

L'Osservatorio Findomestic • Mensile



Il clima di fiducia
e le intenzioni di acquisto
degli italiani

**INDAGINE
DICEMBRE
2016**





MILANO, 6 DICEMBRE 2016

9 italiani su 10 trascorreranno il Natale a casa, solo il 4% consumerà il pranzo natalizio fuori.

9 italiani su 10 fanno i regali di Natale, ma 4 su 10 preferirebbero non farli.

Il 61% degli italiani pensa di spendere in regali come lo scorso anno; il 24% meno e solo l'8% di più. Il 58% del campione destinerà ai regali fino a €300, il 22% tra €300 e €500, il 10% oltre €500. I regali sono soprattutto per i propri familiari (84%) e poi per gli amici (33%). Il 17% degli intervistati dichiara di farsi un regalo in occasione del Natale.

I mercati dei beni durevoli: in aumento la propensione all'acquisto dei mobili e dell'intero comparto informatica, telefonia e fotografia. Segno positivo anche per le auto nuove e moto. In lieve calo, invece, la propensione all'acquisto di viaggi e vacanze.

Crescono rispetto al mese scorso gli indicatori di sentiment.

Il Natale è una festa molto amata dagli italiani: al 75% del campione, infatti, piace il periodo natalizio. È un momento soprattutto di condivisione e aggregazione (lo pensa il 43% del campione), da trascorrere in compagnia dei propri affetti. Quanto alle tradizioni, solo il 5% degli intervistati sostiene di fare il presepe; il 52% fa anche l'albero e il 32% solo l'albero.

Quasi 9 italiani su 10 amano trascorrere il Natale in casa, con la propria famiglia e gli amici; solo il 3% lo passerà in viaggio o in vacanza. Anche per quanto riguarda la cena della Vigilia o il pranzo di Natale vince la tradizione di ritrovarsi in casa (propria o di altri familiari/amici): lo fa l'87% del campione. Solo il 4% consuma il pasto principale di questa giornata fuori casa, nei ristoranti, nelle pizzerie o negli agriturismo.

9 italiani su 10 fanno i regali di Natale, ma non tutti sono contenti di sostenere questa spesa. 4 su 10, infatti, preferirebbero non doverla sostenere. I regali si fanno soprattutto ai propri familiari (84% del campione) e poi agli amici (33%).

Il 17% degli intervistati dichiara di farsi un regalo in occasione del Natale.

Nella scelta del regalo si tiene conto principalmente del gusto di chi lo riceverà (48%) e, in secondo luogo, della sua utilità (28%). Il 61% degli italiani pensa di spendere in regali di Natale quanto ha speso lo scorso anno; il 24% pensa di spendere meno e solo l'8% pensa di destinare ai regali più denaro dell'anno scorso. I prodotti alimentari e i libri sono le voci di spesa per le quali si pensa di spendere un po' di più del Natale scorso.

Entrando nel dettaglio del budget, il 58% del campione destinerà ai regali fino a € 300, il 22% pensa di spendere tra € 300 e € 500, il 10% oltre € 500.

Gli ipermercati e internet sono i luoghi in cui si acquistano principalmente i regali di Natale, seguiti dai negozi tradizionali.

Il periodo natalizio è anche l'occasione per trascorrere qualche giorno lontani dal proprio comune di residenza: pensa di farlo il 32% degli intervistati.



MILANO, 6 DICEMBRE 2016

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

I MERCATI

I veicoli: trend positivo per le auto nuove ed i motocicli. In crescita la previsione di spesa per le auto usate.

La propensione all'acquisto di automobili nuove passa da 10,7% a 11,8% e la spesa media che si intende sostenere è di 18.215 euro. Crescita anche per il segmento dei motocicli (da 5,3% a 5,7%) con un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 2.171 euro. Si registra una contrazione, invece, nel comparto delle auto usate (da 8,9% a 8,6%) con una spesa di 6.166 euro.

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

progetti di ristrutturazione.

I dati del settore registrano un segno negativo per quanto riguarda i progetti di ristrutturazione (da 14,4% a 13,4%) ed una leggerissima contrazione nel segmento casa/appartamento (da 7,0% a 6,9%). Cresce, invece, la propensione all'acquisto nel comparto mobili (da 21,9% a 22,2%) con una previsione di spesa che si attesta a 2.439 euro.

