

# L'Osservatorio Findomestic • Mensile



Il clima di fiducia  
e le intenzioni di acquisto  
degli italiani

**INDAGINE  
DICEMBRE  
2017**





MILANO, 7 DICEMBRE 2017

## Per Natale a caval donato si guarda in bocca

**Osservatorio Findomestic-Doxa: il 41% degli italiani si disfa dei regali poco graditi e la maggior parte sogna di ricevere un buono spesa per poter scegliere in autonomia**

Sempre attesissimi, ma spesso deludenti: i regali di Natale possono lasciare l'amaro in bocca. Lo conferma il nuovo Osservatorio mensile di Findomestic, realizzato in collaborazione con Doxa, secondo cui il 41% degli italiani si disferà dei doni poco graditi e, in particolare, il 23% non si farà problemi a riciclarli. Un altro dato rivela la scarsa fiducia nello scambio dei doni: il regalo più desiderato, per il 13% degli italiani, è un buono spesa. Come dire: meglio scegliere e spendere in autonomia che affidarsi agli altri.

**QUANTO SI SPENDE E PER CHI.** Tuttavia il più immarcescibile dei riti natalizi non perde colpi: ben il 95% del campione intervistato

pensa di comprare almeno un regalo. Gli italiani prevedono di spendere in media 312 euro per i doni di Natale: il 26% è deciso a ridurre il budget rispetto allo scorso anno, mentre l'8% è intenzionato a dimostrarsi più generoso. Secondo l'indagine di Findomestic cresce la quota di coloro che si dicono disposti a sborsare più di 500 euro: dal 10% del 2016 al 13% di quest'anno. In media si spenderanno 132 euro per il partner e 159 euro per i figli, ma meno della metà per i suoceri (56 euro) e per gli amici (63 euro). Il 15% degli interpellati da Findomestic farà regali anche per motivi di lavoro (a clienti, fornitori e colleghi) e il 17% coglierà l'occasione del Natale per fare un regalo a se stesso.

**IL WEB NON SCALZA I NEGOZI TRADIZIONALI.** L'Osservatorio mensile di Findomestic conferma che l'abitudine di comprare online anche i regali di Natale è ormai consolidata; tuttavia il web non si rivela il canale preferito: lo sceglie il 19,8%, a fronte del 24,8% di coloro che si rivolgono alla grande distribuzione e

del 22,5% di chi continua a preferire i punti vendita tradizionali. Il 7% prevede di fare acquisti negli outlet e il 3,3% nei negozi equo-solidali. Internet, comunque, spopola quando si tratta di acquistare telefoni, prodotti di elettronica o informatica (quasi il 30%), libri, cd e dvd (33,4%) oppure giocattoli e giochi elettronici (25,7%). L'Osservatorio Findomestic rileva inoltre che per pagare gli acquisti natalizi gli italiani preferiscono di gran lunga bancomat e carte di credito rispetto ai contanti (71% contro 25%).

**REGALI: I TOP E I FLOP.** Ma cosa vorrebbero ricevere questo Natale gli italiani? Le opzioni del questionario Findomestic che hanno raccolto più citazioni sono state un buono spesa (13%), un cofanetto stile smartbox per usufruire di una vacanza o di un'esperienza particolare (12%), uno smartphone (11%) e un capo d'abbigliamento o scarpe (10%). E se il regalo non piace? Si può sempre riciclare: un italiano su due l'ha fatto almeno una volta e il 35% più



MILANO, 7 DICEMBRE 2017

di una volta. In vista del prossimo Natale il 41% degli italiani si disferà dei regali poco graditi con modalità diverse: il 22% degli intervistati ha affermato senza esitazione che lo riciclerà alla prima occasione; il 9% pensa invece di metterlo in vendita online mentre il 10% lo donerà in beneficenza. Il 25% invece opta per una soluzione di compromesso: prova a cambiarlo. Il 27% degli italiani, infine, ha dichiarato che lo terrà comunque in virtù del valore affettivo.

**BENI DI CONSUMO: I TREND.** L'Osservatorio Findomestic, come sempre, esamina anche i principali segmenti di mercato in Italia e, in tema di fiducia e intenzioni di acquisto, rileva un lieve miglioramento del sentiment a livello congiunturale (su base mensile): la soddisfazione per la situazione personale cresce dello 0,03% e quella nei confronti del Paese aumenta dello 0,14%. Invece a livello tendenziale (su base annua) sia la soddisfazione personale che quella verso il Paese sono in calo dello 0,2%.

**VEICOLI, VOGLIA DI AUTO NUOVE.** Il trend del mercato dei veicoli è positivo, in particolare per quanto riguarda le auto nuove: +0,8% rispetto al mese precedente e +1,1% rispetto ad un anno fa. Le vetture usate, nonostante la contrazione dello 0,1% su base mensile, fanno registrare un incremento tendenziale dello 0,7%. Numeri in calo, invece, per moto e scooter: -0,8% in un mese e -0,3% in un anno.

