

# L'Osservatorio Findomestic • Mensile



Il clima di fiducia  
e le intenzioni di acquisto  
degli italiani

**INDAGINE  
APRILE  
2018**





MILANO, 4 APRILE 2018

## Quasi 6 italiani su 10 alla ricerca del tempo libero 'perduto'

**Osservatorio Findomestic: si cerca soprattutto relax in famiglia e le donne faticano più degli uomini a trovare tempo per sé**

Quasi 6 italiani su 10, specie se donne, hanno pochissimo tempo libero, quello che rimane lo dedicano prevalentemente alla famiglia (46%) e quando praticano un hobby non spendono più di 100 euro al mese (57%). Il ritratto di un Paese che fatica a concedersi svago e relax è delineato dal nuovo Osservatorio mensile di Findomestic, realizzato in collaborazione con Doxa.

**PRIMA DI TUTTO RELAX.** Per il 65% degli intervistati da Findomestic il tempo libero rappresenta principalmente un'occasione per rilassarsi e riposarsi. Dopo la famiglia, nella lista delle attività preferite figurano nell'ordine

fare sport (29,1%), guardare la TV (28,8%), leggere (27,6%), navigare su internet o usare i social media (24,7%), stare con gli amici (24,7%), dedicarsi a attività manuali o lavori creativi (17,9%). Tra gli sportivi, il 24,6% va in palestra, il 18,5% ama camminare, il 14,6% si dedica alla corsa e il 12,3% alla bicicletta. Tra gli appassionati del fai-da-te, il 30,6% pratica il giardinaggio, il 21,9% lavora il legno e realizza piccoli interventi di muratura e il 19,6% si interessa al cucito e al lavoro a maglia.

### **IL TEMPO LIBERO, QUESTIONE DI GENERE.**

Il 26,8% delle donne riesce a ritagliarsi non più di due ore a settimana di tempo libero e il 7,3% non trova alcun momento per sé. Tra gli uomini, invece, solo il 3,3% afferma di non avere tempo libero a disposizione. Il sondaggio di Findomestic dimostra che le differenze di genere sono anche e soprattutto qualitative. Ad esempio la lettura è prettamente femminile: le lettrici abituali sono il 36,9%, mentre gli uomini si fermano al 20,8%. Appannaggio delle donne è anche lo shopping

(18,2% contro l'11,1% degli uomini), mentre sono targati al maschile lo sport (33% uomini e 23,8% donne) e il video-gaming (7,1% uomini e 0,9% donne).

### **I PIÙ INDAFFARATI HANNO TRA I 35 E I 44 ANNI.**

Secondo il sondaggio della società di credito al consumo del Gruppo BNP Paribas una persona su quattro riesce a dedicarsi ai suoi hobby solo nel weekend. I più insoddisfatti sono i 35-44enni: ben il 62% dichiara di avere troppo poco tempo libero o di non averne affatto; nella fascia tra i 18-24 anni il 58% afferma invece di averne abbastanza o perfino molto.

### **HOBBY PER TUTTE LE ETÀ.**

Se l'età è un fattore che non sembra influire in misura significativa sulla scelta degli hobby, nella fotografia scattata dall'Osservatorio Findomestic a sorprendere è un dato in particolare: sono soprattutto i 55-64enni a passare il proprio tempo libero su Internet e sui



MILANO, 4 APRILE 2018

social network, ben il 31,6%, contro il 21,1% dei 25-34enni.

**IL RAFFRONTO NORD-SUD.** Analizzando gli hobby più diffusi, l'Osservatorio Findomestic rileva differenze – in alcuni casi profonde – tra le varie aree d'Italia. Il record di lettori spetta al Nord-Ovest con il 33,5%, mentre al Sud gli habitués della lettura sono quasi la metà (19,5%). Al Sud si registra il picco dei 'maniaci' dei social network per svago (il 31,9% contro il 21,8% del Nord-Est), nelle isole vincono le attività manuali-creative (25,4% contro il 13% del Sud), mentre le visite a mostre e musei sono più frequenti nel Nord-Ovest (12,5% a fronte del 7% nel Sud).

**LA SPESA PER IL TEMPO LIBERO.** Se quasi 6 italiani su 10 (57%) non spendono più di 100 euro al mese per i propri hobby, il 14% ne spende fino a 150 e il 10% anche oltre. Nell'ultimo Osservatorio, Findomestic ha registrato una maggiore propensione

all'acquisto di attrezzature e abbigliamento per lo sport 28,8% (+ 4,3% rispetto ad un anno fa) e per le attrezzature per il fai-da-te: 31% (+ 1,8% nell'ultimo anno).