Informatica, telefonia e fotografia: dati positivi per l'intero comparto.

Il segmento della telefonia registra una crescita nell'intenzione d'acquisto che passa dal 27,1% al 28,1%; seguono il settore tablet/e-book (da 15,2% a 16,1%), quello della fotografia (da 13,8% a 14,1%), PC ed accessori (dal 21,2% al 22,5%). 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 20,6% a 19,2%), a cui fa seguito una crescita nei comparti dei piccoli elettrodomestici (da 29,9% a 31,9%) ed elettronica di consumo (da 20,4% a 22,8%). La previsione di spesa si attesta a 724 euro per i grandi elettrodomestici, 498 euro per l'elettronica di consumo ed infine 184 euro per i piccoli elettrodomestici.

Efficienza energetica: trend positivo per le intenzioni d'acquisto dei comparti di infissi/serramenti e caldaie a risparmio energetico. In calo, invece, i segmenti di impianti fotovoltaici e solari-termici.

Si registra una contrazione per gli impianti fotovoltaici (da 5,3% a 5,2%) con un controvalore in previsione di spesa che ammonta a 6.281 euro; in flessione anche il segmento di impianti solari-termici (da 5,5% a 5,4% per 4.160 euro). Segno positivo, invece,



MILANO, 6 DICEMBRE 2016






















per le caldaie a risparmio energetico (da 8,4% a 8,9% per 1.426 euro) ed infissi/serramenti (da 10,0% a 10,5% per 2.944 euro).

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

Segno negativo per il settore di viaggi e vacanze, dove le intenzioni d'acquisto passano dal 40,8% al 40,5%; il segmento guadagna però +5,2 punti percentuali rispetto al confronto congiunturale con lo stesso periodo durante lo scorso anno. Lieve flessione anche nelle attrezzature ed abbigliamento sportivo dove si passa da un 24,7% ad un 23,7%. Gli intervistati si dimostrano, invece, più propensi all'acquisto di attrezzature fai-da-te che registrano una crescita che va dal 25,2% al 25,7%.



LA SINTESI DEI TREND

		CONFRONTO OTT 2016	CONFRONTO NOV 2015	
	SENTIMENT	Rispetto al mese scorso gli indicatori di sentiment migliorano lievemente mentre rimangono pressochè invariati rispetto a un anno fa.		
	VEICOLI	A novembre crescono, rispetto al mese scorso, le intenzioni di acquisto di auto nuove e motocicli. In lieve calo le auto usate. A livello tendenziale le intenzioni di acquisto per le vetture nuove è in calo, mentre si registra un lieve incremento per le auto di seconda mano.		
	CASA	Rispetto al mese scorso sono in lieve calo gli intenzionati ad acquistare immobili, più consistente il calo per la ristrutturazione di immobili. Si conferma anche questo mese il trend positivo per i «mobili». In generale, il comparto «casa» è in decisa crescita a livello «tendenziale».		
	INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA	A novembre aumentano a livello congiunturale le intenzioni di acquisto per il comparto «informatica, telefonia e fotografia». A livello tendenziale forte ripresa per telefonia mentre calano le intenzioni di acquisto per fotocamere/videocamere.		
	ELETTRODOMESTICI	In ripresa a novembre, rispetto al mese scorso, le intenzioni di acquisto per piccoli elettrodomestici e elettronica di consumo, in lieve calo gli elettrodomestici bianchi (anche a livello tendenziale). Rispetto allo scorso anno sono in forte calo gli intenzionati ad acquistare elettronica di consumo. Segno positivo solo per i piccoli elettrodomestici.		
	EFFICIENZA ENERGETICA	Rispetto a ottobre si registra un lieve incremento nelle intenzioni di acquisto per gli infissi e per le stufe a pellet/caldaie. A livello tendenziale per il comparto «energetico» prosegue il trend positivo, in lieve diminuzione solo gli intenzionati ad acquistare un impianto fotovoltaico.		
	TEMPO LIBERO	Nel mese di novembre si registra un calo rispetto al mese scorso per il comparto «tempo libero», ad eccezione delle spese per «attrezzature fai da te». A livello tendenziale continua il trend positivo per viaggi e vacanze che compensa la riduzione delle intenzioni di acquisto per «attrezzature/abbigliamento sportivi» e «attrezzature per il fai da te».		