**MOBILI, POLLICE IN SU.** In sei mesi la voglia di mobili nuovi è cresciuta del 5,2%: ben il 23,8% degli interpellati da Findomestic è intenzionato a rinnovare l'arredamento della propria abitazione. Un nuovo record raggiunto anche grazie all'impennata dell'1% rilevata nell'ultimo mese. Nel comparto 'casa' frenano momentaneamente le ristrutturazioni (-0,6% a livello congiunturale), che rimangono comunque in netta crescita rispetto allo scorso anno (+3%). Stop per l'acquisto di case nuove: -1% su base mensile e -0,2% su base annua.

**SPRINT PER L'HI-TECH.** L'Osservatorio Findomestic rileva una forte crescita a livello congiunturale nel comparto 'informatica, telefonia e fotografia': sono in aumento le intenzioni di acquisto di smartphone (+0,3%), pc e accessori (+1,2%), tablet e e-book (+0,2%), fotocamere e videocamere (+1,5%). Rispetto a un anno fa il trend è, invece, generalmente negativo, ad eccezione del segmento pc e accessori, protagonista di un balzo in avanti del 2%.

**ELETTRODOMESTICI, BATTUTA D'ARRESTO.** Calano le intenzioni di acquisto degli elettrodomestici, in particolare quelli di grandi dimensioni (-1,7%). Tuttavia, rispetto allo stesso periodo del 2016, il comparto è in crescita grazie soprattutto ai piccoli elettrodomestici (+2,5%) che compensano il calo dell'elettronica di consumo (-1,5%).

**ENERGIA IN RISALITA.** Il comparto 'efficienza energetica' è in lieve crescita sia a livello
























MILANO, 7 DICEMBRE 2017

congiunturale che tendenziale. Nel dettaglio, rispetto al mese precedente crescono le intenzioni di acquisto di caldaie (+0,8%) e impianti solari termici (+0,3%), stabili quelle di impianti fotovoltaici e in calo quelle degli infissi (-0,7%). Rispetto ad un anno fa segno positivo per le caldaie (+0,3%), ma soprattutto per gli infissi (+1,6%), mentre sono in calo quelle degli impianti solari (-1%) e fotovoltaici (-0,6%).

**TEMPO LIBERO, MOMENTO 'NO' IN UN'ANNATA 'SÌ'.** Prosegue il calo del comparto 'tempo libero' a livello congiunturale. Tuttavia rispetto allo stesso periodo del 2016 tutte le voci registrano una forte crescita: viaggi +1,6%, attrezzature sportive (+3,4%) e attrezzature per il fai da te (+1,5%).



# LA SINTESI DEI TREND

		CONFRONTO OTT 2017	CONFRONTO NOV 2016	
	<b>SENTIMENT</b>	A novembre gli indicatori di sentiment sono stabili a livello congiunturale e in lieve calo a livello tendenziale.		
	<b>VEICOLI</b>	Sono in ripresa le intenzioni di acquisto delle auto nuove mentre sono in calo quelle delle auto usate e dei motocicli. Il comparto registra comunque una variazione positiva rispetto allo stesso periodo del 2016, grazie soprattutto alle autovetture, sia nuove che usate.		
	<b>CASA</b>	A novembre calano rispetto al mese precedente le intenzioni di acquisto e di ristrutturazione di immobili. Segno positivo invece per i mobili. A livello tendenziale il comparto cresce rispetto allo scorso anno, trainato dai mobili e – soprattutto – dalle ristrutturazioni.		
	<b>INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA</b>	Novembre mese di ripresa per il comparto «informatica, telefonia e fotografia»: tutte le voci sono in crescita rispetto a ottobre (in particolare pc e fotocamera/videocamera). A livello tendenziale prosegue l'andamento positivo per PC e accessori, mentre calano telefonia, tablet e fotocamera/videocamera.		
	<b>ELETTRODOMESTICI</b>	A novembre calano le intenzioni di acquisto degli elettrodomestici, in particolare quelli di grandi dimensioni. Tuttavia, rispetto allo stesso periodo del 2016, il comparto è in crescita grazie soprattutto ai piccoli elettrodomestici che compensano il calo dell'elettronica di consumo.		
	<b>EFFICIENZA ENERGETICA</b>	Il comparto «efficienza energetica» è in lieve crescita sia a livello congiunturale che tendenziale. Nel dettaglio, rispetto al mese precedente crescono le intenzioni di acquisto di caldaie e impianti solari termici, stabili quelle di impianti fotovoltaici e in calo quelle degli infissi. Rispetto ad un anno fa segno positivo per le caldaie ma soprattutto per gli infissi mentre sono in calo quelle degli impianti solari e fotovoltaici.		
	<b>TEMPO LIBERO</b>	A novembre prosegue il calo del comparto «tempo libero» a livello congiunturale. Rispetto allo stesso periodo del 2016 tutte le voci (viaggi, attrezzature sportive e per il fai da te) registrano una forte crescita, soprattutto le attrezzature e l'abbigliamento sportivi.		



