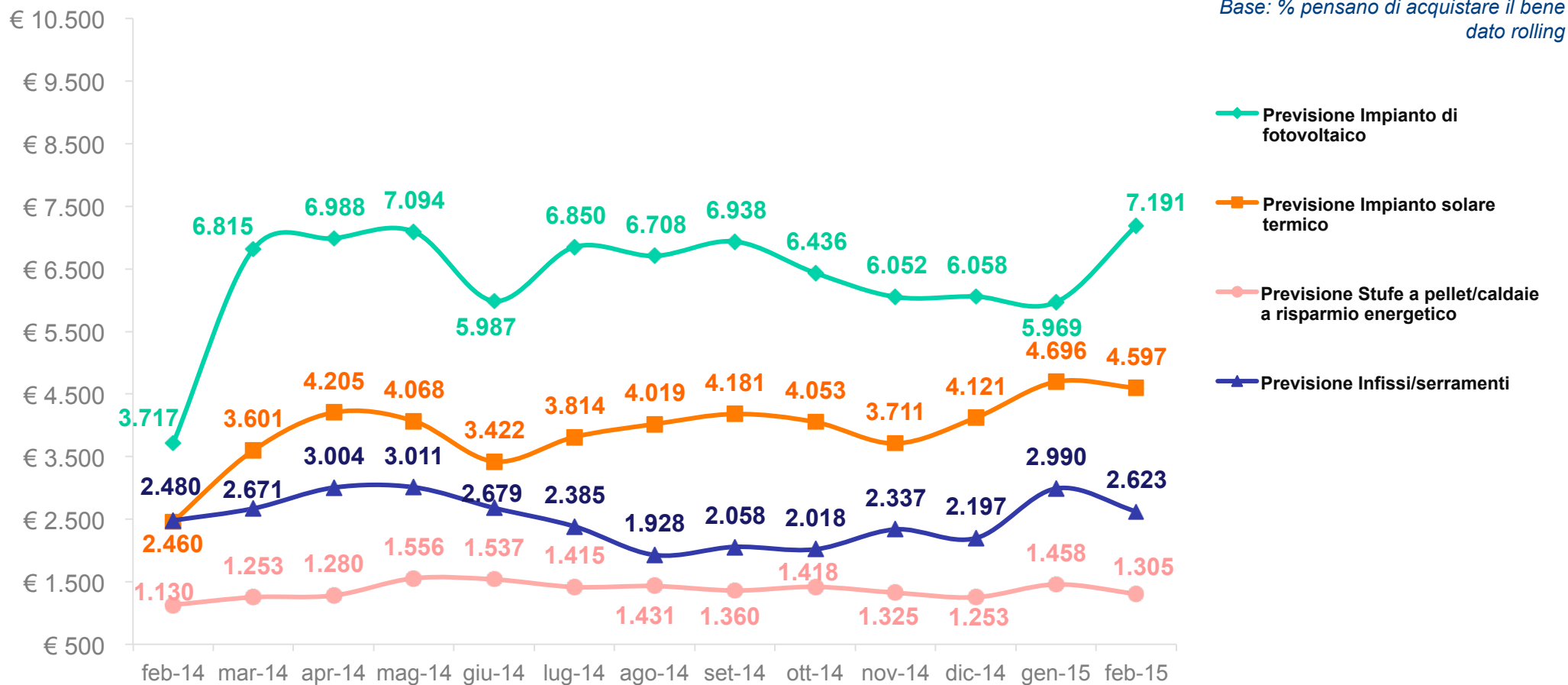
Base: totale campione
Da marzo 2014 dato rolling



Valori %

L'ammontare medio di spesa previsto per prodotti per l'EFFICIENZA ENERGETICA a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?



argomento del mese:

**I nuovi prodotti che incidono
sulla spesa delle famiglie**

Inflazione e percezioni

NEWS

L'Istat conferma:
a gennaio i prezzi
si sono contratti
dello 0,6% rispetto
allo stesso mese
di un anno fa!



Negli ultimi tempi i quotidiani hanno spesso dato spazio a titoli e articoli sulla caduta dei prezzi in Italia.