SCENARIO ECONOMICO



SCENARIO ECONOMICO

PIL



2015	2016 apr-giu (A-1)
+0,8%	+0,7%

Il PIL italiano è cresciuto dello 0,8% nel 2015. Da aprile a giugno 2016 il prodotto interno lordo è aumentato dello 0,7% rispetto al secondo 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.

TASSO DI DISOCCUPAZIONE



	2015 dic	2016 ago	2016 set
Overall	11,4%	11,4%	11,7%
Giovanile (15-24 anni)	37,9%	38,8%	37,1%

La disoccupazione totale aumenta di 0,3 punti percentuali sia rispetto al mese precedente sia rispetto a dicembre 2015. La disoccupazione giovanile cala di 1,7 punti percentuali a livello congiunturale e di 0,8 punti percentuali rispetto a dicembre 2015.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO



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

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



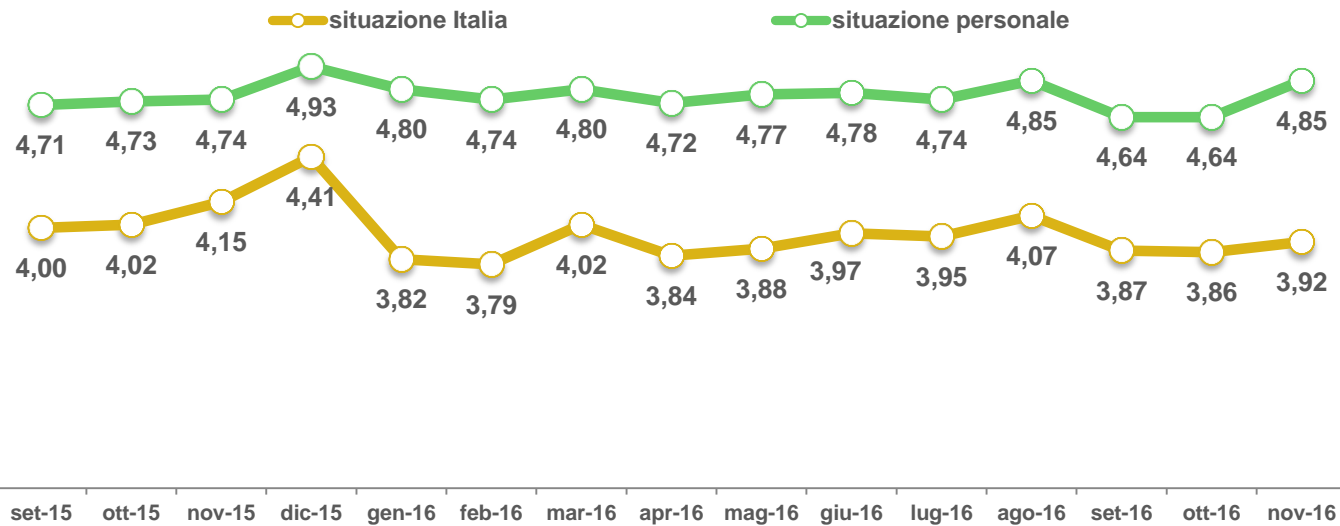
SENTIMENT



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 OTT 2016 CONFRONTO NOV 2015