# SCENARIO ECONOMICO



# SCENARIO ECONOMICO

## PIL



2016	2017 apr-giu (A-1)
+0,7%	+1,5%

Il PIL italiano è cresciuto dello 0,7% nel 2016. Nel secondo trimestre del 2017 il prodotto interno lordo è aumentato dell'1,5% nei confronti del secondo trimestre del 2016.

## CONSUMO BENI DUREVOLI



2016	2017 apr-giu (A-1)
+6,4%	+3,3%

I consumi di beni durevoli sono cresciuti del 6,4% nel 2016 rispetto all'anno precedente. Nel 2017 si registra un'ulteriore crescita del 3,3% rispetto all'anno precedente.

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE



	2016 dic	2017 ago	2017 set
Overall	11,8%	11,2%	11,1%
Giovanile (15-24 anni)	38,8%	35,1%	35,7%

La disoccupazione totale cala di 0,7 p.p. rispetto a dicembre 2016 e di 0,1 p.p. rispetto a luglio 2017. La disoccupazione giovanile scende di 0,6 p.p. a livello congiunturale e cala di 3,1 p.p. rispetto a dicembre 2016.

## INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO



2016	2017 ott (M-1)
-0,1%	-0,2%

Nel 2016 il tasso di inflazione medio annuo è stato pari a -0,1%. Nel mese di ottobre 2017 l'indice dei prezzi al consumo diminuisce dello 0,2% su base mensile.



**SENTIMENT**

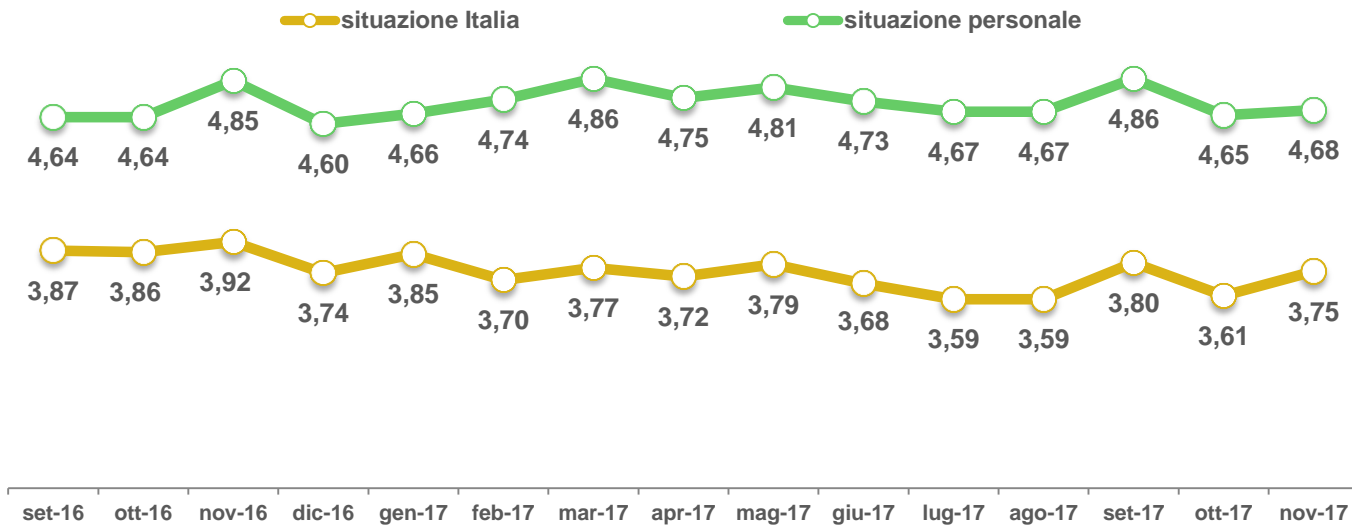




# SENTIMENT



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 2017      CONFRONTO NOV 2016

