

L'Osservatorio Findomestic • Mensile



Il clima di fiducia
e le intenzioni di acquisto
degli italiani

INDAGINE
FEBBRAIO
2017





MILANO, 1 FEBBRAIO 2017

Durante le recenti festività natalizie quasi 7 italiani su 10 non sono partiti per le vacanze. La ragione principale è legata a motivi economici (47% su 40% dello scorso anno) o a problematiche legate al proprio lavoro (24%, era il 21% un anno fa).

La maggioranza degli italiani (65%) non si è fatta condizionare dalla paura di attentati terroristici nelle sue scelte di viaggio.

Chi invece è stato impressionato da questi fatti (35% dei vacanzieri) ha evitato di frequentare luoghi troppo affollati (18%), “simbolici” (13%) o di prendere l’aereo (10%). L’84% degli intervistati che sono partiti ha scelto l’Italia che continua a essere percepita come meta turistica più sicura rispetto ad altre (31%).

Trend complessivamente positivo per i mercati dei beni durevoli: in aumento la propensione all’acquisto di viaggi/vacanze (+2,7%). Segno positivo anche per i settori della mobilità, dell’elettronica e

dell’efficienza energetica. Crescono rispetto al mese scorso gli indicatori di sentiment.

Durante le recenti festività natalizie, il 33% degli intervistati ha trascorso qualche giorno di vacanza al di fuori del proprio comune di residenza, 2 punti percentuali in meno rispetto all’anno scorso.

Il 33% di chi ha trascorso un periodo di vacanza si è recato nelle località in cui abitano amici e parenti. Il 25% ha optato per la montagna, apprezzata dagli appassionati di sport invernali e il 17% ha preferito recarsi in una città d’arte. Più distanziate le località termali/di benessere (9%) e il mare (8%). Rispetto allo scorso anno, sono aumentati gli italiani che hanno scelto di andare a trovare amici e parenti (erano il 30%), mentre sono diminuiti quelli che si sono recati in montagna (erano il 29%). Stabili invece coloro che preferiscono visitare le città d’arte.

La scelta della vacanza è stata condizionata principalmente dalla possibilità di essere ospitati

da amici/parenti (45%), in secondo luogo dal desiderio di riposarsi e rilassarsi (32%) e dal tempo a disposizione (31%).

Nella maggior parte dei casi (82%) la vacanza è stata al massimo di una settimana: il 22% ha trascorso lontano da casa solo 2 giorni e il 42% da 3 a 5 giorni.

Le feste di Natale sono l’occasione per gli italiani di trascorrere del tempo con i propri affetti: un italiano su due che è andato in vacanza ha alloggiato presso amici/parenti o presso la propria seconda casa, contro il 31% che invece ha scelto l’albergo.

A proposito di strutture ricettive, Internet è sempre più utilizzato per effettuare le prenotazioni: l’ha usato il 64% di chi ha trascorso giorni di vacanza in un albergo/b&b, villaggi o in una casa affittata apposta per questa vacanza. Solo il 23% ha contattato telefonicamente/via mail la struttura per prenotare il soggiorno.

Chi è rimasto a casa (67% degli intervistati) lo



MILANO, 1 FEBBRAIO 2017

ha fatto per motivi economici (47% contro il 40% dello scorso anno) o per motivi legati al proprio lavoro (24%, erano il 21% un anno fa). Una quota pari al 15% non ha potuto allontanarsi da casa per problemi di salute o familiari (in calo rispetto all'anno scorso quando era pari al 26%).

Il periodo di Natale e Capodanno è stato purtroppo caratterizzato da attentati terroristici che hanno colpito prima Berlino e poi Istanbul. Tuttavia, nella maggior parte dei casi (65%), questi episodi non hanno condizionato le vacanze di chi ha potuto e voluto concedersi qualche giorno di vacanza. Chi invece è rimasto colpito da questi fatti (pari al 35% dei vacanzieri) ha evitato soprattutto di frequentare luoghi troppo affollati (18%) o "simbolici" (13%), possibili bersagli di attacchi terroristici. Il 10% ha, infine, evitato di prendere l'aereo. Diminuiscono, rispetto allo scorso anno, gli italiani che si sentono condizionati dalla paura di nuovi attentati nelle proprie scelte di viaggio

nel 2017: sono il 48% contro il 54% rilevato nel 2016.

L'84% (era l'82% un anno fa) degli italiani che sono partiti ha scelto l'Italia che continua a essere percepita come meta turistica più sicura di altre rispetto al rischio attentati: lo pensa il 31% degli intervistati, 4 punti percentuali in più dell'anno scorso. L'Europa in generale viene considerata più sicura (9%) di altre località quali l'America o l'Oriente nonostante il vecchio continente sia stato teatro degli ultimi attacchi terroristici.

Quasi 3 italiani su 10 (28%) mantengono un atteggiamento «fatalista» nei confronti di questi eventi: credono che nessuna meta possa considerarsi veramente sicura rispetto al pericolo di attentati.

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: andamento positivo per l'intero comparto della mobilità.