+0,2



+0,1



+0,1



-0,2

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



INTENZIONI D'ACQUISTO

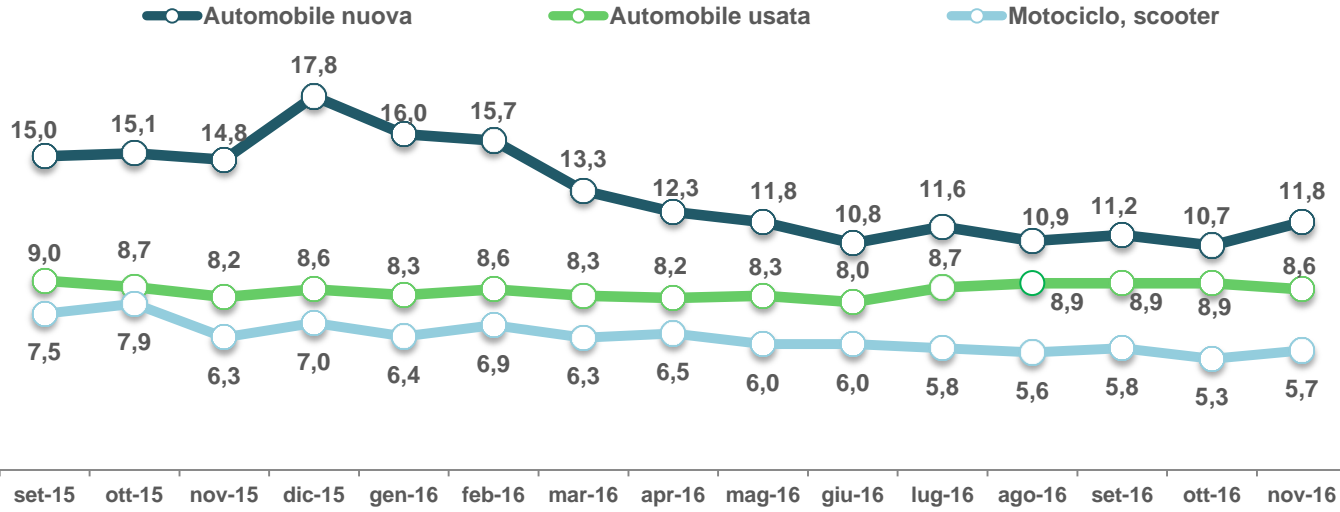


MERCATO VEICOLI



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 OTT 2016	CONFRONTO NOV 2015
	+1,1 P.P.	-3,0 P.P.
	-0,3 P.P.	+0,4 P.P.
	+0,4 P.P.	-0,6 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



18.215€



6.166€



2.171€

Base: % pensano di acquistare il bene



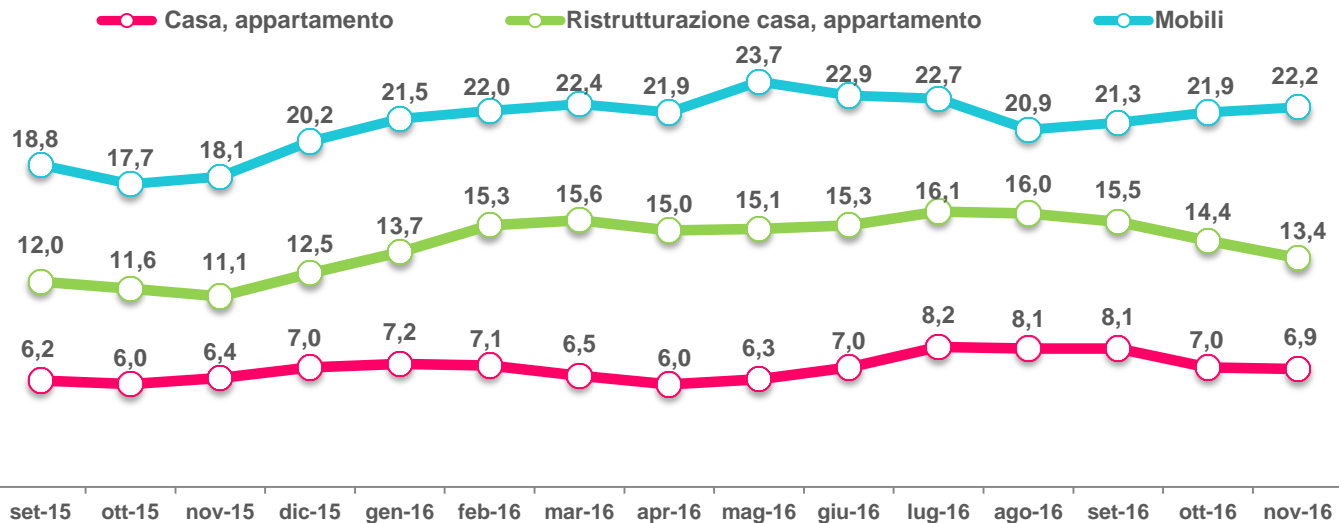
CASA



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
OTT 2016

CONFRONTO
NOV 2015



+0,3 P.P.