—	↓
0,0	-0,2
↑	↓
+0,1	-0,2

Base: totale campione (502). Dato su base wave di novembre



# INTENZIONI D'ACQUISTO

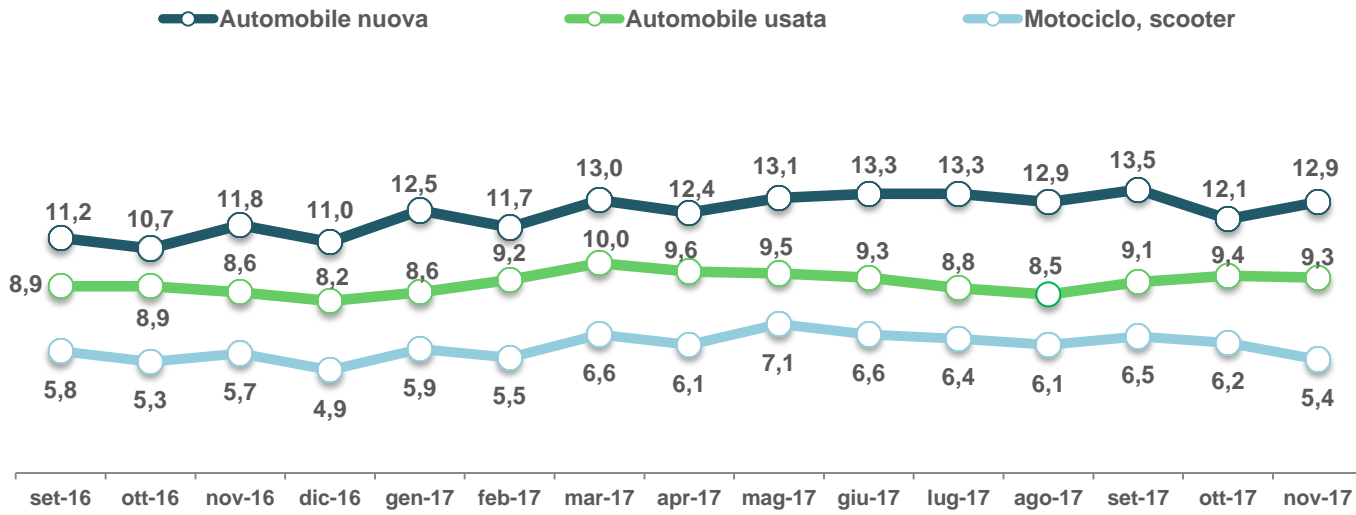


# MERCATO VEICOLI



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 2017	CONFRONTO NOV 2016
--------------------	--------------------



+0,8 P.P.



+1,1 P.P.



-0,1 P.P.



+0,7 P.P.



-0,8 P.P.