La propensione all'acquisto di automobili nuove passa da 11,0% a 12,5% e la spesa media che si intende sostenere è di 19.152 euro. Incremento anche nel segmento dei motocicli (da 4,9% a 5,9%) per un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 2.523 euro. Si registra una crescita anche nel comparto delle auto usate (da 8,2% a 8,6%) con una spesa di 5.772 euro.

Casa e arredamento: si registra un segno negativo nel comparto dei mobili. Incremento nei segmenti casa/appartamento e progetti di ristrutturazione.

I dati del settore mobili registrano un segno negativo (da 21,4% a 21,2%) con una previsione in termini di spesa che si attesta a 2.366 euro. Trend positivo per quanto riguarda il resto del comparto: progetti di ristrutturazione



MILANO, 1 FEBBRAIO 2017

+0,2% (da 12,3% a 12,5%) e casa/appartamento +0,4% (da 6,4% a 6,8%).

Informatica, telefonia e fotografia: dati positivi per il segmento di PC ed Accessori. Contrazione per quanto riguarda Telefonia, Fotografia e Tablet/E-book

Il segmento della telefonia registra una diminuzione nell'intenzione d'acquisto che passa dal 26,9% al 26,8%; seguono, sempre in calo, il settore della fotografia -0,4% (da 13,9% a 13,5%) e quello di tablet/e-book -0,7% (da 16,2% a 15,5%). In controtendenza il settore di PC ed accessori che cresce di +1,4 punti percentuali (da 22,7% al 24,1%). La previsione in termini di spesa per l'acquisto dei beni del settore va dai 300 euro per foto e videocamere ai 550 euro per un PC.

Elettrodomestici: si registra un trend positivo in tutti i settori del comparto.

In crescita l'intenzione d'acquisto per i grandi elettrodomestici +1,0% (da 19,0% a 20,0%), a cui fa seguito una crescita nei comparti dei

piccoli elettrodomestici +1,7% (da 34,1% a 35,8%) ed elettronica di consumo +0,1% (da 23,3% a 23,4%). La previsione di spesa si attesta a 702 euro per i grandi elettrodomestici, 541 euro per l'elettronica di consumo ed infine 201 euro per i piccoli elettrodomestici.

Efficienza energetica: buon quadro di crescita per l'intero settore.






















Si registra un incremento per gli impianti fotovoltaici +1,1% (da 4,8% a 5,9%) con un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 5.610 euro; in crescita anche i segmenti di impianti solari-termici +0,4% (da 4,6% a 5% per 4.383 euro), caldaie a risparmio energetico +0,9% (da 8,4% a 9,3% per 1.382 euro) ed infissi/serramenti +0,4% (da 10,4% a 10,8% per 2.665 euro).

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

Lieve flessione nelle attrezzature fai-da-te dove si passa da un 27,0% ad un 26,8%. Gli intervistati si dimostrano, invece, più propensi all'acquisto di attrezzature/abbigliamento sportivi che registrano una crescita che va dal 23,5% al 24,1%. Segno positivo anche per il settore di viaggi/vacanze che guadagna +2,7 punti percentuali (da 42,0% a 44,7%).



LA SINTESI DEI TREND

		CONFRONTO DIC 2016	CONFRONTO GEN 2016
	SENTIMENT	In lieve crescita gli indicatori di sentiment a livello congiunturale. A livello tendenziale i valori sono stabili per quanto riguarda la soddisfazione nei confronti della situazione del Paese ed in lieve calo relativamente alla propria situazione personale.	 
	VEICOLI	Rispetto al mese scorso aumentano le intenzioni d'acquisto per il comparto «veicoli», soprattutto delle auto nuove. A livello tendenziale si registra un calo per le auto nuove e per i motocicli, in lieve crescita le auto usate.	 
	CASA	Rispetto al mese scorso andamento opposto per mobili (in lieve calo) e immobili (in crescita sia le intenzioni di acquisto che le ristrutturazioni). A livello tendenziale, sono in lieve calo le intenzioni di acquisto per il comparto «casa», diminuiscono soprattutto gli intenzionati a ristrutturare immobili.	 
	INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA	A gennaio continua il trend positivo per PC, mentre rispetto a dicembre calano gli intenzionati ad acquistare cellulari/smartphone, fotocamere/videocamere e tablet. A livello tendenziale il comparto è in calo, segnatamente per fotocamere/videocamere e tablet.	 
	ELETTRODOMESTICI	Rispetto al mese scorso il comparto «elettrodomestici» registra una crescita, aumentano soprattutto gli intenzionati ad acquistare piccoli e grandi elettrodomestici. A livello tendenziale i piccoli elettrodomestici proseguono il trend positivo, mentre sono in forte calo gli intenzionati ad acquistare elettronica di consumo e grandi elettrodomestici.	 
	EFFICIENZA ENERGETICA	In ripresa, rispetto allo scorso dicembre, le intenzioni di acquisto per il comparto «energetico». Rispetto a gennaio 2016, calano le intenzioni di acquisto di impianti solari termici e infissi/ serramenti, mentre sono in crescita gli intenzionati ad acquistare impianti fotovoltaici e stufe a pellet.	 
	TEMPO LIBERO	Prosegue il trend positivo, sia a livello congiunturale che tendenziale, degli intenzionati a fare qualche giorno di vacanza. Per le intenzioni di acquisto di abbigliamento/attrezzature sportive segno positivo rispetto a dicembre ma in calo rispetto ad un anno fa. Il «fai da te» registra un lieve calo a livello congiunturale, un calo più marcato a livello tendenziale.	 