+4,1 P.P.



-1,0 P.P.



+2,3 P.P.



-0,1 P.P.



+0,5 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto (mobili)?



2.439€

Base: % pensano di acquistare il bene

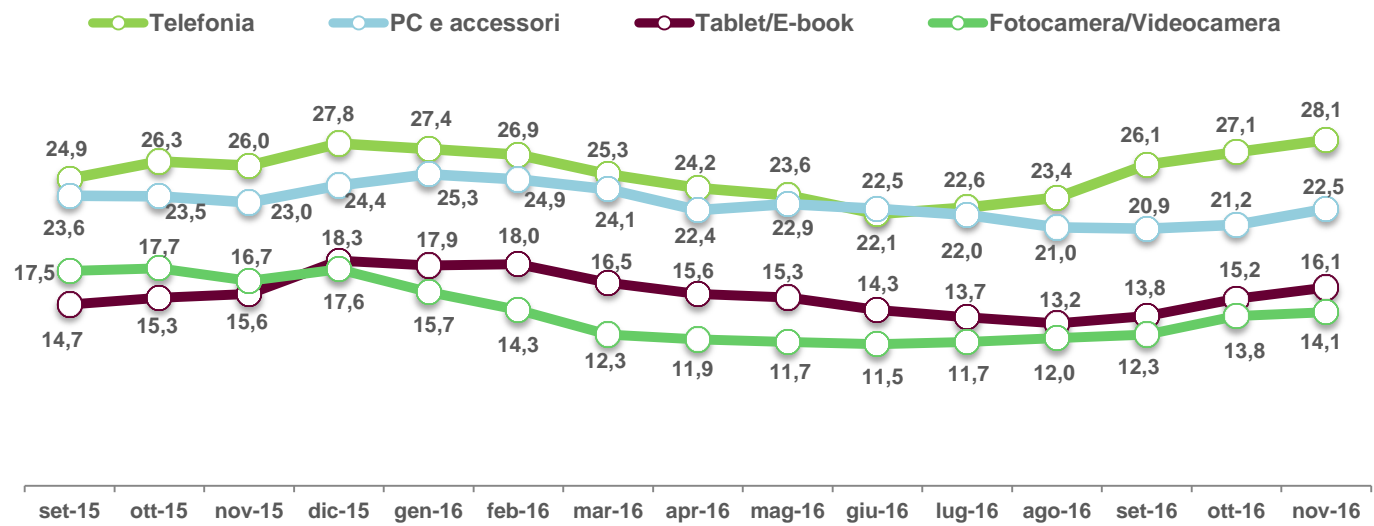


INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



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 OTT 2016 CONFRONTO NOV 2015

	↑ +1,0 P.P.	↑ +2,1 P.P.
	↑ +1,3 P.P.	↓ -0,5 P.P.
	↑ +0,9 P.P.	↑ +0,5 P.P.
	↑ +0,3 P.P.	↓ -2,6 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