### Casa e viaggi, le intenzioni d'acquisto si impennano

Nell'analisi delle intenzioni d'acquisto, l'Osservatorio Findomestic registra a marzo un aumento significativo per il comparto casa e per i viaggi.

**CRESCE LA VOGLIA DI CASA NUOVA.** Cresce dello 0,7% rispetto a febbraio e dell'1,9% rispetto a un anno fa la quota degli italiani pronti a comprare una casa nuova. Trend positivo anche per le ristrutturazioni (+1,1% su base mensile e +1,9% su base annua) e per i mobili (+0,9% in confronto a febbraio e +2,4% nell'ultimo anno). In parallelo, si rivela positiva la tendenza per gli elettrodomestici, con l'elettronica di consumo che cresce dell'1% rispetto a febbraio e del 3,7%

rispetto allo scorso anno e i grandi elettrodomestici che accelerano dell'1,4% su base mensile e del 3,4% su base annua.

**UN ITALIANO SU DUE PROGETTA UN VIAGGIO.** Oltre un italiano su due (53% per l'esattezza) è intenzionato a concedersi un viaggio nei prossimi tre mesi, prevedendo di spendere in media 1.392 euro. Con il +1,5% rilevato a marzo, la tendenza al rialzo negli ultimi dodici mesi ha toccato il +4%.

**TRA ALTI E BASSI.** Il comparto efficienza energetica fa registrare segno positivo rispetto allo scorso mese di febbraio, grazie soprattutto all'aumento delle intenzioni di acquisto di infissi/serramenti (+1,2%); infine risulta statico il comparto informatica/telefonica, mentre i veicoli fanno registrare una lieve variazione negativa.



# LA SINTESI DEI TREND

		CONFRONTO FEB 2018	CONFRONTO MAR 2017
	<b>SENTIMENT</b>	A marzo la soddisfazione degli italiani nei confronti della situazione del Paese è in leggero aumento sia rispetto a febbraio che rispetto a marzo dello scorso anno. La soddisfazione verso la propria situazione personale è in aumento rispetto allo scorso febbraio e stabile rispetto ad un anno fa.	 
	<b>VEICOLI</b>	A marzo segno meno per il comparto veicoli. Il calo è più accentuato a livello tendenziale in particolare per motocicli e scooter. Si registrano variazioni più contenute rispetto al mese scorso.	 
	<b>CASA</b>	Per il comparto «casa» a marzo si registra una crescita sia a livello tendenziale che congiunturale. Rispetto a un anno fa la crescita è più marcata per i «mobili». Le «ristrutturazioni di immobili» sono la voce che cresce maggiormente rispetto allo scorso febbraio, seguite dalle intenzioni di acquisto di mobili.	 
	<b>INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA</b>	A marzo segno positivo per informatica, telefonia e fotografia a livello tendenziale; la crescita è trainata soprattutto dalle intenzioni di acquisto di PC e accessori. Rispetto allo scorso febbraio, invece, rimangono stabili le intenzioni di acquisto di telefonia e pc, in calo soprattutto quelle di fotocamere/videocamere.	 
	<b>ELETTRODOMESTICI</b>	Rispetto allo scorso anno, a marzo si registra una forte crescita nelle intenzioni di acquisto di elettrodomestici. La crescita è più contenuta a livello congiunturale: segno più per elettronica di consumo e grandi elettrodomestici, in lieve calo le intenzioni di acquisto dei piccoli elettrodomestici.	 
	<b>EFFICIENZA ENERGETICA</b>	Il comparto «efficienza energetica» fa registrare segno positivo rispetto allo scorso mese di febbraio, grazie soprattutto all'aumento delle intenzioni di acquisto di «infixi/serramenti». Si registra invece un calo del comparto rispetto al mese di marzo dello scorso anno: diminuiscono in particolare le intenzioni di acquisto di impianti fotovoltaici.	 
	<b>TEMPO LIBERO</b>	Prosegue la crescita del comparto «tempo libero»: crescono le intenzioni di acquisto per tutte le voci sia a livello congiunturale che tendenziale. Rispetto a marzo dello scorso anno è da sottolineare la crescita delle intenzioni di acquisto di viaggi e vacanze e di attrezzature e abbigliamento sportivo.	 



# SCENARIO ECONOMICO



# SCENARIO ECONOMICO

## PIL



2016	2017
+0,7%	+1,5%

Il PIL italiano è cresciuto dello 0,7% nel 2016. Nel quarto trimestre del 2017 il prodotto interno lordo è aumentato dell'1,6% nei confronti del quarto trimestre del 2016. Nel 2017, nel complesso, il PIL italiano è cresciuto dell'1,5%.