SCENARIO ECONOMICO



SCENARIO ECONOMICO

PIL



2015	2016 lug-set (A-1)
+0,8%	+1,0%

Il PIL italiano è cresciuto dello 0,8% nel 2015. Da luglio a settembre 2016 il prodotto interno lordo è aumentato dell'1,0% rispetto al terzo trimestre 2015.

CONSUMO BENI DUREVOLI



2015	2016 gen-set (A-1)
+6,9%	+6,2%

I consumi di beni durevoli sono cresciuti del 6,9% nel 2015 rispetto all'anno precedente. Da gennaio a settembre 2016 si registra un'ulteriore crescita del 6,2% rispetto al periodo gennaio-settembre 2015.

TASSO DI DISOCCUPAZIONE



	2015 dic	2016 ott	2016 nov
Overall	11,4%	11,6%	11,9%
Giovanile (15-24 anni)	37,9%	36,4%	39,4%

La disoccupazione totale aumenta di 0,5 p.p. rispetto a dicembre 2015 e di 0,3 p.p. rispetto al mese precedente. La disoccupazione giovanile aumenta di 1,5 p.p. a livello tendenziale e di 3,0 p.p. a livello congiunturale.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO



2015	2016 dic (M-1)
+0,1%	+0,4%

Nel 2015 il tasso di inflazione medio annuo è stato pari a +0,1%. Nel mese di dicembre 2016 l'indice dei prezzi al consumo registra un aumento dello 0,4% rispetto al mese precedente.