Crollo che ha a che fare con la crisi, specie della domanda interna - minori richieste di beni e servizi inducono la contrazione dei prezzi -, ma anche con alcune dinamiche sovranazionali, tra cui il calo del prezzo del greggio e di alcuni prodotti agricoli come la soia. A certificare questa riduzione ci pensa **l'Istat**, tramite gli aggiornamenti mensili sull'andamento dei prezzi. L'Istat infatti calcola l'andamento dei prezzi al consumo sulla base di un **paniere di beni**, cioè un insieme di prodotti che si ritiene rappresenti i consumi ordinari dei cittadini.

Nel 2015 il paniere utilizzato per il calcolo si compone di ben **1.441 prodotti** raggruppati in 12 macro categorie di beni e servizi. Nel complesso vengono rilevate circa **597.500 quotazioni di prezzo** ogni mese, di cui circa 501.900 raccolte sul territorio (punti vendita, imprese, istituzioni) e 95.600 rilevate centralmente dall'Istat (circa 13.000 sono rilevazioni effettuate sul web). Ogni anno vengono rivisti e aggiornati i prodotti che compongono il paniere. Ad esempio, tra i nuovi prodotti del 2015 si segnalano alcuni alimenti senza glutine (pasta e biscotti) e il car sharing. Escono invece il navigatore satellitare e il registratore DVD.

Ma questa rilevazione oggettiva, realizzata con approccio scientifico, **come si rapporta alle percezioni dei consumatori?** Realtà e percezione della stessa sono due dimensioni importanti in economia, che finiscono per influenzarsi reciprocamente. Chiedendo agli italiani percettori di reddito di quali prodotti e servizi avessero notato nell'ultimo anno un aumento dei prezzi e di quali, al contrario, una diminuzione, abbiamo rilevato delle sorprese.

Nuovi beni e vecchio budget

NEWS

Ma i consumatori percepiscono inflazione e deflazione? Di quali beni in particolare? E quali sono i beni che oggi incidono più che in passato sul budget?

Gli aumenti percepiti hanno riguardato in particolare le utenze domestiche (acqua, gas ed elettricità, nonostante la riduzione del costo dell'energia), poi i **tabacchi**, quindi i **servizi sanitari** e le **spese per la salute**, infine i **trasporti pubblici** ed i prodotti **alimentari**. Le percezioni di aumenti riguardano spesso voci di costo difficilmente eludibili, in altri casi beni per i quali non è facile andare alla ricerca di una offerta più competitiva. In generale dietro agli aumenti si pensa che ci siano le solite speculazioni, le crisi politiche internazionali (con un Medio Oriente sempre più nel caos) ma anche l'inefficienza della catena produttiva, tutti fenomeni che generano gli aumenti delle materie prime.

Tra i prodotti su cui gli italiani hanno notato una diminuzione dei prezzi primeggiano i **carburanti** – il mercato ha subito rilevato lo scossone internazionale –, i **prodotti alimentari** e **l'abbigliamento e calzature** (in cui il campione si divide tra coloro che hanno registrato un aumento e coloro che hanno notato una contrazione dei prezzi). È da rimarcare anche **che un ruolo importante nel contenimento dei prezzi** sembra essere legato al **canale: GDO** tradizionale ed **e-commerce** hanno consentito di contenere le spese.

Nuovi beni accresceranno sempre di più la propria incidenza sui **futuri bilanci delle famiglie**: il loro monitoraggio dovrà diventare sempre più analitico. Su tutti emergono **l'assistenza agli anziani** (specchio di un Paese che invecchia), gli impianti per **l'efficacia energetica** (uno spiraglio di sostenibilità e sviluppo), la cura degli **animali domestici** (per alleviare la solitudine di famiglie mono-componenti), **l'istruzione post universitaria** (sempre più richiesta per inserirsi nel mercato del lavoro) e **l'assistenza domestica** (godiamoci il poco tempo che ci rimane).