## CONSUMO BENI DUREVOLI



2016	2017 ott-dic (A-1)
6,4%	+3,9%

Il consumo di beni durevoli è aumentato del 6,4% nel 2016. Rispetto al quarto trimestre del 2016 il consumo di beni durevoli è aumentato del 3,9%.

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE



	2017 gen	2017 dic	2018 gen
<b>Overall</b>	<b>11,9%</b>	<b>10,8%</b>	<b>11,1%</b>
<b>Giovanile (15-24 anni)</b>	<b>37,9%</b>	<b>32,2%</b>	<b>31,5%</b>

La disoccupazione totale cala di 0,8 p.p. rispetto a gennaio 2017 e aumenta di 0,3 p.p. rispetto a dicembre 2017. La disoccupazione giovanile scende di 0,7 p.p. a livello congiunturale e cala di 6,4 p.p. rispetto a gennaio 2017.

## INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO



2017	2018 feb (M-1)
+1,2%	-

Nel 2017 il tasso di inflazione medio annuo è stato pari a +1,2%. Nel mese di febbraio 2018 l'indice dei prezzi al consumo registra una variazione nulla su base mensile..



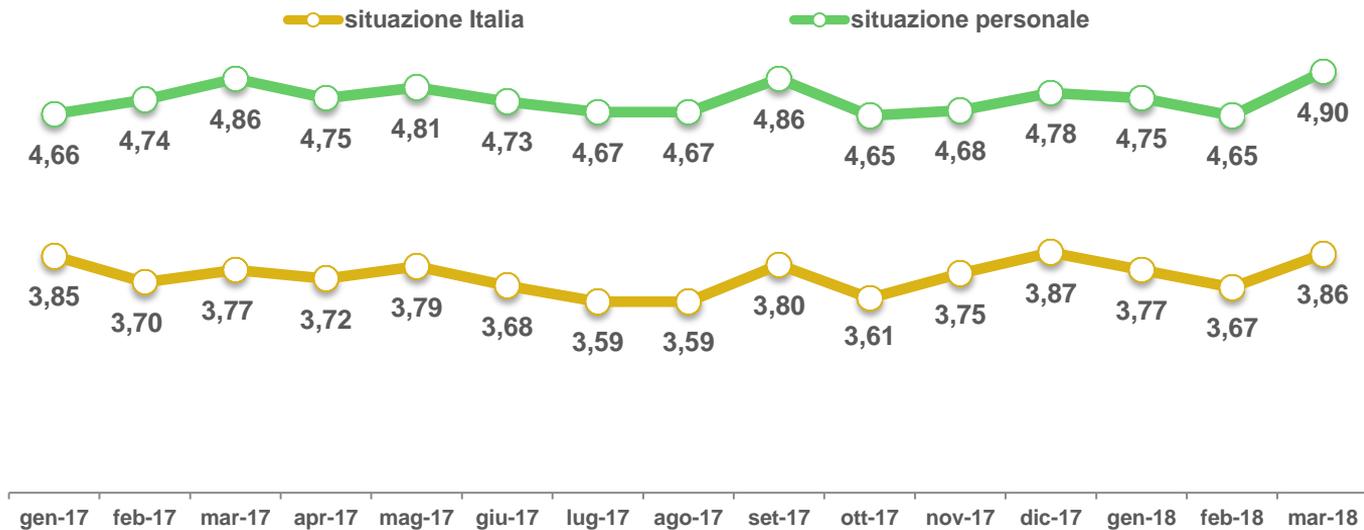
**SENTIMENT**



# 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  
FEB 2018

CONFRONTO  
MAR 2017



+0,3

0,0



+0,2

+0,1

Base: totale campione (752). Dato su base wave di marzo



# INTENZIONI D'ACQUISTO

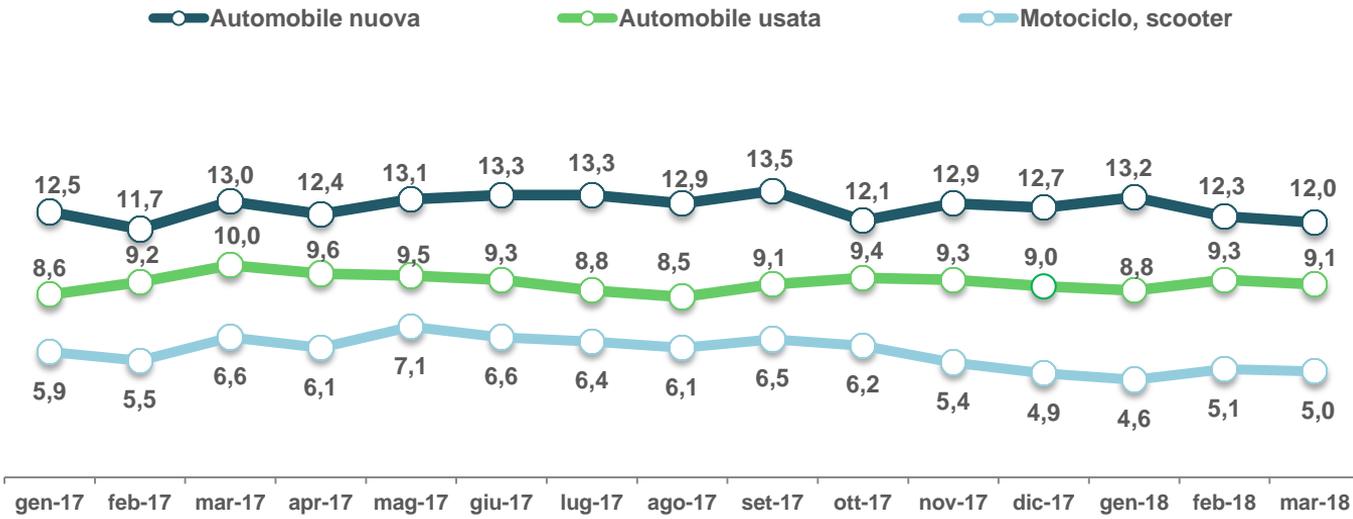


# MERCATO VEICOLI



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 FEB 2018	CONFRONTO MAR 2017
	-0,3 P.P.	-1,0 P.P.
	-0,2 P.P.	-0,9 P.P.
	-0,1 P.P.	-1,6 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



19.026€



6.092€



3.183€

Base: % pensano di acquistare il bene

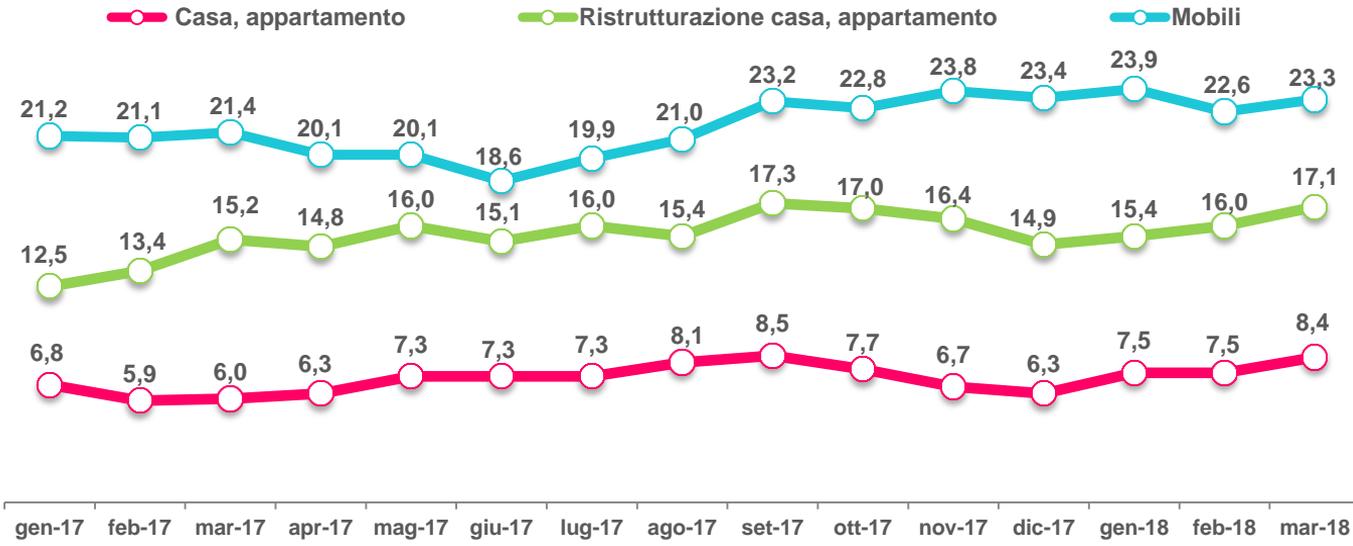


# CASA



**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 FEB 2018	CONFRONTO MAR 2017
	 <b>+0,7 P.P.</b>	 <b>+1,9 P.P.</b>
	 <b>+1,1 P.P.</b>	 <b>+1,9 P.P.</b>
	 <b>+0,9 P.P.</b>	 <b>+2,4 P.P.</b>