-0,3 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



20.024€



6.374€



3.063€

Base: % pensano di acquistare il bene



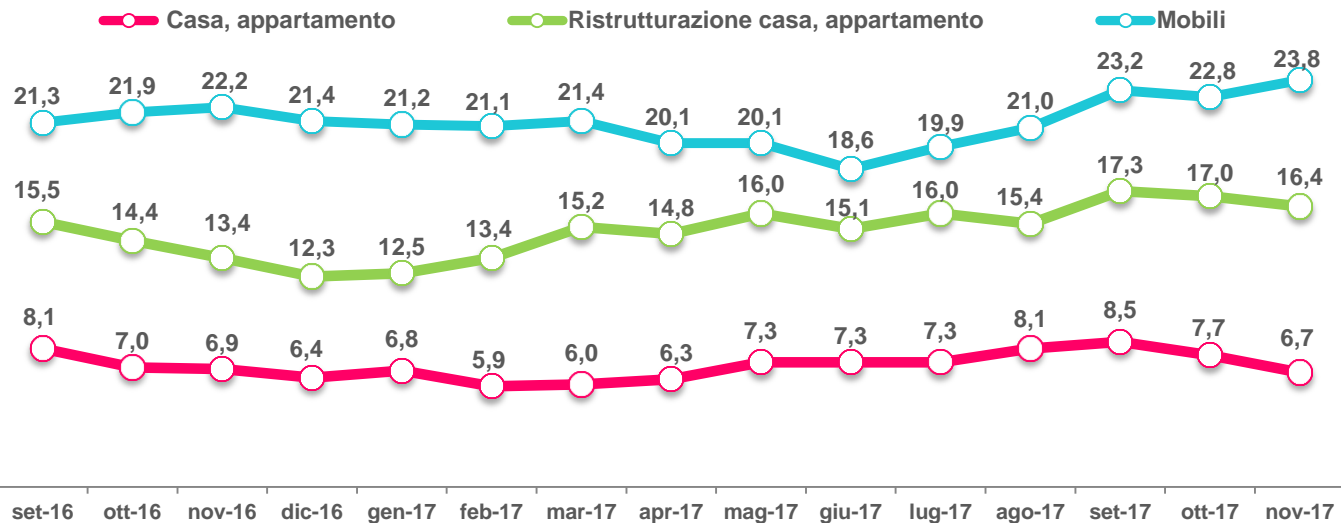
# CASA



**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 2017

CONFRONTO  
NOV 2016



**+1,0** P.P.

**+1,6** P.P.



**-0,6** P.P.

**+3,0** P.P.



**-1,0** P.P.

**-0,2** P.P.



**Quanto pensi di spendere per questo acquisto (mobili)?**



**2.324€**

Base: % pensano di acquistare il bene

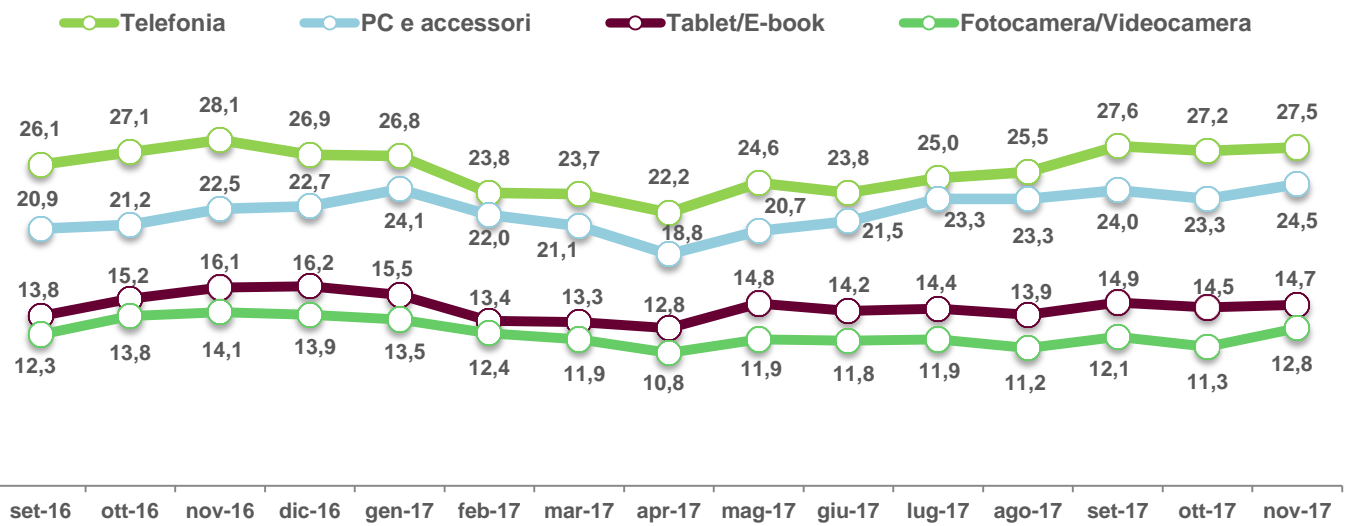


# INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



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 2017      CONFRONTO NOV 2016

	+0,3 P.P.	-0,6 P.P.
	+1,2 P.P.	+2,0 P.P.
	+0,2 P.P.	-1,4 P.P.
	+1,5 P.P.	-1,3 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



381€



489€



309€



329€

Base: % pensano di acquistare il bene

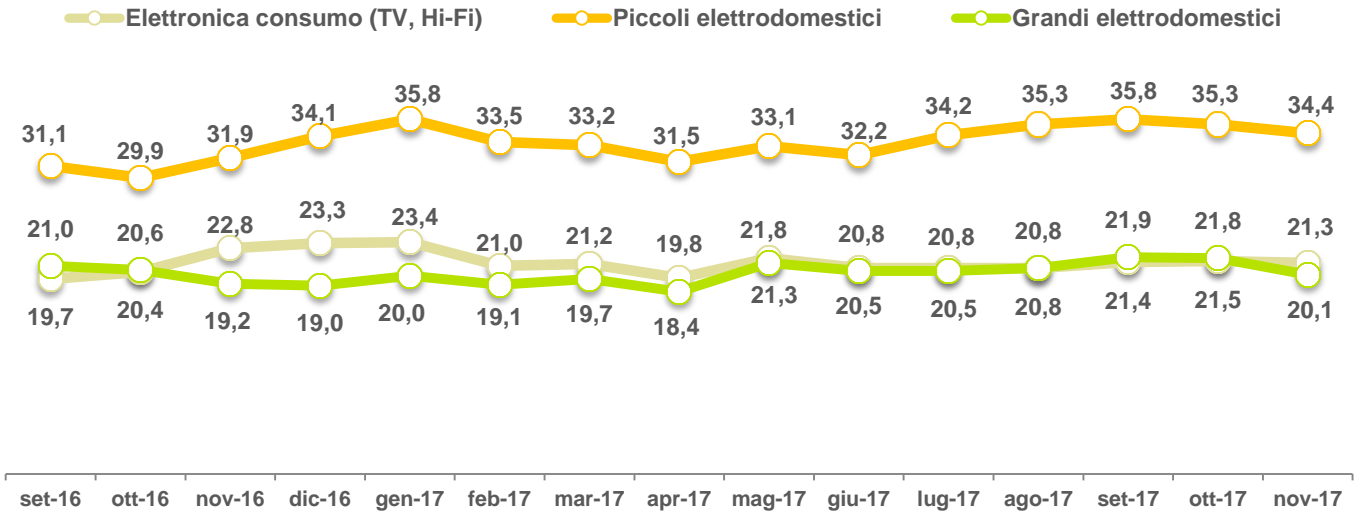


# ELETTRODOMESTICI



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 OTT 2017	CONFRONTO NOV 2016
	-0,9 P.P.	+2,5 P.P.
	-0,2 P.P.	-1,5 P.P.
	-1,7 P.P.	+0,9 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