Fonte: Istat / Prometeia



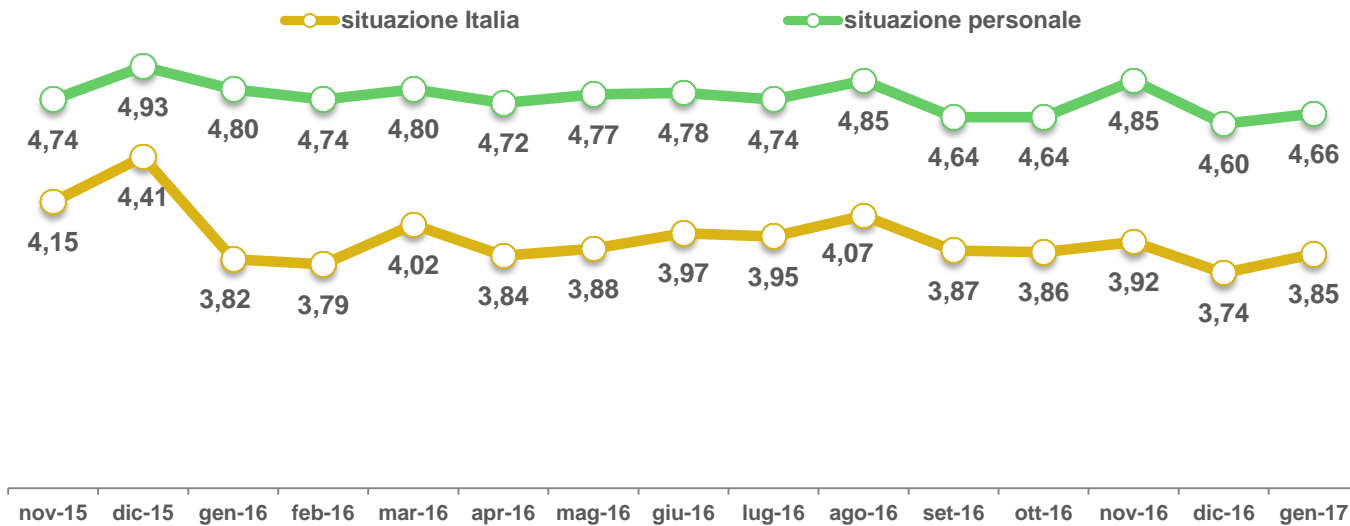
SENTIMENT



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
DIC 2016

CONFRONTO
GEN 2016



+0,1



-0,1



+0,1



0,0

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



INTENZIONI D'ACQUISTO

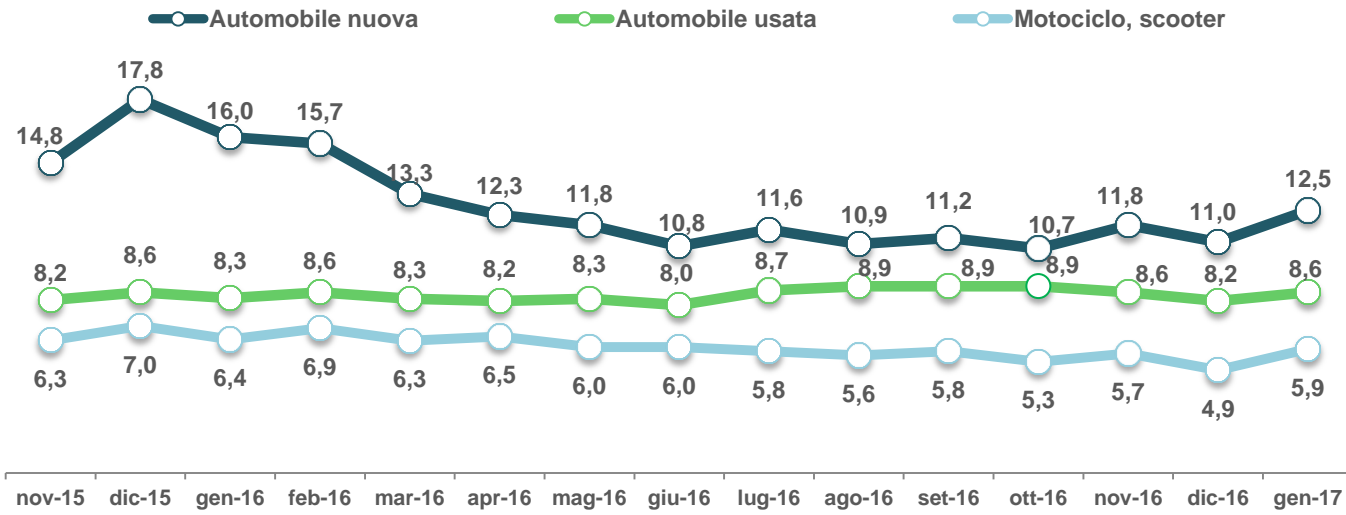


MERCATO VEICOLI



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 DIC 2016	CONFRONTO GEN 2016
	+1,5 P.P.	-3,5 P.P.
	+0,4 P.P.	+0,3 P.P.
	+1,0 P.P.	-0,5 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



19.152€



5.772€



2.523€

Base: % pensano di acquistare il bene



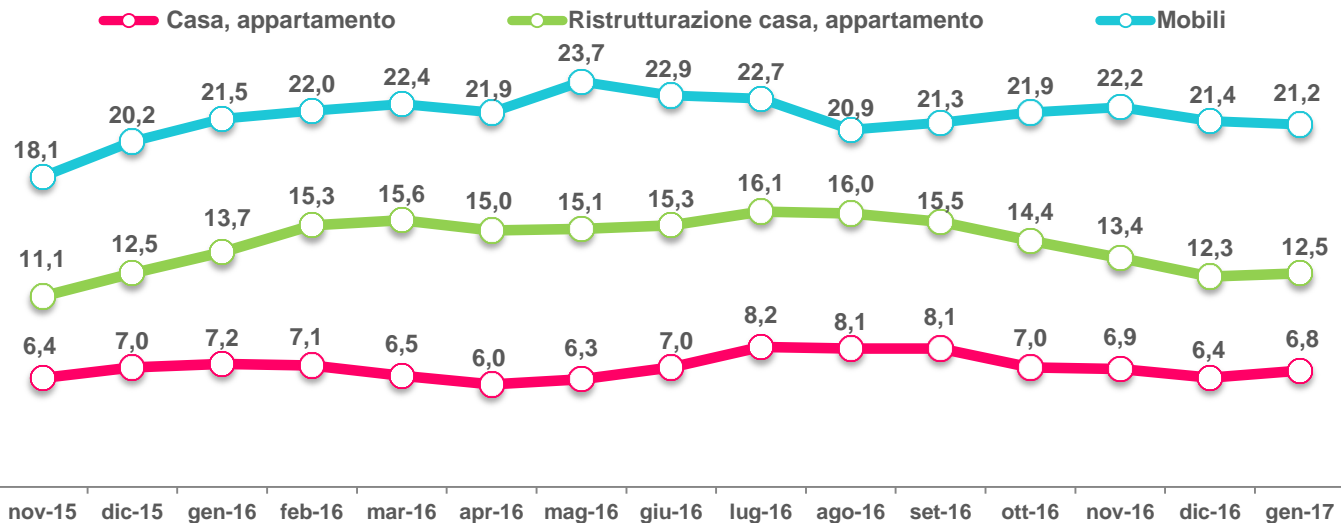
CASA



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
DIC 2016

CONFRONTO
GEN 2016



-0,2 P.P.

-0,3 P.P.



+0,2 P.P.

-1,2 P.P.



+0,4 P.P.

-0,4 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto (mobili)?