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



**2.151€**

Base: % pensano di acquistare il bene

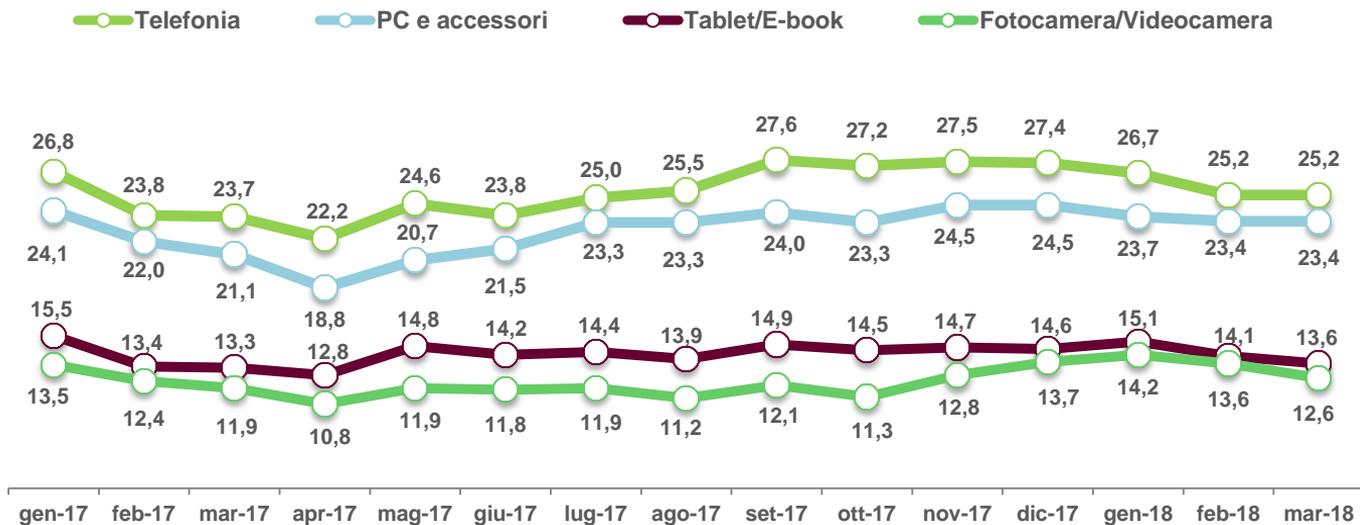


# INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



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 FEB 2018 CONFRONTO MAR 2017



—	↑
0,0 P.P.	+1,5 P.P.



—	↑
0,0 P.P.	+2,3 P.P.



↓	↑
-0,5 P.P.	+0,3 P.P.