195€



559€



791€

Base: % pensano di acquistare il bene

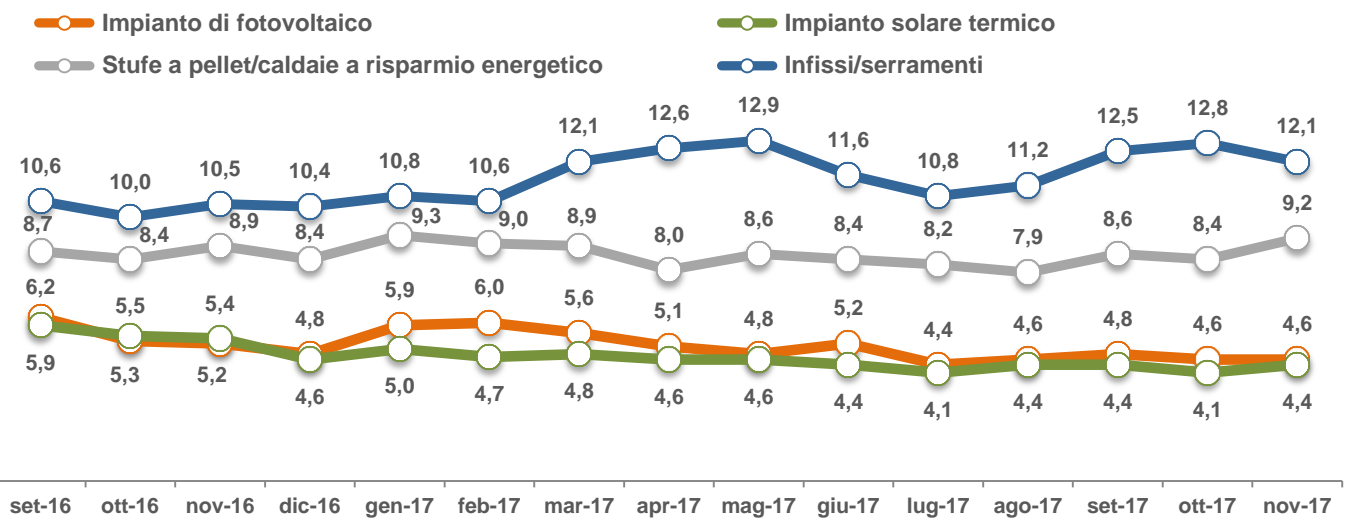


# EFFICIENZA ENERGETICA



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 2017	CONFRONTO NOV 2016
	-0,7 P.P.	+1,6 P.P.
	+0,8 P.P.	+0,3 P.P.
	0,0 P.P.	-0,6 P.P.
	+0,3 P.P.	-1,0 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