Aumentano maggiormente le spese per abitazioni, tabacchi e per la salute mentre diminuisce il prezzo dei carburanti

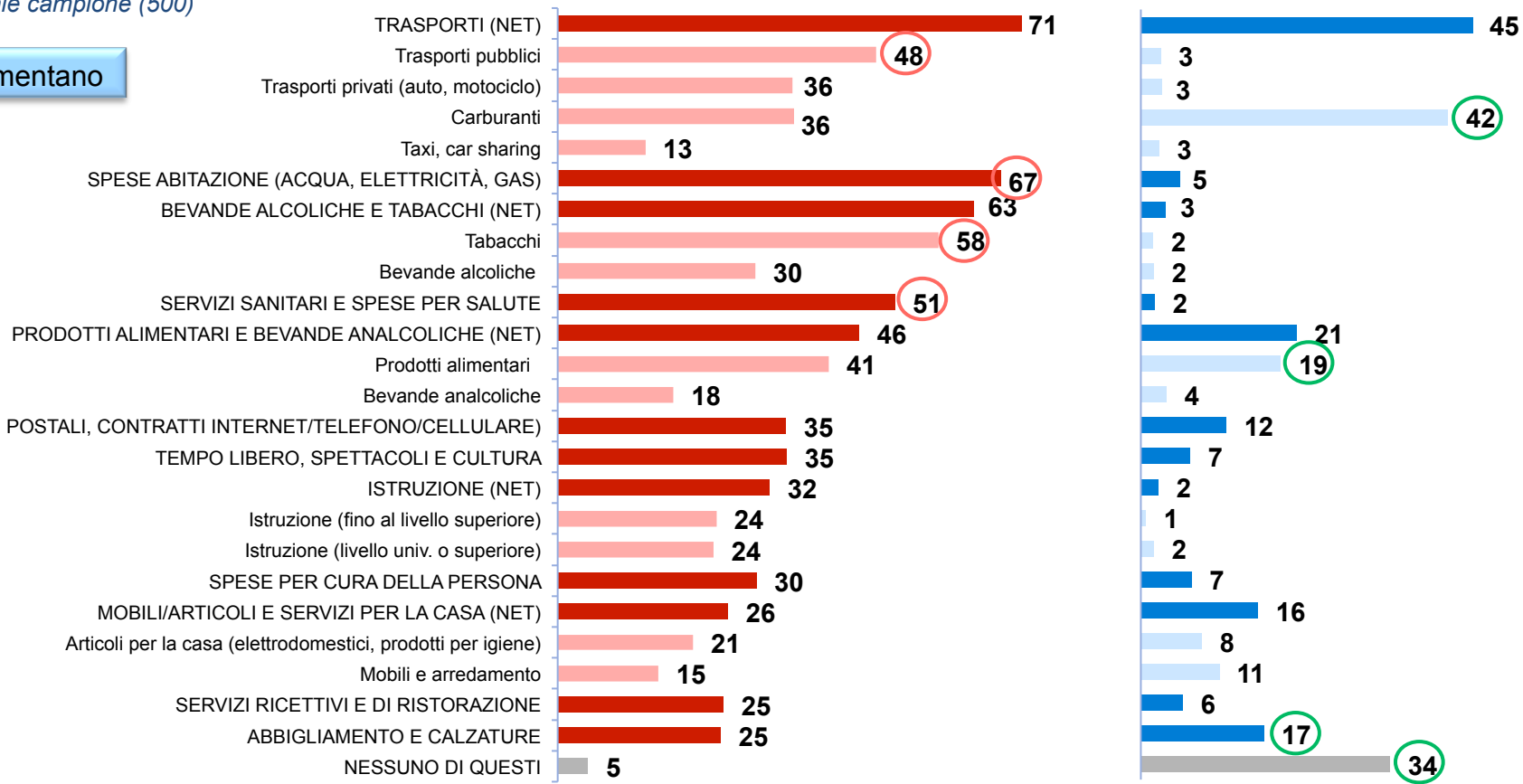
In base alla sua esperienza, di quali prodotti e servizi sono aumentati/diminuiti di più i prezzi nell'ultimo anno? Ci sono altri prodotti/servizi oltre a quelli indicati che hanno visto aumentare/diminuire i prezzi?

Base: totale campione (500)