↓	↑
-1,0 P.P.	+0,7 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



380€



501€



312€



344€

Base: % pensano di acquistare il bene

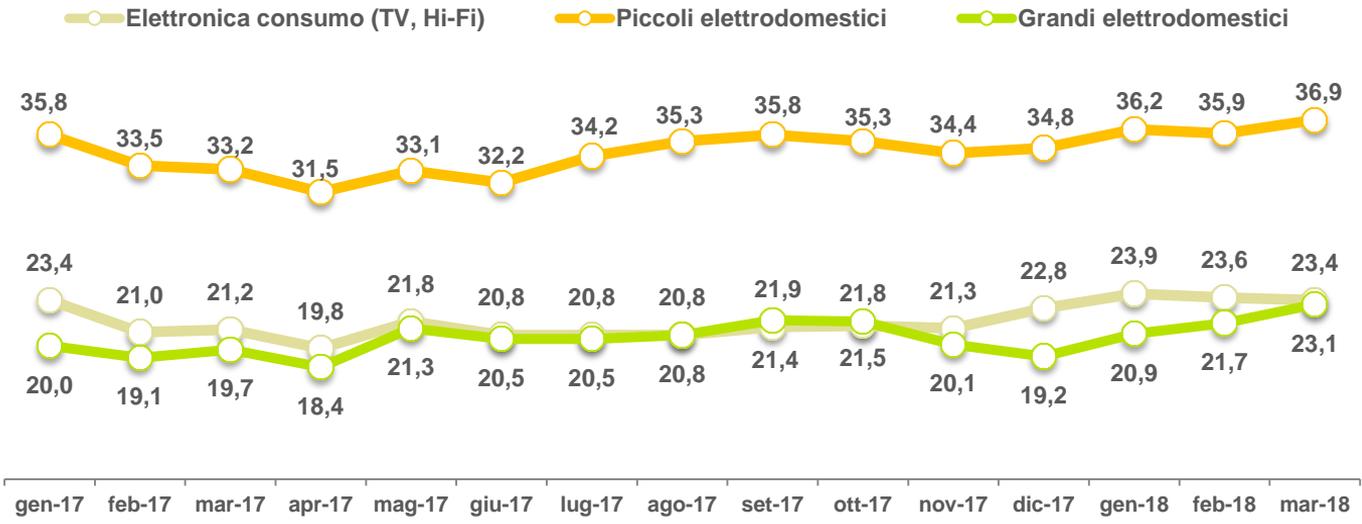


# ELETTRODOMESTICI



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 FEB 2018	CONFRONTO MAR 2017
	↑ <b>+1,0 P.P.</b>	↑ <b>+3,7 P.P.</b>
	↓ <b>-0,2 P.P.</b>	↑ <b>+2,2 P.P.</b>
	↑ <b>+1,4 P.P.</b>	↑ <b>+3,4 P.P.</b>



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



194€



531€



800€

Base: % pensano di acquistare il bene

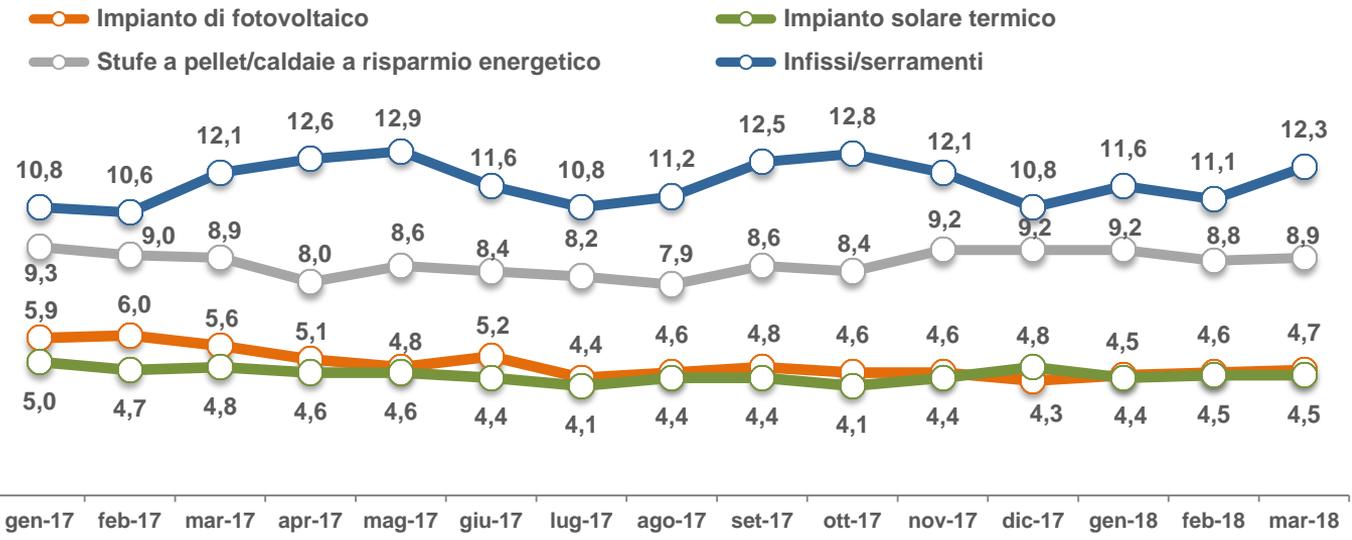


# EFFICIENZA ENERGETICA



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 FEB 2018      CONFRONTO MAR 2017



↑ +1,2 P.P.      ↑ +0,2 P.P.



↑ +0,1 P.P.      — 0,0 P.P.



↑ +0,1 P.P.      ↓ -0,9 P.P.