2.861€



1.403€



5.713€



4.284€

Base: % pensano di acquistare il bene

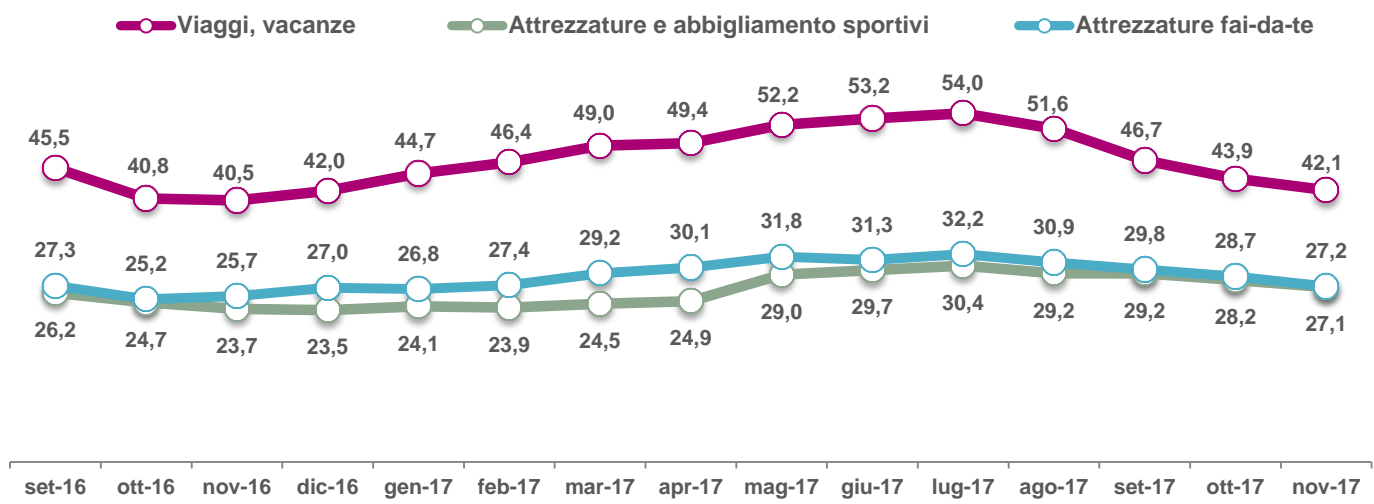


# TEMPO LIBERO



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 2017	CONFRONTO NOV 2016
	-1,8 P.P.	+1,6 P.P.
	-1,5 P.P.	+1,5 P.P.
	-1,1 P.P.	+3,4 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



1.199€



272€



262€

Base: % pensano di acquistare il bene





# ARGOMENTO DEL MESE



MILANO, 7 DICEMBRE 2017

## 9 ITALIANI SU 10 FANNO I REGALI DI NATALE. IL BUDGET? POCO PIÙ DI € 300

Natale è alle porte e non si resiste alla tradizione di fare regali. Il **95%** del campione intervistato pensa di comprare almeno un regalo. In primis **per i familiari più stretti** (85%), ma anche ad **altri parenti** (22%). Un terzo degli italiani farà regali ad **amici** (34%). Il 15% farà regali anche **per motivi di lavoro**, ad esempio a clienti, fornitori e colleghi. Non mancano poi coloro che colgono l'occasione del Natale per farsi un regalo (17%).

Rispetto alla spesa destinata ai regali i dati sono in linea rispetto allo scorso anno. Il 62% pensa di spendere come lo scorso anno (erano il 61% nel 2016), il 26% crede che spenderà di meno (era il 24% nel 2016) e l'8% di più di un anno fa. Il budget per i regali è pari a **€ 312**. Nel dettaglio, il **57%** prevede di spendere **fino a € 300** (erano il 58% lo scorso anno); il **24%** destinerà **tra i € 300 e i € 500** (contro il 22% dello scorso anno) e il **13%** arriverà a spendere **oltre € 500** (erano il

10% nel 2016). Ma quanto spendono gli italiani per i loro affetti? Per il proprio **partner** gli italiani spenderanno in media **€ 132, meno della metà per i suoceri** (€ 56). Per gli **amici** si spenderanno **€ 63**. Infine, chi ha **figli** spenderà per loro **€ 159**.

## GLI ACQUISTI ONLINE SONO ORMAI UN'ABITUDINE PER GLI ITALIANI MA I NEGOZI FISICI RESISTONO

Ormai anche gli italiani hanno preso l'abitudine di comprare online anche i regali di Natale. Ma se **Internet** viene scelto più di altri canali quando si tratta di acquistare **telefoni, prodotti di elettronica o informatica, libri, cd e dvd** oppure **giocattoli e giochi elettronici**, per altri beni gli italiani preferiscono affidarsi ai negozi fisici dove possono vedere e toccare con mano. Nei **punti vendita tradizionali** si acquistano soprattutto **prodotti per la cura della persona, abbigliamento e scarpe**. La **grande distribuzione** viene invece scelta principalmente quando si tratta di acquistare **prodotti alimentari**,

**oggetti per la casa o piccoli elettrodomestici**. Per pagare gli acquisti natalizi gli italiani preferiscono di gran lunga **bancomat e carte di credito** rispetto ai contanti (**71%** contro 25%).

## IL REGALO IDEALE DI NATALE? DEVE PIACERE E ESSERE UTILE

Per gli italiani il regalo di Natale deve piacere a chi lo riceve (50%) e, in secondo luogo, essere utile (28%). Anche in questo caso i dati sono invariati rispetto allo scorso anno.

Ma cosa vorrebbero ricevere questo Natale gli italiani? Abbiamo proposto agli intervistati un elenco di possibili regali e le voci che hanno raccolto più citazioni sono state: un **buono della spesa** (13%), un **cofanetto** stile smartbox per usufruire di una **vacanza** o di un'**esperienza** particolare (12%), lo **smartphone** (11%) e un **capo d'abbigliamento o scarpe** (10%).