Aumentano

Valori %

Diminuiscono

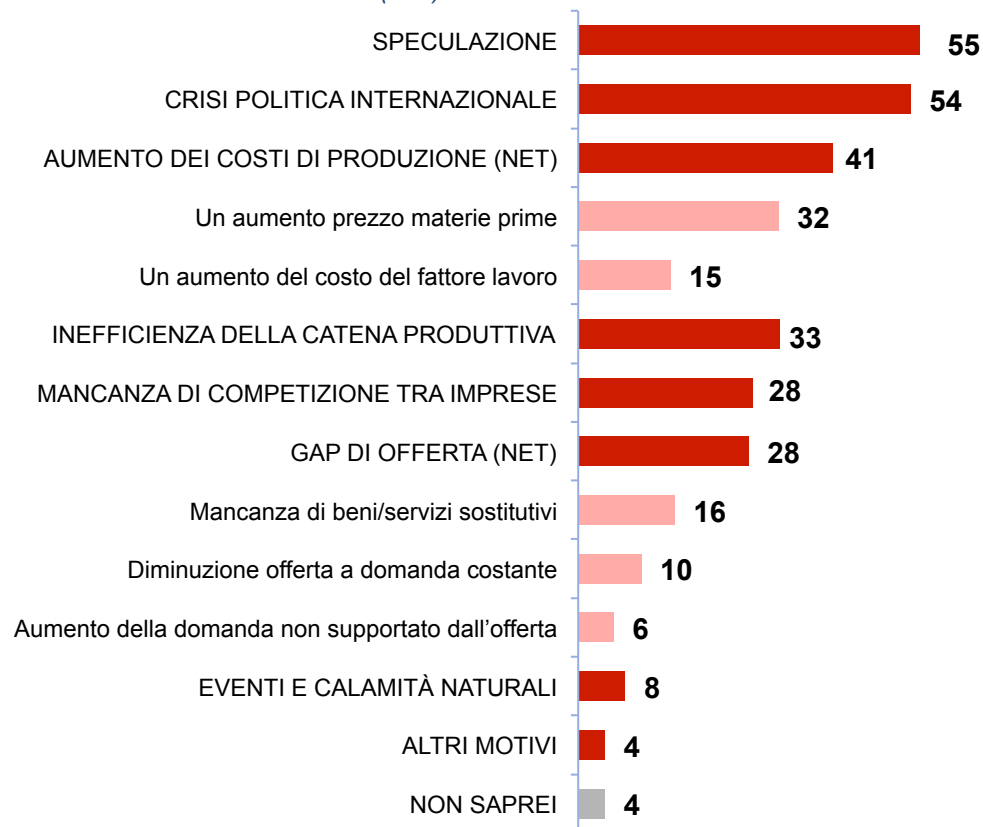


Speculazione, crisi politica internazionale ed eccessivi passaggi per ottenere il prodotto finale sono le cause principali dei rincari

A cosa sono dovuti secondo lei gli aumenti di prezzo che ha notato?

Base: affermano che c'è stato almeno un aumento (477)

Valori %



Speculazione



Crisi politica internazionale

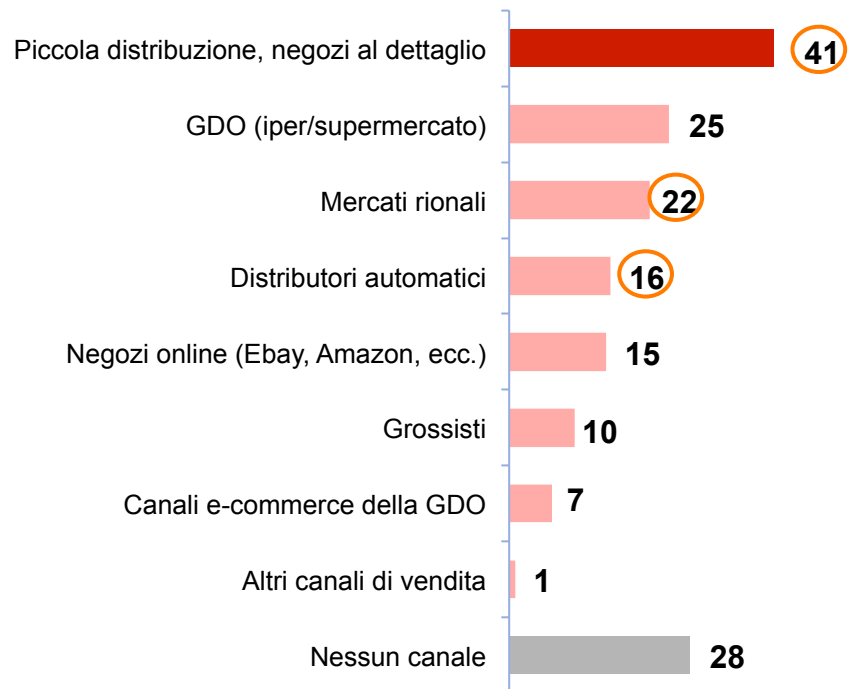


Inefficienza della catena produttiva

I canali di vendita fisici (eccetto la GDO) nell'ultimo anno hanno mostrato un aumento dei prezzi mentre sono diminuiti sui negozi online

In base alla sua esperienza ci sono dei canali di vendita specifici in cui ha notato un aumento del livello dei prezzi nell'ultimo anno? Può indicare se preferisce il nome proprio delle catene di negozi o il nome del sito.