— 0,0 P.P.      ↓ -0,3 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



2.878€



1.508€



6.525€



5.194€

Base: % pensano di acquistare il bene

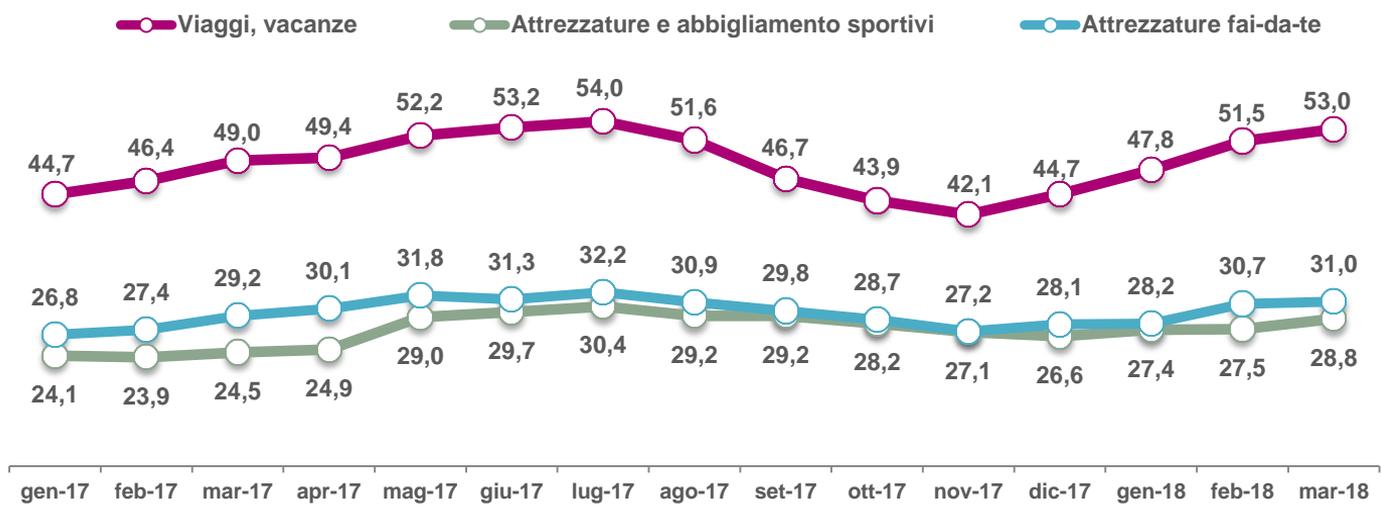


# TEMPO LIBERO



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 FEB 2018	CONFRONTO MAR 2017
	 <b>+1,5 P.P.</b>	 <b>+4,0 P.P.</b>
	 <b>+0,3 P.P.</b>	 <b>+1,8 P.P.</b>
	 <b>+1,3 P.P.</b>	 <b>+4,3 P.P.</b>



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



1.392€

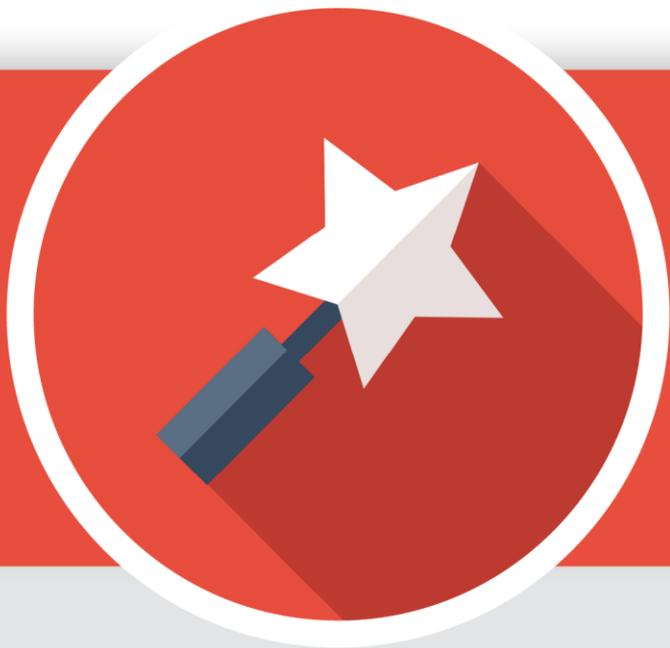


230€



242€

Base: % pensano di acquistare il bene



# ARGOMENTO DEL MESE



# COME PASSANO IL TEMPO LIBERO GLI ITALIANI?



45%

Meno di un italiano su due pensa di avere abbastanza tempo libero

## Il tempo libero come occasione per ...



rilassarsi, riposarsi

65%



imparare, sviluppare abilità

18%



stabilire contatti, relazioni sociali

17%

## Le attività che gli italiani preferiscono svolgere nel tempo libero



46%

stare con la propria famiglia, i propri affetti



29%

fare sport



29%

guardare la tv



28%

leggere



25%

stare su Internet, i social network



25%

stare con gli amici

Base: totale campione (752)