2.366€

Base: % pensano di acquistare il bene

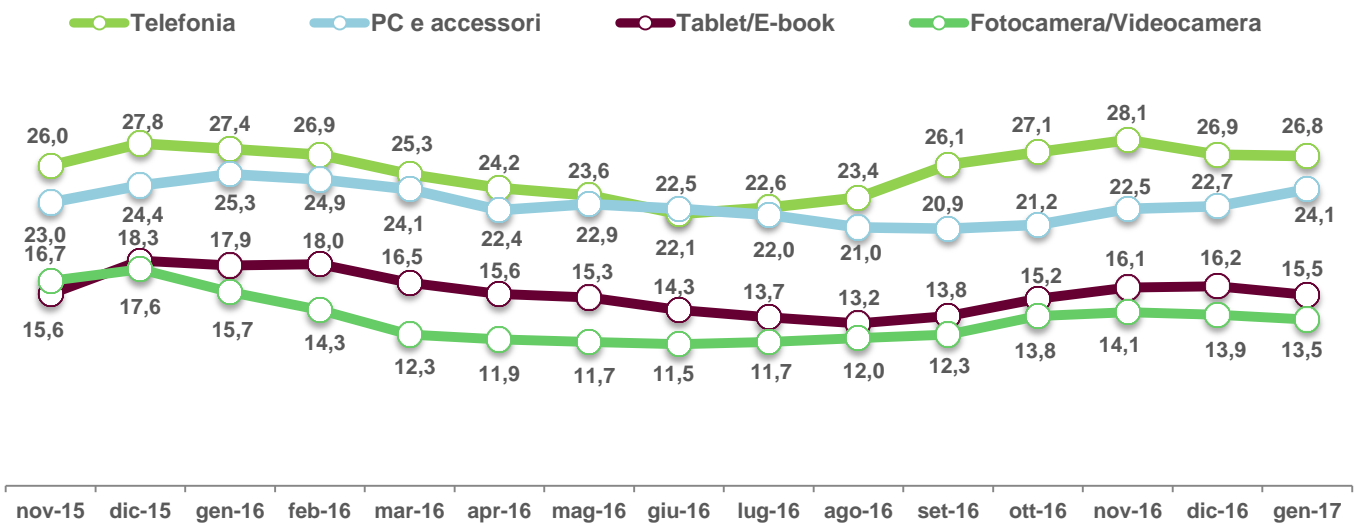


INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



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 DIC 2016 CONFRONTO GEN 2016

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



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



358€



546€



289€



298€

Base: % pensano di acquistare il bene

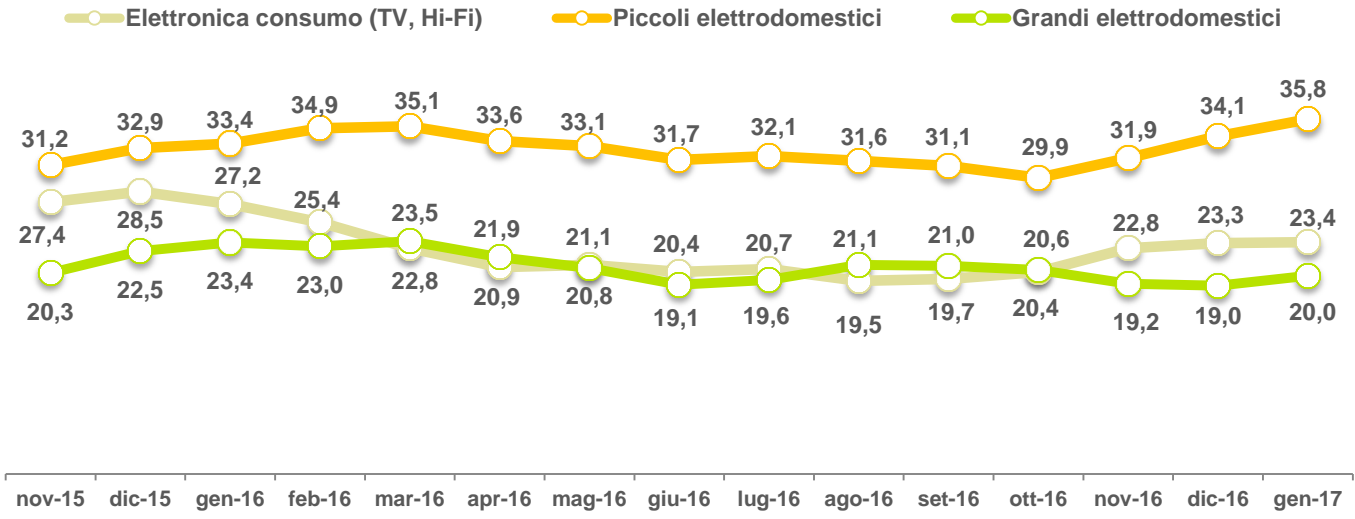


ELETTRODOMESTICI



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 DIC 2016	CONFRONTO GEN 2016
	 +1,7 P.P.	 +2,4 P.P.
	 +0,1 P.P.	 -3,8 P.P.
	 +1,0 P.P.	 -3,4 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