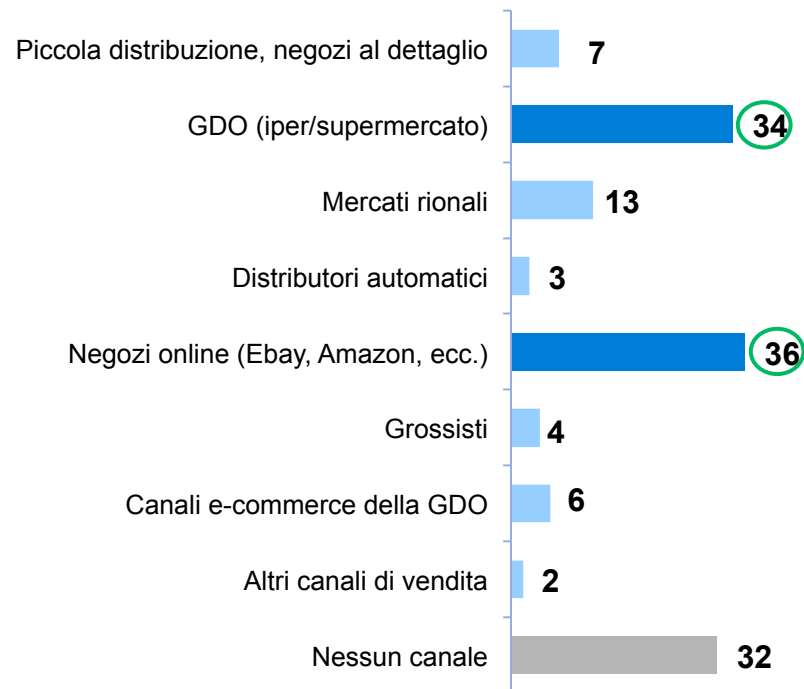
Base: totale campione (500)



E invece ci sono dei canali di vendita specifici in cui ha notato una diminuzione del livello dei prezzi grazie a sconti e promozioni applicati sui prodotti?

Base: totale campione (500)