353€



498€



280€



296€

Base: % pensano di acquistare il bene

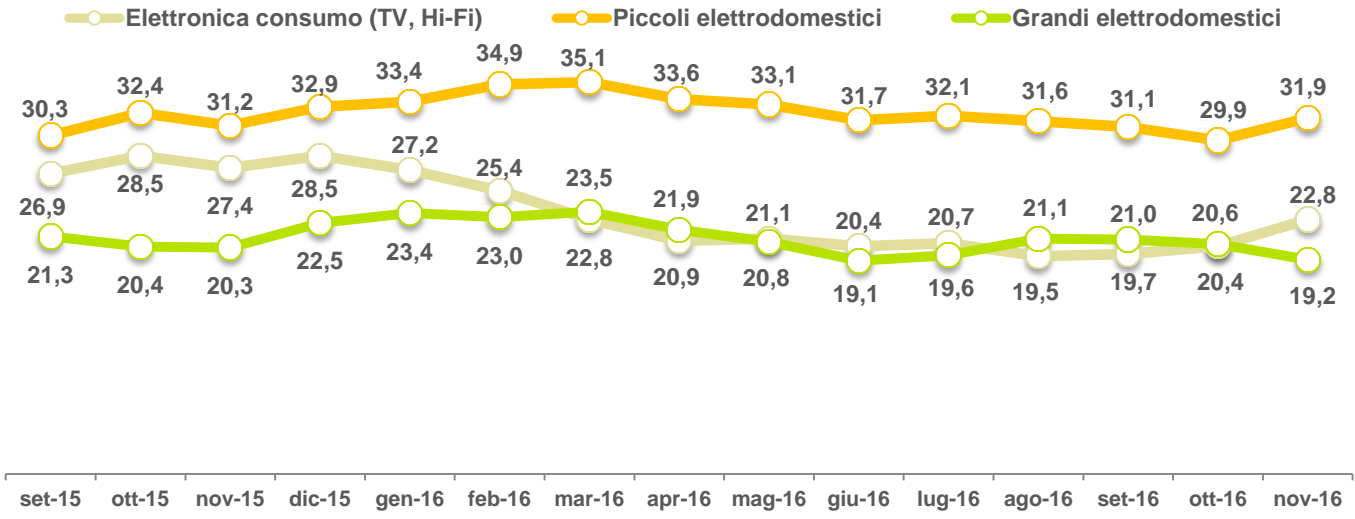


ELETTRODOMESTICI



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	CONFRONTO
OTT 2016	NOV 2015

+2,0 P.P.	+0,7 P.P.
+2,4 P.P.	-4,6 P.P.
-1,4 P.P.	-1,1 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



184€



498€



724€

Base: % pensano di acquistare il bene

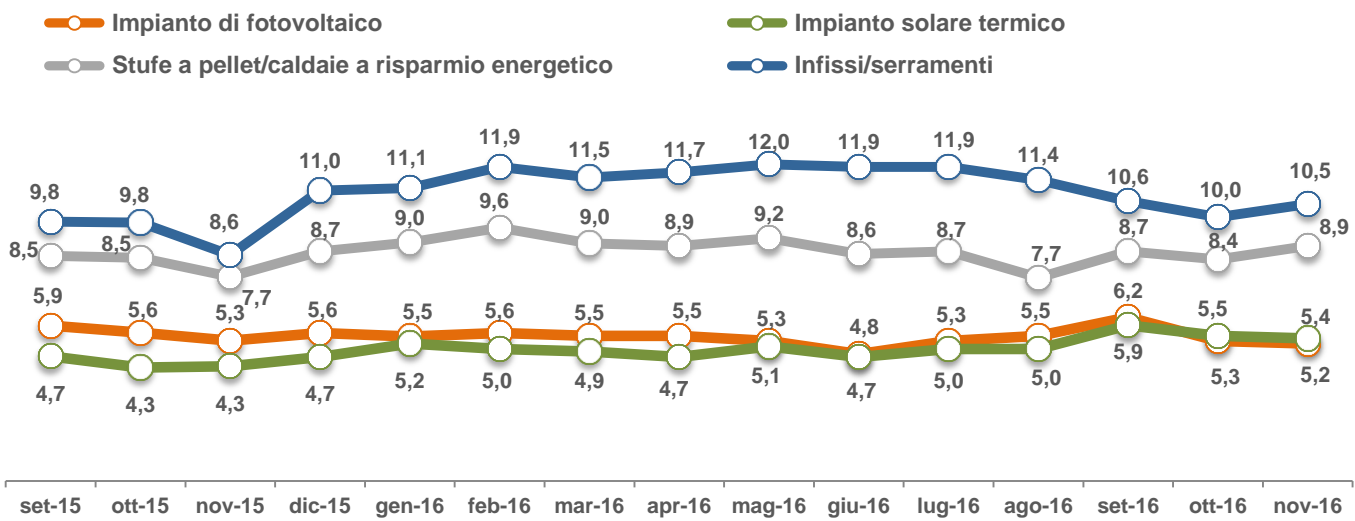


EFFICIENZA ENERGETICA



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 OTT 2016 CONFRONTO NOV 2015



↑ +0,5 P.P. ↑ +1,9 P.P.