201€



541€



702€

Base: % pensano di acquistare il bene

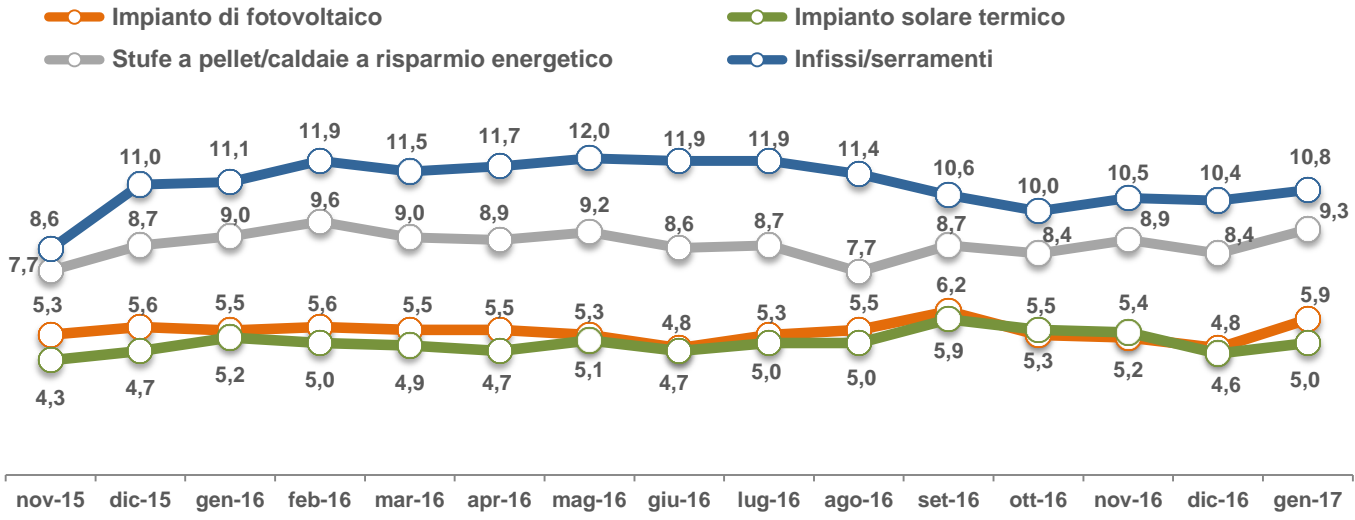


EFFICIENZA ENERGETICA



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 DIC 2016 CONFRONTO GEN 2016



+0,4 P.P.



-0,3 P.P.



+0,9 P.P.



+0,3 P.P.



+1,1 P.P.



+0,4 P.P.



+0,4 P.P.



-0,2 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



2.665€



1.382€



5.610€



4.383€

Base: % pensano di acquistare il bene

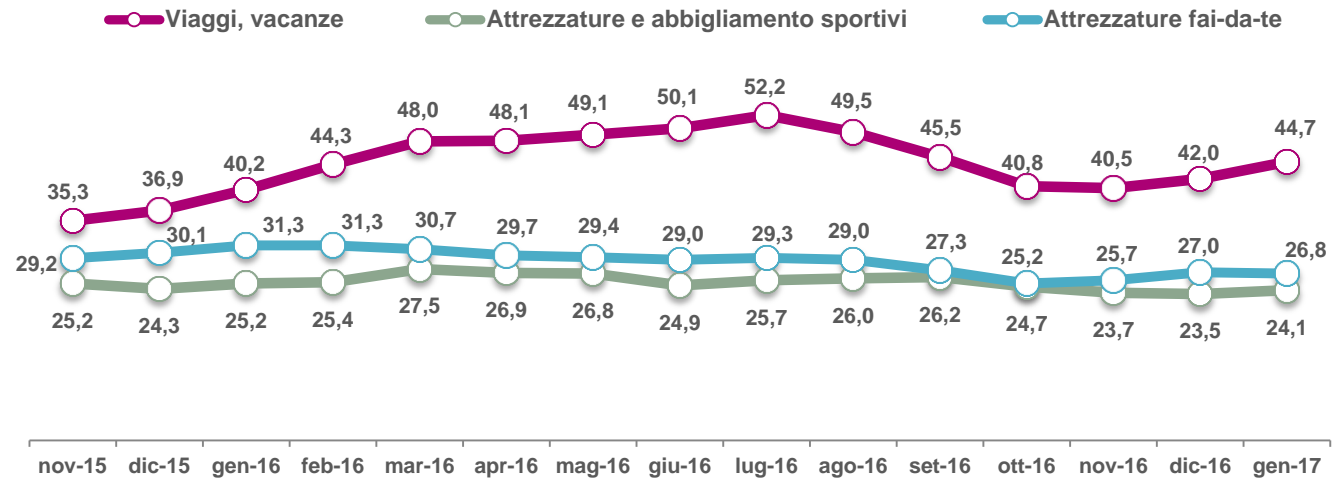


TEMPO LIBERO



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 DIC 2016	CONFRONTO GEN 2016
	↑ +2,7 P.P.	↑ +4,5 P.P.
	↓ -0,2 P.P.	↓ -4,5 P.P.
	↑ +0,6 P.P.	↓ -1,1 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



1.303€



234€



259€

Base: % pensano di acquistare il bene



ARGOMENTO DEL MESE



MILANO, 1 FEBBRAIO 2017

UN TERZI DEGLI ITALIANI HA TRASCORSO QUALCHE GIORNO DI VACANZA DURANTE LE FESTE DI NATALE/CAPODANNO

Durante le recenti festività natalizie, il **33%** degli intervistati ha trascorso qualche giorno di vacanza al di fuori del proprio comune di residenza, 2 punti percentuali in meno dell'anno scorso.