# GLI HOBBY DEGLI ITALIANI

## Il tempo dedicato agli hobby del tempo libero



18%

tutti i giorni

11%

4-5 gg la settimana

30%

2-3 gg la settimana

17%

1 giorno la settimana

24%

solo nel weekend



21%

fino a 2h la settimana

38%

3-5h la settimana

27%

6-9h la settimana

13%

10+ ore la settimana

## La spesa mensile per gli hobby del tempo libero



29%

fino a € 50

28%

€ 51-100

13%

€ 101-150

10%

oltre € 150

19%

nessuna spesa

Base: totale campione (752)

## Le attività fisiche più praticate nel tempo libero

Base: praticano sport/attività fisica (219)



25%

andare in palestra



19%

camminare



15%

correre

## Le attività manuali più praticate nel tempo libero

Base: svolgono attività manuali/creative (135)



31%

curare l'orto, le piante



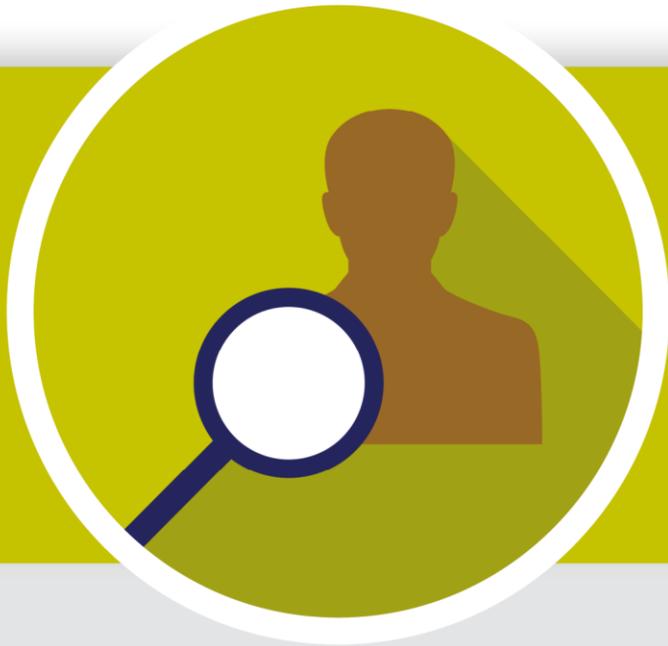
22%

decorare la casa, realizzare lavori di muratura



20%

ricamo, cucito, lavoro a maglia



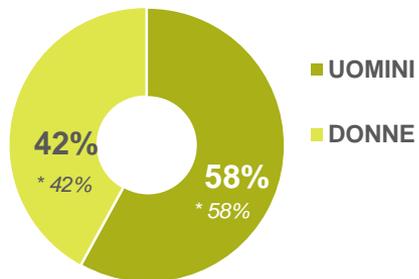
**CAMPIONE**



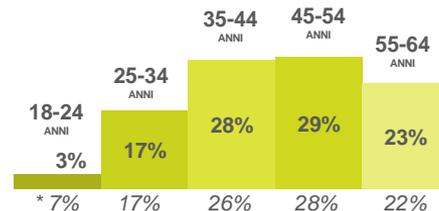
# CAMPIONE



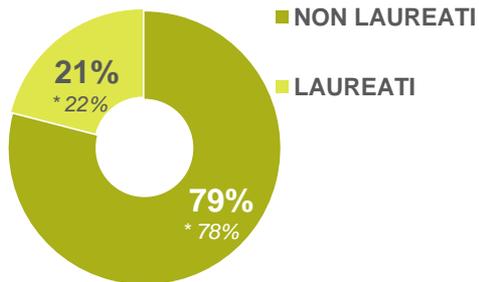
## SESSO



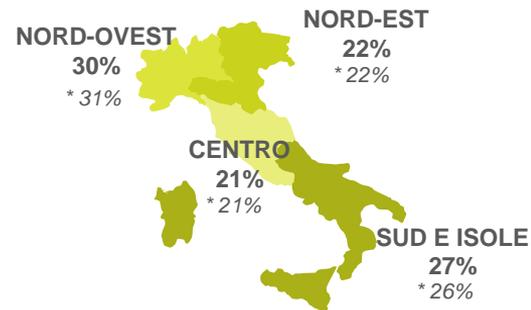
## ETÀ



## TITOLO DI STUDIO



## AREA GEOGRAFICA



Base: totale campione ponderato (752). Dato su base wave di marzo.

\* Dato non ponderato