Valori %

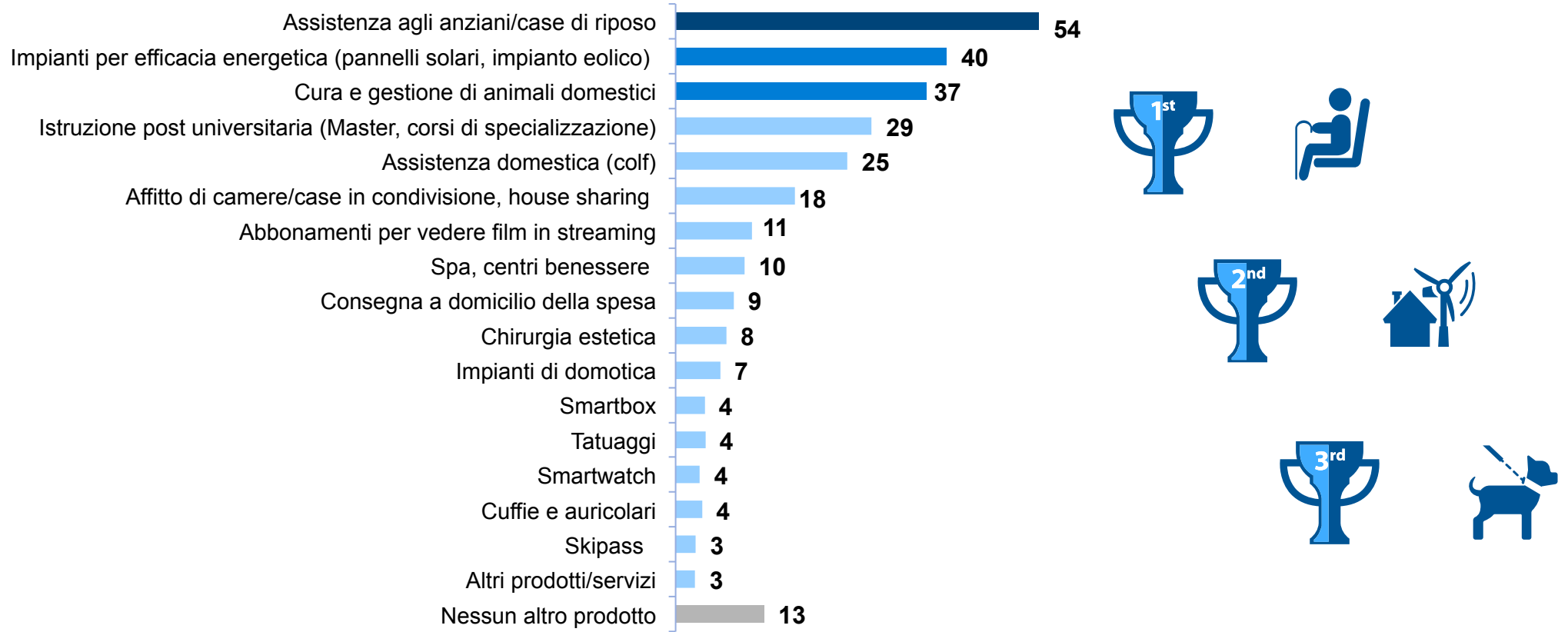


Le spese per l'assistenza agli anziani, per impianti per l'efficacia energetica e per la cura degli animali domestici sono le spese che secondo gli italiani andrebbero monitorate

Esistono in base alla sua esperienza, prodotti e servizi importanti, che incidono sulle spese delle famiglie e che andrebbero monitorati e, se non presenti, aggiunti al paniere nel prossimo futuro?