L'84% degli italiani che sono partiti ha scelto l'**Italia** (erano l'82% un anno fa): il 33% di chi ha trascorso un periodo di vacanza si è recato nelle **località in cui abitano amici e parenti**. Il 25% ha optato per la **montagna**, apprezzata dagli appassionati di sport invernali e il 17% ha preferito recarsi in una **città d'arte**. Più distanziate le località termali/di benessere (9%) e il mare (8%). Rispetto allo scorso anno, sono aumentati gli italiani che hanno scelto di andare a trovare amici e parenti (erano il 30%) mentre sono diminuiti quelli che si sono recati in montagna (erano il 29%). Stabili invece coloro che preferiscono visitare le città d'arte.

OSPITALITÀ DI AMICI/PARENTI, DESIDERIO DI RELAX E POCO TEMPO A DISPOSIZIONE CONDIZIONANO LA META DELLA VACANZA

La scelta della vacanza è stata condizionata principalmente dalla possibilità di essere **ospitati da amici/parenti** (45%), in secondo luogo dal **desiderio di riposarsi e rilassarsi** (32%) e dal **tempo a disposizione** (31%).

Nella maggior parte dei casi (82%) la vacanza è stata al massimo di **una settimana**: il 22% ha trascorso lontano da casa solo 2 giorni e il 42% da 3 a 5 giorni.

Le feste di Natale sono l'occasione per gli italiani di trascorrere del tempo con i propri affetti: un italiano su due che è andato in vacanza ha alloggiato presso amici/parenti o la propria seconda casa contro il 31% che invece ha scelto l'albergo. A proposito di strutture ricettive, **Internet è sempre più utilizzato per effettuare le prenotazioni**: l'ha fatto il **64%** di chi ha trascorso giorni di vacanza in un albergo/b&b, villaggi o in una casa affittata apposta per questa vacanza.

Solo il 23% ha contattato telefonicamente/via mail la struttura per prenotare il soggiorno.

QUASI 7 ITALIANI SU 10 NON SONO PARTITI, PRINCIPALMENTE PER MOTIVI ECONOMICI

Chi è rimasto **a casa** (67% degli intervistati) lo ha fatto per **motivi economici** (47% contro il 40% dello scorso anno) o per motivi legati al proprio **lavoro** (24%, erano il 21% un anno fa). Una quota pari al 15% non ha potuto allontanarsi da casa per **problemi di salute** o **familiari** (in calo rispetto all'anno scorso quando era pari al 26%).

LA PAURA DI ATTENTATI CONDIZIONA LE SCELTE DI VIAGGIO NEL 2017 PER 1 ITALIANO SU 2

Il periodo di Natale e Capodanno è stato purtroppo caratterizzato da due attentati terroristici che hanno colpito prima Berlino e poi Istanbul. Tuttavia, nella maggior parte dei casi (65%), questi episodi non hanno condizionato le vacanze di chi ha potuto e voluto concedersi qualche giorno di vacanza.



LE VACANZE NATALIZIE

MILANO, 1 FEBBRAIO 2017

Chi invece è rimasto colpito da questi fatti (pari al **35%** dei vacanzieri) ha evitato soprattutto di frequentare **luoghi troppo affollati** (18%) o “**simbolici**” (13%), possibili bersagli di attacchi terroristici. Il 10% ha, infine, evitato di prendere l'aereo.

Diminuiscono, rispetto allo scorso anno, gli italiani che si sentono condizionati dalla **paura di nuovi attentati** nelle proprie scelte di viaggio nel 2017: sono il 48% contro il 54% rilevato nel 2016. L'Italia continua a essere percepita come metà turistica più sicura di altre rispetto al rischio attentati. lo pensa il **31%** degli intervistati, 4 punti percentuali in più dell'anno scorso.

L'**Europa** in generale viene considerata più sicura (9%) di altre località quali America o l'Oriente nonostante il vecchio continente sia stato teatro degli ultimi attacchi terroristici.

Quasi 3 italiani su 10 (**28%**) mantengono un atteggiamento «fatalista» nei confronti di questi eventi: credono che nessuna meta possa considerarsi veramente sicura rispetto al pericolo di attentati.

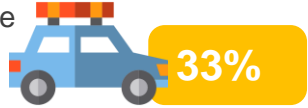


LE VACANZE NATALIZIE



CHI È PARTITO...