↑ +0,5 P.P. ↑ +1,2 P.P.



↓ -0,1 P.P. ↓ -0,1 P.P.



↓ -0,1 P.P. ↑ +1,1 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



2.944€



1.426€



6.281€



4.160€

Base: % pensano di acquistare il bene

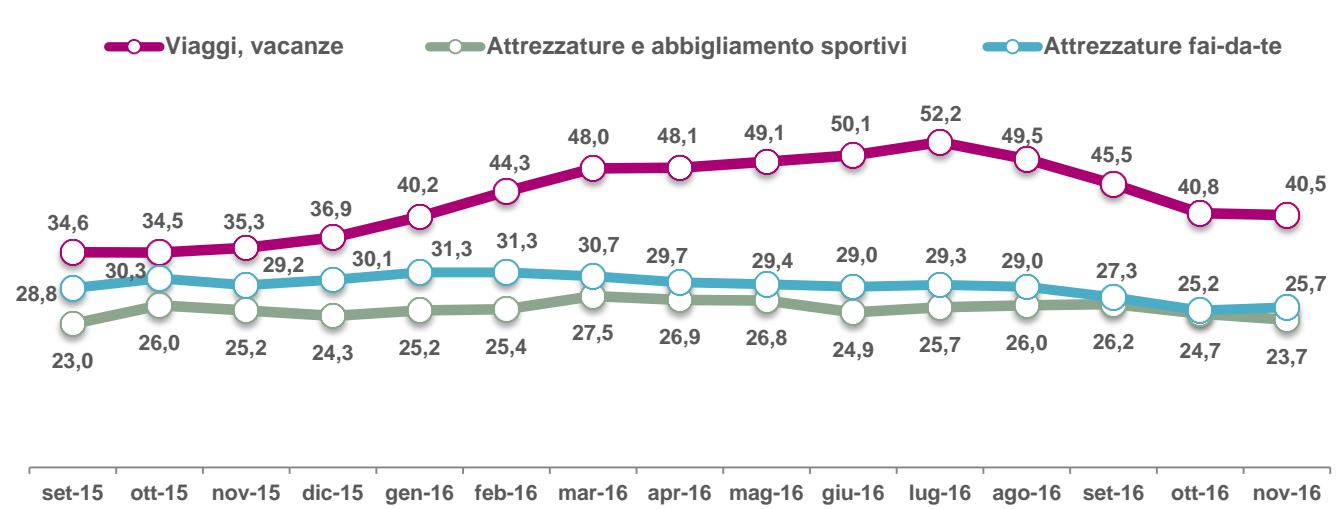


TEMPO LIBERO



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



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



1.226€



189€



260€

Base: % pensano di acquistare il bene



ARGOMENTO DEL MESE



MILANO, 6 DICEMBRE 2016

IL NATALE DEGLI ITALIANI, TRA TRADIZIONE E MODERNITÀ

Il Natale è una festa molto amata dagli italiani: al **75%** del campione il periodo natalizio piace (molto o abbastanza). È un momento soprattutto di **condivisione e aggregazione** (lo pensa il 43% del campione), da trascorrere in compagnia dei propri affetti.

Per quanto riguarda le tradizioni natalizie, il **5%** degli intervistati dice di fare **solo il presepe**; il **52%** fa **anche l'albero** e il **32%** **solo l'albero**.

Quasi 9 italiani su 10 amano trascorrere il Natale in casa, con la propria famiglia e gli amici. Solo il 3% lo passerà fuori casa (in viaggio o in vacanza).

Anche per quanto **riguarda la Cena della Vigilia o il Pranzo di Natale** vince la tradizione di ritrovarsi in casa (propria o di altri familiari/amici): lo fa l'**87%** del campione.

Solo il 4% consuma il pasto principale di questa giornata fuori casa, nei ristoranti, nelle pizzerie o negli agriturismo.

9 ITALIANI SU 10 FANNO I REGALI DI NATALE. 3 SU 10 PENSANO DI TRASCORRERE QUALCHE GIORNO FUORI CASA DURANTE LE FESTIVITÀ

9 italiani su 10 fanno i regali di Natale, ma non tutti sono contenti di sostenere questa spesa. **4 su 10**, infatti, preferirebbero non doverla sostenere.