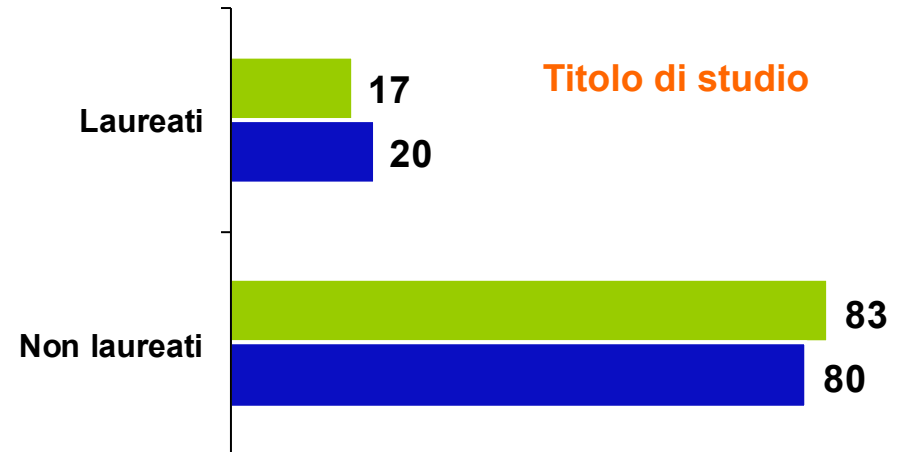
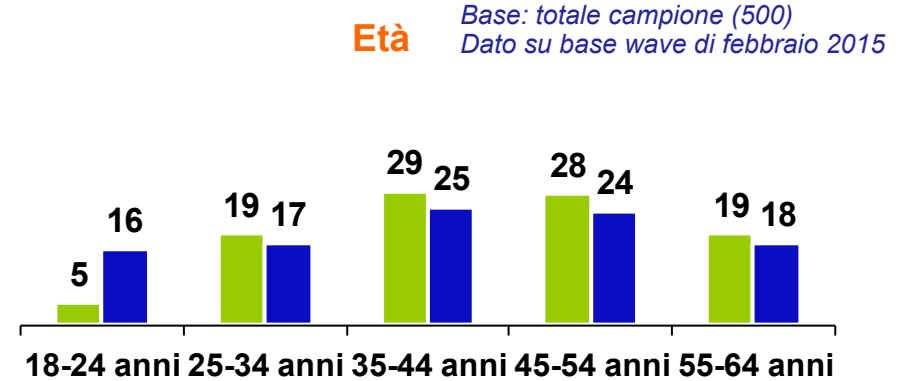
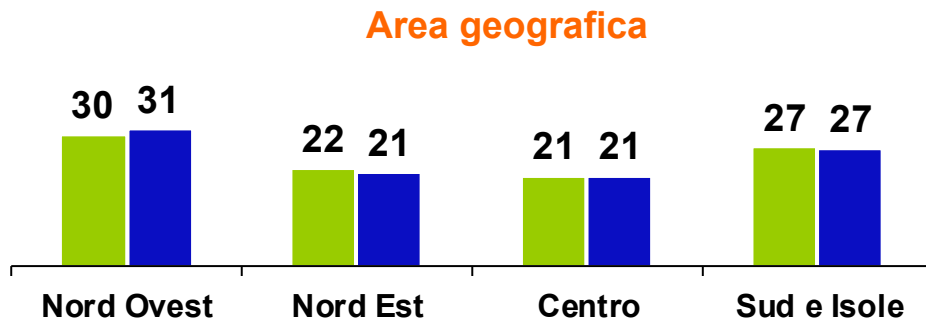
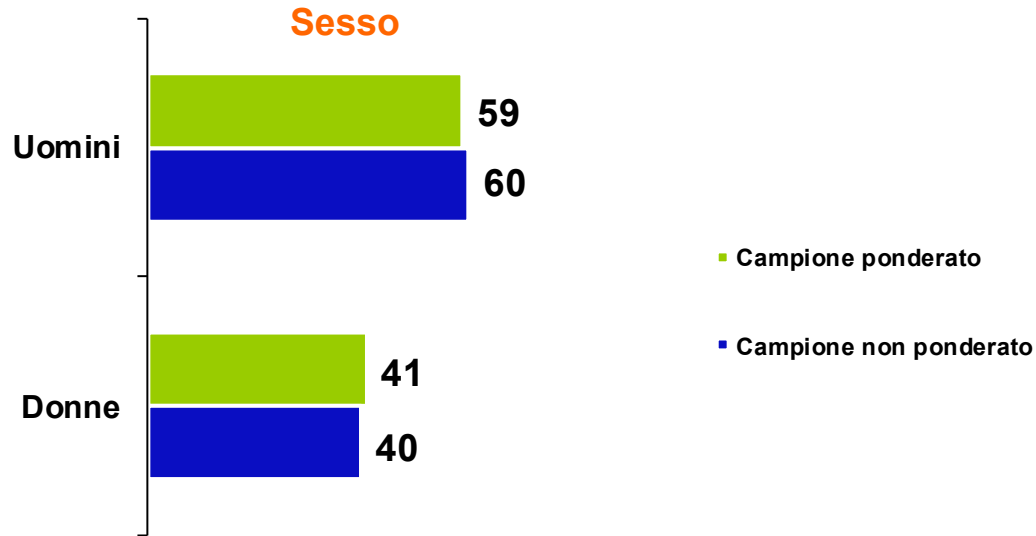
Valori %

Base: totale campione (500)



Il campione

Il campione

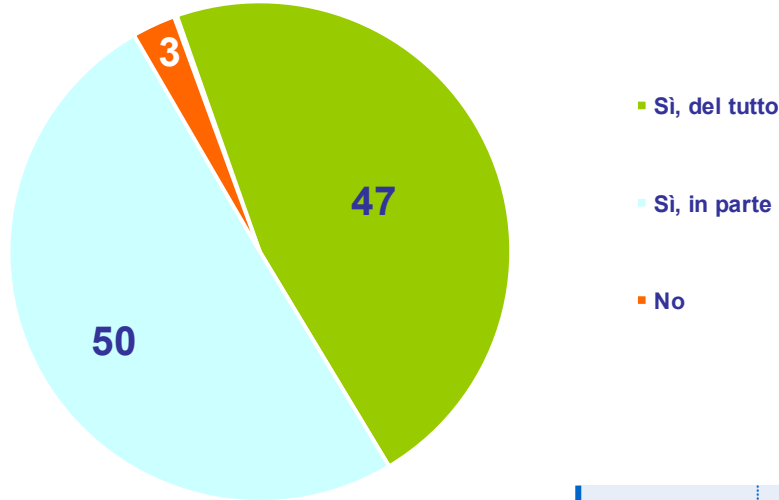


Il responsabile degli acquisti

Per ciò che riguarda gli acquisti in famiglia, è Lei che se ne occupa?