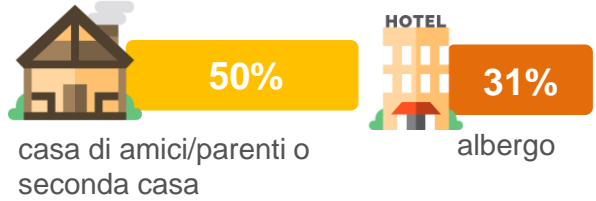
Italiani che, durante le festività, hanno trascorso un periodo di vacanza fuori dal proprio comune di residenza:



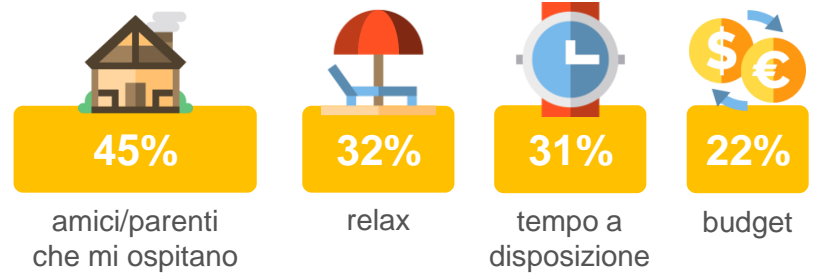
Durata della vacanza:



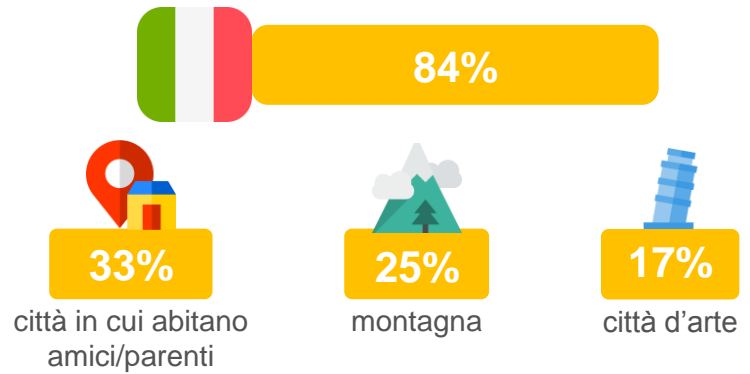
Dove hanno soggiornato:



I fattori che hanno condizionato la scelta della vacanza

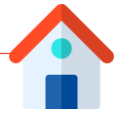


Destinazione della vacanza:





LE VACANZE NATALIZIE



E CHI È RIMASTO A CASA...

Italiani che, durante le festività, **NON hanno trascorso un periodo di vacanza** fuori dal proprio comune di residenza:

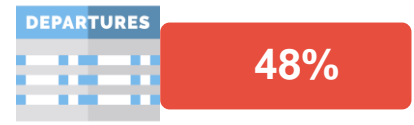


Motivi per cui non sono andati in vacanza:

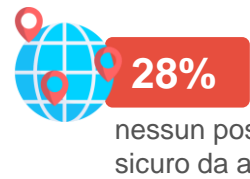


LA PAURA DI ATTENTATI

Italiani che si sentono **condizionati nella scelta di viaggiare** nel 2017 **dalla minaccia di nuovi attentati terroristici**:



Meta di viaggio percepita come **più sicura** rispetto al rischio di attentati terroristici:





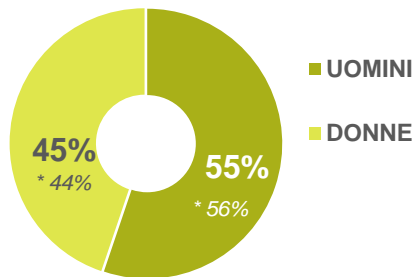
CAMPIONE



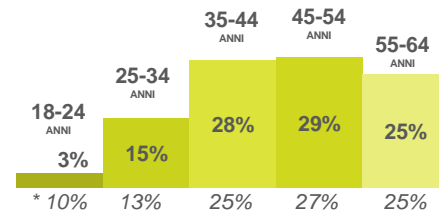
CAMPIONE



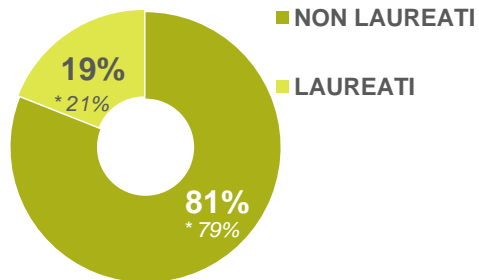
SESSO



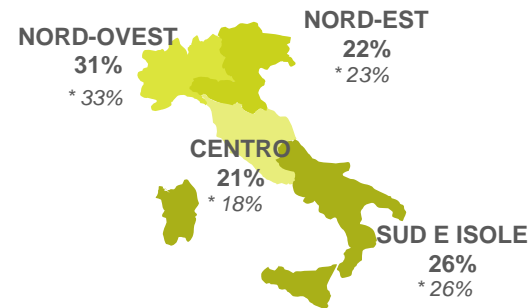
ETÀ



TITOLO DI STUDIO



AREA GEOGRAFICA



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