I **regali** si fanno soprattutto per i **propri familiari** (84% del campione) e poi per gli **amici** (33%). Il 17% degli intervistati dichiara di «farsi» un regalo in occasione del Natale.

Nella scelta del regalo si tiene conto principalmente del **gusto** di chi lo riceverà (48%) e, in secondo luogo, della sua **utilità** (28%).

Quanto si spenderà per i regali? Il 61% degli

italiani pensa di spendere in regali di Natale quanto ha speso lo scorso anno; il **24%** pensa di **spendere meno** e solo l'**8%** pensa di destinare ai regali **più** denaro **dell'anno scorso**.

I **prodotti alimentari** e i **libri** sono le voci di spesa per le quali si pensa di spendere un po' di più del Natale scorso.

Entrando nel dettaglio del budget, il **58%** del campione destinerà fino a **€ 300**, il **22%** pensa di spendere **tra € 300 e € 500**, il **10%** oltre **€ 500**.

Gli ipermercati e Internet sono i luoghi in cui si acquistano principalmente i regali di Natale, seguiti dai negozi tradizionali.

Il periodo natalizio è anche l'occasione per trascorrere qualche giorno **lontani dal proprio comune di residenza**: pensa di farlo il **32%** degli intervistati.



IL NATALE



La tradizione del Natale



Il Natale ha un significato...



... di condivisione aggregazione



Trascorrono il Natale a casa, in famiglia, con amici



Al



degli italiani piace il periodo natalizio



Fanno sia il presepe che l'albero

Cena della Vigilia o pranzo di Natale...



a casa propria




a casa di parenti/amici

I regali di Natale


 Al **48%** degli italiani piace sostenere spese per i regali


Si fanno regali...


 **84%** ... ai familiari più stretti

 **33%** ... agli amici

I luoghi di acquisto dei regali di Natale


 **51%**
Ipermercati

 **47%**
Internet

 **31%**
punti vendita tradizionali

Rispetto allo scorso anno, si spenderà ...

 **8%**

 **61%**

 **24%**

Budget per i regali di Natale

 **58%**
fino a € 300

22%
€ 300 - € 500

10%
oltre € 500



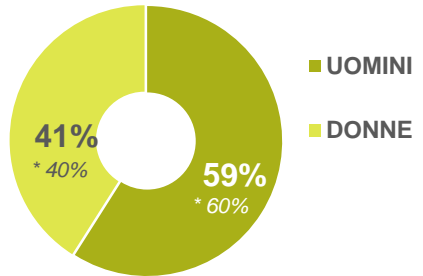
CAMPIONE



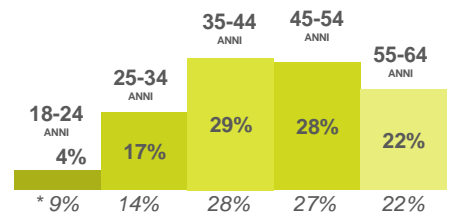
CAMPIONE



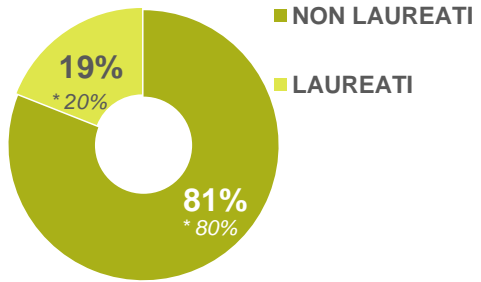
SESSO



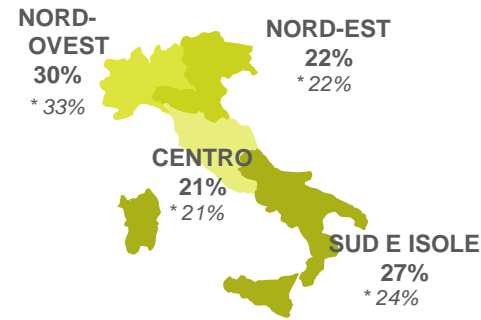
ETÀ



TITOLO DI STUDIO



AREA GEOGRAFICA



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