Base: totale campione (500)
Dato su base wave di febbraio 2015

Valori %



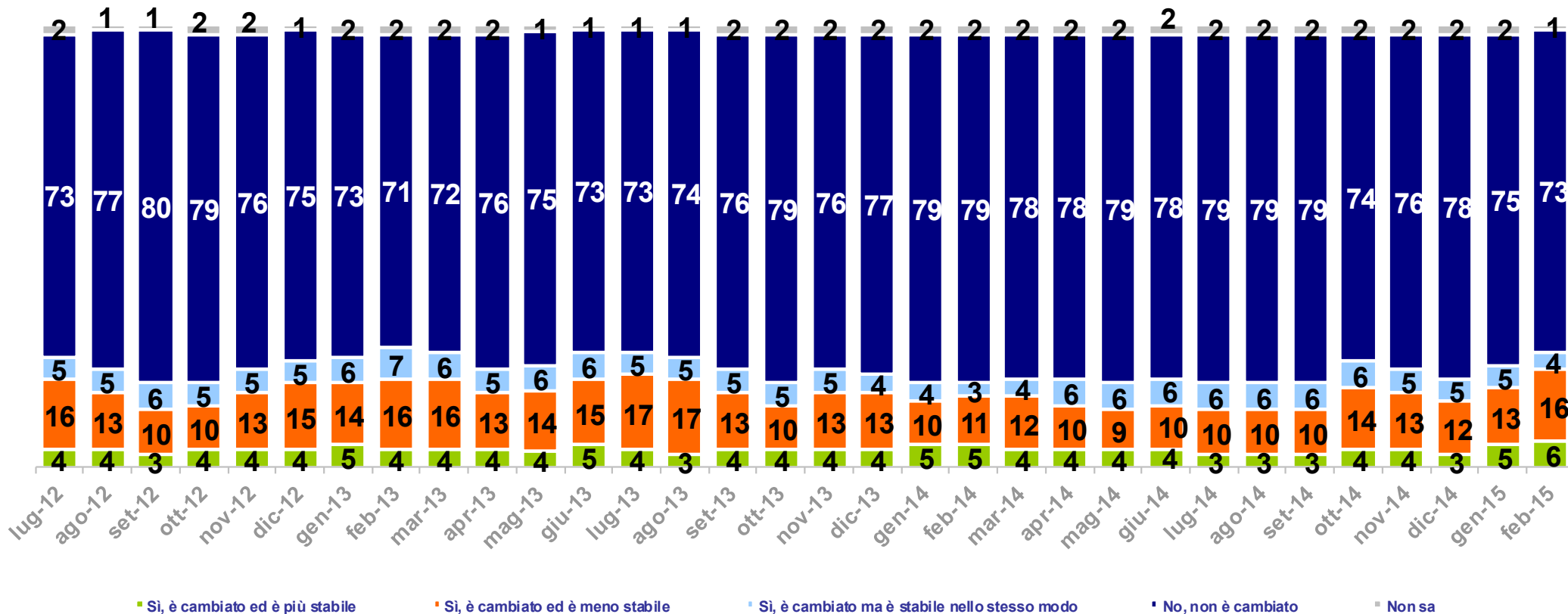
	Uomo	Donna	18-34	35-44	45-64
Base	296	204	120	143	237
Si, del tutto	38	60	36	46	53
Si, in parte	58	40	58	52	45
No	4	-	6	2	2
Non indica	-	-	-	-	-

Il contratto di lavoro

Valori %

È cambiato il suo contratto di lavoro negli ultimi 12 mesi?

Base: totale campione
Dato rolling





L'Osservatorio Findomestic · Mensile

Findomestic Banca S.p.A.

Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze I
Capitale Sociale 659.403.400 Euro i.v. - R.E.A. 370219 FI

Cod. Fisc./PIVA e R.I. di FI 03562770481 - Albo Banche n°5396
Iscritta all'Albo dei Gruppi Bancari come "Findomestic Gruppo" al n. 3115.3

Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte del Socio Unico
BNP Paribas Personal Finance S.A. - Parigi (Gruppo BNP Paribas)

Associata ABI Associazione Bancaria Italiana
ed ASSOFIN Associazione Italiana del Credito al Consumo ed Immobiliare

www.osservatoriofindomestic.it



Più responsabili, insieme