## IL RICICLO NON È PIÙ UN TABU: 1 ITALIANO SU 2 L'HA FATTO ALMENO UNA VOLTA

E se il regalo non piace? Si può sempre riciclare:



# IL NATALE DEGLI ITALIANI

MILANO, 7 DICEMBRE 2017

1 italiano su 2 l'ha fatto almeno una volta e il 35% l'ha fatto più di una volta.

In vista del prossimo Natale il **41%** degli italiani **si disferà dei regali poco graditi** con modalità diverse: il 22% degli intervistati ha affermato senza esitazione che lo riciclerà alla prima occasione; il 9% pensa invece di metterlo in vendita online mentre il 10% lo donerà in beneficenza. Il 25% invece opta per una soluzione di compromesso: prova a cambiarlo.

Il 27% degli italiani, infine, ha dichiarato che lo terrà comunque perché riconoscono il valore affettivo del regalo anche se non corrisponde al proprio gusto.



# IL NATALE DEGLI ITALIANI

## Il regalo di Natale deve...



50%

... piacere a chi lo riceve

28%

... essere utile



1 italiano su 2 ha riciclato almeno una volta un regalo di Natale

● 35% lo ha fatto più di una volta

Pensano di riciclare regali il prossimo Natale?

54%

no, nessuno

23%

sì, almeno 1

23%

non sa

## I regali più desiderati



13%

buono spesa



12%

cofanetto viaggi/esperienze



11%

smartphone



10%

abbigliamento

## Se a Natale ricevono un regalo poco gradito...

27%

lo conservano comunque

25%

verificano se è possibile cambiarlo

22%

lo «riciclano» alla prima occasione



10%

lo donano in beneficenza

9%

lo mettono in vendita online

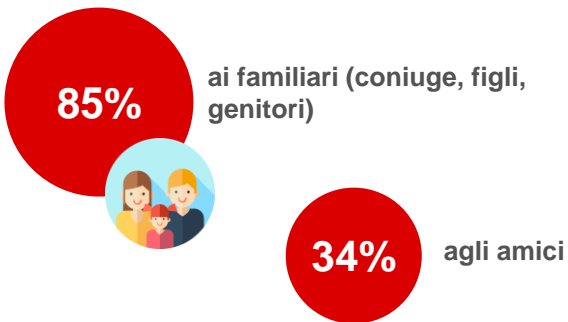


Base: totale campione (502)



# IL NATALE DEGLI ITALIANI

## A chi si fanno i regali?



## La spesa per i regali di Natale



## I luoghi di acquisto dei regali

### Internet



- telefonia, elettronica, pc
- libri, cd, dvd
- giocattoli, giochi elettronici

### Punti vendita tradizionali



- prodotti per la cura della persona
- abbigliamento, accessori

### Grande distribuzione



- prodotti alimentari
- oggetti per la casa
- piccoli elettrodomestici



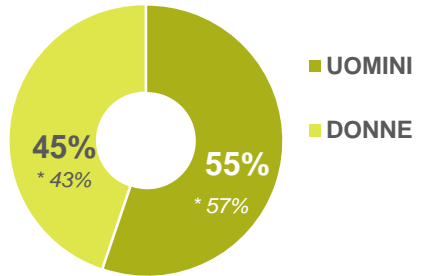
**CAMPIONE**



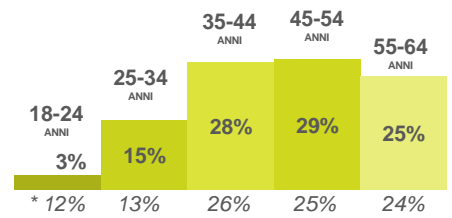
# CAMPIONE



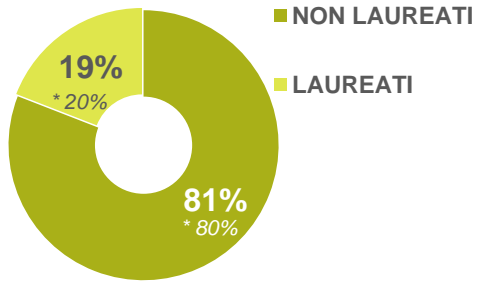
## SESSO



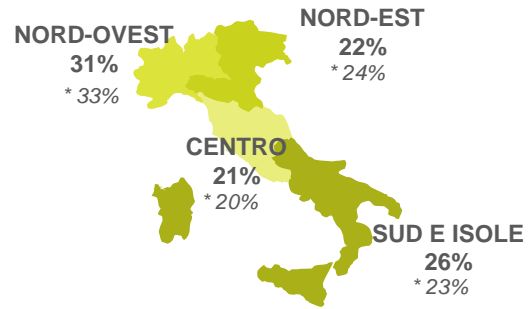
## ETÀ



## TITOLO DI STUDIO



## AREA GEOGRAFICA



Base: totale campione ponderato (502). Dato su base wave di novembre \* Dato non ponderato